МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Минский государственный лингвистический университет

М А Т Е Р И А Л Ы
ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА

15–16 апреля 2021 года

В четырех частях

Часть четвертая

Минск МГЛУ
2021

УДК 800
ББК 81.2
М34

Редакционная коллегия: Л. А. Тарасевич (*ответственный редактор*), Е. И. Будникова (*зам. ответственного редактора*), А. А. Баркович, Е. А. Булат, М. П. Булгакова, П. П. Глазко, А. Н. Гордей, О. С. Горицкая, Н. В. Дардыкова, Р. В. Детскина, О. Н. Жизневская, Н. В. Зиневич, Е. В. Зуевская, И. К. Кудрявцева, Н. В. Куценко, В. В. Леонтьева, Н. В. Лещенко, И. В. Метлушко, Н. В. Михалькова, С. Е. Олейник, Л. В. Первушина, М. С. Рогачевская, А. А. Романовская, Н. В. Супрунчук, И. Г. Урбанович, М. С. Филимонова, Л. В. Чернышова

Материалы ежегодной научной конференции студентов и магистрантов университета, 15–16 апр. 2021 г. : в 4 ч. Ч. 4 / отв. ред. Л. А. Тарасевич [и др.]. – Минск : МГЛУ, 2021. – 228 с.

М34

ISBN 978-985-28-0071-6 (Ч. 4)
ISBN 978-985-28-0064-8

Четвертая часть сборника содержит материалы выступлений участников секций по направлениям «Стилистика и лингвистика», «Лексическая семантика», «Проблемы прикладной лингвистики», «Зарубежная литература», «Язык и культура», «Актуальные вопросы востоковедения», «Сопоставительное языкознание». Здесь же публикуются материалы двух круглых столов «Востоковедение в белорусском образовательном пространстве», «Человек и языки».

УДК 800
ББК 81.2

ISBN 978-985-28-0071-6 (Ч. 4)
ISBN 978-985-28-0064-8

© УО «Минский государственный лингвистический университет», 2021

СТИЛИСТИКА И ЛИНГВИСТИКА

А. Борейко

МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТАКТИКИ В АМЕРИКАНСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: ЛЕКСИЧЕСКИЙ АСПЕКТ
(на материалах прессы, освещающих предвыборную кампанию Д. Трампа)

Языковое манипулирование – это вид языкового воздействия, который используется для внедрения в психику адресата целей, желаний, намерений, мнений и установок, которые в данный момент у адресата отсутствуют. Для реализации манипулятивного воздействия на адресата в материалах СМИ, используются определенные лексические языковые средства *лексико-семантического*, *лексико-синтаксического* и *лексико-прагматического* уровней.

Для того, чтобы выявить лексические языковые средства вышеназванных уровней и особенности их использования в американском политическом медиадискурсе, нами было проанализировано 15 англоязычных статей, освещающих вторую предвыборную кампанию бывшего президента США Дональда Трампа. Статьи были опубликованы в газетах «Huffington Post», «The Guardian» и «The Washington Post».

Языковые средства лексико-прагматического уровня используются манипулятором для передачи отношения сообщения к объекту и выражаются с помощью оценочной оценки. Слова и выражения с оценочной коннотацией составили 43 % от всех выявленных в результате анализа языковых средств вышеназванных уровней. В предложении *Trump's Mount Rushmore speech was not good. But even if it was good, it was, in the end, insignificant* автор выражает негативную оценку речи Д. Трампа, используя слова *not good* и *insignificant*. В результате у читателя может сложиться отрицательное представление о Д. Трампе.

К лексико-семантическому уровню относятся языковые средства, основанные на отношении слова и предметно-понятийного содержания, выраженные этим словом. Одним из языковых средств этого уровня является метафора. Журналисты прибегли к использованию метафоры в 9 % случаев. Рассмотрим следующий пример: *The president who lurched from park to fourth gear on reopening state economies in May – helping precipitate the new surge in cases – has decided to take a similar approach to school reopenings*. Метафора *lurched from park to fourth gear* в данном контексте используется для описания поспешного, по мнению автора статьи, снятия карантина в ряде штатов США по распоряжению Д. Трампа.

Языковые средства лексико-синтаксического уровня обусловлены особенностями отношения языковых знаков между собой. Одним из них является противопоставление, которое выявлено нами в 4 % случаев. В примере *…it's plausible voters could come to see Trump's status quo as an epic horror*

show in comparison with the end of the Obama years происходит сравнение президентских сроков Б. Обамы и Д. Трампа, причем характеристика президентского срока Д. Трампа имеет негативную коннотацию.

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что в материалах прессы, освещающей вторую предвыборную кампанию Д. Трампа, использовались лексические средства языкового манипулирования, направленные на создание негативного образа бывшего президента США.

А. Буслова

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ЭКСПРЕССИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКАХ

Экспрессия имеет особую значимость в журналистике. Она побуждает аудиторию к определенной реакции на передаваемую информацию, влияя на жизнь общества, сознание и представления людей. *Экспрессивность* – такое свойство текста или части текста, которое передает смысл с увеличенной интенсивностью и имеет своим результатом эмоциональное или логическое усиление, которое может быть или не быть образным.

К экспрессивным средствам языка в газетном заголовке относятся: эпитет (With fingers *weary and worn* (The Independent, 12.10.2020)), метафора (Left with a *yellow card* (The Times, 18.03.2020)), сравнение (*Like fish* with huge jaws and sharp teeth (The Independent, 21.02.2021)), ирония и сарказм (*Excellent diagnosis*! (The Times, 01.06.2020)), метонимия (*The hall applauded* (The Independent, 21.02.2021)), синекдоха (*The buyer* chooses the qualitative products (The Times, 09.08.2020)), гипербола (It will take *a hundred years* to change (The Times, 05.03.2021)), литота (*Aren't the happiest couple* around after giving that interview (The Independent, 21.11.2020)), перифраз (The *Dark Continent* in danger (The Times, 28.06.2020)), оксюморон (*Virtual reality* as escape suicide (The Independent, 08.02.2019)), иноязычные вкрапления (Michael Portillo: *merci* to Macron for putting the sleeper train back on track (The Times, 02.08.2020)), коллоквиализмы (Cult heroes: Lou Christie has been a trucker, a *roughneck*, a carnie – and a maker of sublime pop (The Guardian, 11.08.2019)), аллюзия (*Ours Not To Reason Why* (The Independent, 26.09.2019)), окказионализмы (*Liar loans* have a place (The Independent, 25.03.2019)), идиомы (Germans *hit the jackpot* (The Independent, 12.09.2020)), антономазия (He's not our Uncle Sam (The Times, 13.04.2020)) и эвфемизмы (The best *lingerie* to buy now (The Times, 30.08.2020)).

Нами был осуществлен анализ 50 заголовков англоязычной прессы, в результате которого было выявлено, что коллоквиализмы являются самым распространенным средством выражения экспрессии в газетном заголовке (14 %), за которыми следуют метафора и гипербола (каждый троп по 12 %), реже встречается оксюморон, сравнение и фразеологизмы (каждый троп

по 8 %). Также было выявлено, что такие тропы, как клише и аллюзия, используются реже (каждый троп по 6 %); затем следуют эпитеты, эвфемизмы и ирония (каждый троп по 4 %); и самыми редкими в использовании оказались такие тропы, как метонимия, антономазия, штампы, окказионализмы, идиомы, синекдоха и литота (каждый троп по 2 %). Из этого можно сделать вывод, что коллоквиализмы достаточно широко используются в англоязычной прессе, наряду с метафорой и гиперболой. Все тропы и фигуры играют особую роль в газетных заголовках. Их целью является эмоциональное и эстетическое воздействие на читателя, благодаря которому повышенный интерес к прессе сохраняется и сегодня.

М. Василевская

МЕТАФОРА КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ОБРАЗНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НОВОСТНОМ ТЕЛЕВИЗИОННОМ ДИСКУРСЕ
(на материале сообщений жанра репортаж)

И. В. Арнольд определяет метафору как «скрытое сравнение, осуществляемое путем применения названия одного предмета к другому и выявляющее таким образом какую-нибудь важную черту второго». Классификация И. В. Арнольд основана на количестве образов, создаваемых метафорой, и выделяет три вида метафор. Простая метафора выражается одним образом: *addictive devil – наркотик, gold dust – пыльца*. Развернутая метафора создает единый образ при помощи нескольких метафорически употребленных слов: Centres like this can help people *get back on their feet. To rebuild life.* – Такие центры способны помочь людям *встать на ноги. Начать жизнь с нуля* (Sky News, May 23, 2015). Композиционная метафора реализуется на уровне текста: Residents suffer the *fallout from heroin* – Afghanistan's main export… *Flow of international heroine*… Жители страдают от *последствий героина* – основной статьи экспорта Афганистана… *Поток международного героина*…

По И. Р. Гальперину метафора – это «отношение предметно-логического значения и значения контекстуального, основанное на сходстве признаков двух понятий». Метафора является одним из способов образования новых значений и новых слов. И. В. Гальперин подчеркивает, что в данном процессе существует промежуточная стадия, когда новое значение слова еще не зафиксировано в словарях, но становится привычным, что приводит к появлению языковой метафоры. Таким образом, он выделяет речевые и языковые метафоры. Речевые метафоры отличаются своей свежестью и оригинальностью: *to feed a habit – принимать дозу наркотиков*. Языковые метафоры в свою очередь характеризуются оттенком штампованности: *a string of offences – серия преступлений.*

По восприятию выразительности выделяют резкую и стертую метафоры. Примером резкой метафоры является метафора *a slice of the good life – хорошая жизнь.*

Нами рассматривались и анализировались метафоры в англоязычном телевизионном новостном дискурсе. Материалом исследования послужили 43 репортажа британского новостного телевизионного канала Sky News. Общее количество идентифицированных метафор – 41.

В ходе анализа полученных результатов мы пришли к выводу, что в англоязычном телевизионном новостном дискурсе преобладает использование стертых/языковых метафор, на них приходится 68,3 % всех случаев употребления метафор. 31,7 % приходится на речевые метафоры, 53,8 % из которых – резкие.

А. Грушевская

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ РЕЧЕВОЙ АГРЕССИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПЕЧАТНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ (на материалах, освещающих деятельность ИГИЛ)

Термин *речевая агрессия* понимается как целенаправленное коммуникативное действие, которое вызывает негативное эмоционально-психологическое состояние у объекта речевого воздействия. Анализируя средства агрессии в печатном англоязычном дискурсе, можно выделить их три типа: Эксплетивная – прямая форма вербальной агрессии: *SOHR added that **ISIS kidnapped about** 400 civilians from families of pro-government fighters.* Агрессия выражается в прямом обвинении. Манипулятивная – более рационально осознанные формы вербальной агрессии, основанной на идеологических трансформациях исходного смысла: *ISIS also **reportedly holds a number of other aid workers***. Имплицитная агрессия, связанная с завуалированным выражением намерения: *There could potentially be **funds** available to ISIS **from other activities.***

Исследователями выделяются следующие лексические средства выражения речевой агрессии: оценочная лексика, просторечия, жаргонизмы, стилистически сниженная, узкоспециализированная, инвективная лексика и метонимическое значение имени собственного. Оценочная лексика помогает не только отобразить, но и закрепить в сознании представление о предмете: *From there, it **amasses arms and perpetrates guerrilla hit-and-run attacks against local forces***. Агрессия выражена оценочными средствами в высказывании. К сниженной лексике относится разговорная и просторечная лексика. *ISIS fanatics have urged lone-wolf attackers **to ‘open the door to jihad’** in a new video showing how to make a bomb and decapitate people.* Фраза *open the door to jihad* имеет явный призыв к убийствам и жестокости. Узкоспециализированная лексика выражает стиль речи социальной или профессиональной группы. W*hen **a missile targeting** an Isis “tactical unit” killed two unidentified civilians.* Инвективная лексика включает в себя слова, содержащие намерение оскорбить и опозорить адресата в более резкой и циничной форме. *ISIS Foreigners*

more likely ***to die by the sword***. Метонимическое значение имени собственного ИГИЛ может быть различным и зависит от контекста высказывания, а также от лексических единиц, с которыми это имя собственное употребляется. В результате исследования мы пришли к выводу, что в англоязычном печатном медидискурсе для выражения речевой агрессии чаще всего используется оценочная лексика – 35 % всех случаев, метонимическое значения имени собственного – 33 %, инвективная лексика – 18 % и 4 % – сниженная лексика. Реже используется узкоспециальная и ненормированная лексика.

М. Калиновская

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ПРОСЬБЫ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Теория речевых актов, возникшая во второй половине двадцатого века, сосредоточила свое внимание на функциональном аспекте использования языковых средств в процессе коммуникации. Исследователей конца двадцатого века интересовали средства выражения намерений, а также различные экстралингвистические факторы, которые определяют выбор языковых форм их выражения.

Наше внимание сфокусировано на средствах выражения просьбы. В словаре С. И. Ожегова просьба определяется как обращение к кому-нибудь, призывающее удовлетворить какие-нибудь нужды, желания. Задачей настоящей является выявление и анализ различных средств выражения просьбы в немецком языке. Материалом для проведения исследования послужили 80 примеров просьб, отобранных из произведения Э. М. Ремарка «Der schwarze Obelisk».

С. И. Кирикович подчеркивает, что немецкий язык отличается множеством средств выражения побуждения. В ходе нашего исследования были систематизированы основные средства выражения просьбы:

1) императив (53 примера): *Und geh nicht weg! Ich muß jetzt fort.* – ‘И не уходи! Я должен уйти прямо сейчас’;

2) глагол *lassen* + Infinitiv (13 примеров): *Nimmt dein Geld und laß uns auch aufbrechen!* – ‘Бери деньги и пойдем’;

3) глагол *bitten* (6 примеров): *Ich bitte Sie, ihr den Brief zu geben.* – ‘Я прошу вас передать ей письмо’;

4) модальные глаголы + Infinitiv (4 примера): *Sie müssen sich gedulden. Ich habe jetzt keine Zeit.* – ‘Вы должны потерпеть. У меня сейчас нет времени’;

5) эллиптические предложения (2 примера): *Jetzt dreht Reisenfeld sich um. Sein Gesicht schimmert wie ein bleicher Mond. “Licht, meine Herren!”* – ‘Теперь Райзенфельд обернулся. Его лицо мерцает, как бледная луна. «Свет, господа!»’;

6) вопрос (2 примера): *Nach einem Blick auf Gerda ist Eduard nicht nur bereit, sie auch für heute abend zu akzeptieren – er bleibt sogar am Tisch stehen: "Würdest du mich bitte vorstellen?"* – 'Взглянув на Герду, Эдуард не только готов принять их (карточки) и на сегодняшний вечер – он даже останавливается у стола: «Не мог бы ты представить меня?»';

Анализ практического материала свидетельствует о том, что наиболее частотным в выборке является императив – повелительная форма наклонения, позволяющая говорящему наиболее точно выразить свою интенцию. Также достаточно активно используется глагол *lassen* с инфинитивом, особенностью которого является наличие оттенка разрешения. Встречаются в материале также перформативные высказывания. Кроме прямых способов выражения просьбы, в нашем материале зафиксированы также косвенные формы – конструкции с модальными глаголами, а также вопросительные и эллиптические высказывания.

Д. Кравцов

СЕМАНТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ЖАНРА ЛОНГРИД

Интернет-журналистика последних лет обнаружила повышенный интерес к развернутым статьям с аналитическим подходом к проработке материала – лонгридам. В настоящей работе на материале десяти англоязычных лонгридов различных интернет-изданий, вышедших с 2016 по 2021 год, выявляется семантическая структура данного малоисследованного типа текста, включающая содержательные компоненты и типичную схему их организации.

Логико-семантический анализ на основе теории суперструктур Т. ван Дейка позволил выявить следующие категории: *основное повествование*, *фон* (*история* и *контекст*), *комментарий* (*сторонний* и *авторский*), а также квазикатегорию *итог*. В рамках категорий были выделены параметры и подпараметры, представленные группами характерных дискурсивных маркеров.

Основное повествование – описание последовательности событий, составляющих основу изложения истории, – включает параметры «время повествования», «этапы развития события», «источники информации» и «связь элементов суперструктуры».

Фон актуализирует события и знания, связанные с основным повествованием косвенно, и реализуется в подкатегориях «история» и «контекст». Параметры *фона-истории* отражают отнесенность повествования к прошедшему времени, происхождение событий и явлений, а также указывают на события повествования (как фонового, так и основного). Параметры *контекста* – временная характеристика событий, спецификация повествования и указание на его обстоятельства.

В *комментарии* выделяется две подкатегории: *авторский комментарий*, обнаруживающий параметры «обращение к адресату повествования» и «выражение умозаключений автора», и *сторонний комментарий*, главная особенность которого – стремление к доподлинной передаче речи автора. Обе подкатегории характеризуются субъективностью повествования.

Статус квазикатегории «итог» неоднозначен, так как несмотря на наличие специфических параметров (выражение степени завершенности повествования, обращенность в будущее, выводы), в исследованных статьях итог принимает форму комментария (преимущественно авторского) или развязки основного повествования.

Основные особенности схемы лонгридов – это дискретный характер построения, т.е. распределение реализации структурной категории по всему тексту и наличие гиперкатегорий – закономерных результатов взаимодействия семантических категорий. Так, при сочетании основного повествования со сторонним комментарием возникает гиперкатегория «репортажного повествования». Добавление фона к категориям основного повествования и комментариям порождает такие гиперкатегории, как «расширенное повествование» и «расширенный комментарий». Сочетание авторского комментария с основным повествованием приводит к возникновению гиперкатегории «аналитическое повествование».

Ю. Логунова

ОСОБЕННОСТИ ВЫРАЖЕНИЯ ТРЕБОВАНИЯ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

На современном этапе развития теории речевых актов внимание исследователей сфокусировано на функциональном аспекте использования языковых средств в процессе общения. В первой половине XX века язык изучали как закрытую систему, однако со второй половины 60-х годов лингвисты начали изучать не только сам язык, но и особенности использования языковых средств в зависимости от ситуации общения.

Задачей нашего исследования является выявление специфики реализации требования в немецком языке. Вслед за В. Е. Иосифовой мы рассматриваем требование как категорическое побуждение. Данные акты совершаются в различных сферах общения. Материалом для проведения исследования послужили 62 контекста, отобранные из художественной литературы конца XX века. Важным является рассмотрение средств выражения требования.

Анализ выборки показывает, что для выражения требования в немецком языке используются следующие конструкции.

1. Структуры с императивом – 32 контекста. Например: Er hob den Deckel noch einmal vom Kessel und schnupperte. Im Weggehen sagte er: „*Bringt mir auch einen Teller voll.* Und die Portionen werden alle verteilt.“ (‘Он еще раз приподнял крышку котла и понюхал. Уходя, он сказал: «*Принесите и мне полную тарелку*. А порции раздать на всех»’).

2. Структуры с модальными глаголами – 20 контекстов. Например: Der schüttelte schläfrig den Kopf: „*Erst müsst ihr alle da sein*.“ (‘Тот сонно покачал головой: «*Сначала вы все должны собраться*»’).

3. Повествовательные конструкции – 4 контекста. Например: Ich bin wild und sage: „*Ich zähle jetzt bis drei. Wenn es bis dahin nicht aufhört, fliegt was.*“ (‘Я разозлился и говорю: «*Теперь я считаю до трех. Если к тому времени он не остановится, что-то полетит*»’).

4. Инфинитив – 4 контекста. Например: Er schweigt und ist etwas heiser, als er fragt: „Das sind alle*?*“ und befielt: „*Abzählen!*“ (‘Он молчит, а потом хрипло говорит: «Это все*?*» – и отдает команду: «*По порядку номеров рассчитаться*!»’).

5. Эллиптические конструкции – 2 контекста. Например: „*Raus!*“ fauchte ich. Er rührt sich nicht, die Lippen zittern, der Schnurrbart bebt. „*Raus!*“ wiederhole ich. (‘«*Вон*!», – прорычал я. Он не шевелится, губы дрожат, усы дрожат. – «*Вон*!», – повторяю я’).

Рассмотрение языковых средств показывает, что для выражения требования используются преимущественно императивные конструкции, что связано с тем, что данные структуры позволяют наиболее точно выразить намерение говорящего. Кроме императивных конструкций, при реализации требования возможно использование косвенных высказываний, в которых директивная семантика присутствует в более скрытой форме, что позволяет снизить давление на собеседника и избежать конфликта.

В. Маханькова

НЕОЛОГИЗМЫ И ИХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ В ГАЗЕТНЫХ ТЕКСТАХ (на примере термина *коронавирус*)

Цель данной работы – рассмотреть способы образования неологизмов на примере термина *коронавирус* и его производных в русскоязычных и англоязычных газетных статьях, используя отобранный языковой материал в количестве 46 единиц.

В данном материале имена существительные являются преобладающими: 82 % в русскоязычных статьях и 91 % – в англоязычных. По частоте употребления за существительными в обоих языках следуют имена прилагательные: 13 и 9 % соответственно. В русском языке также встречаются причастия и наречия (5 %). Полученные данные говорят о том, что как в русском языке, так и в английском наиболее распространенными неологизмами, связанными с термином *коронавирус*, являются имена существительные.

Анализ показал, что в англоязычных статьях самый популярный способ образования неологизмов – блендинг, или слияние. Обнаружено 13 примеров: *covidiot (covid + idiot), coronials (corona + millennials), covidivorce (covid + divorce), covideoparty (covid + video + party), coronacation (coronavirus + vacation):* ***Covidivorce****: Why the pandemic is driving a wedge in marriages.*

Также широко используется способ словосложения, что представляет собой слияние двух слов: *coronacoma (corona + coma), coronaspeak (corona + speak), coronaculture (corona + culture), coronababy (corona + baby), coronacut (corona + cut): Will pandemic 'coronababies' live with long-term trauma?*.

Довольно редко встречаются примеры префиксации: *anti-coronavirus*.

Говоря о неологизмах в русскоязычных статьях, можно отметить, что способы их образования почти не отличаются от англоязычных. Как и в английском языке, в русскоязычных статьях довольно часто можно увидеть слова, созданные способом словосложения: *коронаскептики, ковид-диссиденты, коронакризис: Благодаря* ***коронакризису*** *рынок недвижимости по всей России оживился…* (Известия, 18.03.2021).

Неологизмы, образованные способом аффиксации, в русском языке являются более распространенными по сравнению с английским языком: *доковидный, постковидный, антиковидный: Врач предупредил об ошибках в лечении* ***постковидного*** *синдрома* (Известия, 22.03.2021); *Эксперт заявил об эффективности* ***антиковидных*** *мер для приезжающих в РФ* (Известия, 27.03.2021).

В отличие от английского языка, в русскоязычных статьях довольно частотны неологизмы-заимствования: *корона-фейк, ковидиот, кориалы*.

В заключение отметим, что, хотя в русском языке наблюдается разнообразие способов образования слов, использование заимствований занимает лидирующие позиции как в СМИ, так и в разговорной речи.

А. Мелешко

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ЧАТ-КОММЕНТАРИЕВ

Виртуальная коммуникация – это многоканальная сеть, характеризующаяся тем, что информация передается в любом направлении: от коммуникатора – к реципиенту, между реципиентами, а также обратно – к коммуникатору. Одним из жанров виртуальной коммуникации является чат. Это жанр коммуникации, в котором могут присутствовать и общаться одновременно несколько пользователей. Чат-общение относится, главным образом, к сфере персонального дискурса и близко к жанру устной беседы, общей целью которого является общение ради общения. Экстралингвистические условия составления данных видов текстов обусловливают сокращение вербальной формы, что детерминирует определенные языковые особенности данных текстовых образований. *Цель* работы: выявить языковые характеристики немецкоязычных текстов чат-комментариев.

Установлено, что признаками неформальности в чате проявляются на всех языковых уровнях. На графическом уровне ими являются: 1) отказ от заглавных букв в начале предложения и при написании существительных

(*hi* ***juli was*** *gibt's*); 2) различного рода опечатки: добавление лишней буквы (*absucht,*), замена рядом стоящей на клавиатуре буквы (*bete**b*** вместо *beten*), перемена рядом стоящих букв местами (*sch**alf**en* вместо *schlafen*), отсутствие пробелов (*zusein*); 3) орфографические ошибки (*Enga**gi**men – Engagement, man**n** – man*); 4) передача на письме фонетических модификаций (редукций) (*neh**ms**, ausg**en**, mac**hs***); 5) отсутствие знаков препинания (*ihr wisst ja dass ein teil mir gehört*). На лексическом уровне выявлено использование различных аббревиатур: односегментных (образованные из начальной, средней и конечной части полной формы: *gumo = Guten Morgen, biba = bis bald, akla = alles klar, ev = eventuell*) или мультисегментальных (инициальные, слоговые и смешанные аббревиатуры, частично-сокращенные аббревиатуры: *tel. – Telefon*), акронимов (*wb = welcome back, hdl = hab dich lieb*). На синтаксическом уровне отмечается опущение вспомогательного глагола (*Stillzeit auch ein ganz wichtiger Punkt!*)

Таким образом, ограниченность во времени при оформлении чат-комментария вызывает сокращение материальной оболочки языковой формы, приводящей к образованию сокращенного структурного варианта исходной номинативной единицы как на фонетико-графическом уровне, так и на лексическом уровне. Сокращение языковой формы на синтаксическом уровне не является отклонением от соответствующей лингвистической нормы, опущению подвергаются «слабые» формы, которые коммуникативно невыделены.

Е. Миронова

СТИЛИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОБРАЩЕНИЙ

Выбор формы обращения всегда зависит от различных факторов: социального статуса коммуникантов, от условий общения, возраста собеседников и т. д. В этой связи можно различить стилистически нейтральные и стилистически окрашенные обращения.

Стилистически нейтральное обращение в немецком языке может быть *дистантным* и *контактным*. Первый тип используют при обращении как к незнакомому, так и к знакомому адресату в официальных условиях или при формальных отношениях. Второй – в неофициальных сферах. К стилистически окрашенному обращению относятся только варианты контактного обращения.

Стилистическая окраска обращений определяется отношением говорящего к собеседнику. Положительную окраску имеют 1) уменьшительно-ласкательные формы личных имен при обращении к близким и знакомым; 2) личные имена в сочетании с другими формами вокативов (например, имена нарицательные оценочного значения, мелиоративы). Отрицательно-эмоциональное отношение говорящего выражается инвективами, вокативами

в сочетании с личными местоимениями. Стилистическая окраска также придается обращениям тональностью общения говорящего. В соответствии с тональностью общения у обращений может быть уважительная, учтивая, почтительная, шутливая, официальная, просительная, покровительственная и другая окраска.

Для проведения анализа нами были отобраны 414 единиц из двух фильмов – «Волна» („Die Welle“) и «Зачётный препод» („Fack ju Göhte“). С точки зрения стилистики были выделены нейтральные обращения, которые указывают на гендерную принадлежность, возраст, социальный и общественный статус человека (*Jungs, Mädels, Kinder*), и обращения с эмоционально-оценочным значением – мелиоративы (*Schatz, Süße*) и пейоративы (*Arschloch, Hure*). Следует отметить, что в отобранном корпусе материала доминируют нейтральные обращения, выполняющие аппелятивную функцию, что можно объяснить наличием большого количества диалогов формального характера.

Наличие в речи эмоционально окрашенных обращений связано с выполнением ими не только апеллятивной, но и характеризующей функции. Так, при изучении материала было выявлено, что широко используются пейоративы, выражающие негативное отношение к собеседнику. Наиболее часто пейоративы выражены неодушевленными существительными. Также было выявлено, что наименее часто представлены мелиоративы, выражающие положительное отношение говорящего к собеседнику. Чаще всего они используются при общении между влюбленными, женатыми людьми, а также при обращении взрослых к детям и выражаются именами нарицательными, чаще всего – неодушевленными существительными.

А. Мордасова

МОДАЛЬНЫЕ СЛОВА В АТРИБУТИВНОМ УПОТРЕБЛЕНИИ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

Целью данной работы стал анализ семантики высказываний, содержащих модальные слова в атрибутивной функции в немецкоязычном публицистическом тексте. Материалом послужили интервью, блоги и газетные статьи из различных немецких газет и журналов. Общее количество словоформ в отобранных статьях составляет 8 290.

Характерной чертой публицистического текста является не только информирование читателя, но и воздействие на него с целью формирования определенного отношения к передаваемой информации, чему способствуют модальные средства, снижающие категоричность. Главная особенность модальных слов заключается в передаче отношения говорящего к высказыванию с точки зрения уверенности/неуверенности. Объединенные общим значением «оценка достоверности содержания высказывания» каждое модальное слово в структуре высказывания является маркером степени информированности говорящего о событии.

Анализ показал, что в атрибутивной функции используются слова, выражающие различную степень достоверности, а именно неуверенность/ предположение – *wahrscheinlich, vermutlich, möglich,* эвиденциальность – *angeblich* и уверенность – *bestimmt*. Анализ материала показал, что модальные слова в атрибутивном употреблении используются в публицистических текстах нечастотно. Их общая представленность в выборке по отношению в общему количеству словоформ составляет менее 1 %.

Установлено, что в случае атрибутивного употребления модальных слов в контексте всегда присутствует маркер, указывающий на мнение говорящего, его вывод-предположение. Таким маркерами выступают различные автореферентные конструкции: *natürlich weiß ich nicht*, а также эвиденциальные маркеры *dem Anschein nach, es ist zu beobachten*. Таким образом, модальные словосочетания поддерживают уже выраженное предположение, например, в высказывании *Man kann durchaus davon ausgehen, dass sich die* ***wahrscheinliche*** *Lebensdauer im Durchschnitt in den nächsten 100 Kalenderjahren für Frauen in ein Alter von über 100 Lebensjahren verschieben wird* модальной конструкцией *Man kann durchaus davon ausgehen* ‘конечно, можно исходить из того’ указывает на предположение о последующем пропозиции, объектом которого становится подлежащее *Lebensdauer* ‘продолжительность жизни’, уточняемое модальным атрибутом для подчеркивания предположения.

Таким образом, для правильной интерпретации высказываний, содержащих словосочетания с модальным прилагательным, следует рассматривать контекст, в котором чаще всего отношение автора к содержанию высказывания эксплицируется, мотивируя использование модальных слов в атрибутивной функции.

Д. Попок

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ОТКАЗА В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Отказ – речевой акт, который существует во всех языках и используется в повседневной жизни, в том числе и в художественной литературе. В лингвистической науке под отказом понимается «акт неприятия интенции адресата, который выражает смысл отрицательной реакции на искомые цели адресанта, такие как запросы, приглашения, предложения».

Отказ от коммуникации представляет собой сложный многоуровневый процесс. В зависимости от поставленной коммуникативной цели и наличия экстралингвистических факторов, существуют различные средства выражения отказа, виды отказа, стратегии и тактики для его реализации. Структуру речевого акта можно рассматривать как «двувершинную систему», в которой выделяют, прежде всего, двух участников коммуникации – говорящего и слушающего.

Речевой акт начинается с формирования смысла говорящим и завершается интерпретацией смысла высказывания слушающим. Прямой отказ в речевом акте выражается ответом «нет» на просьбу или желание, но нарушает при этом принцип вежливости, сформулированный Дж. Личем: «считается невежливым отказывать в желании или просьбе без весомой на то причины». За счет этого и появляется необходимость в средствах выражения отказа, смягчающих коммуникацию.

Отказ в речевом акте выражается следующими способами, каждый из которых включает разные средства:

- прямой, воспринимаемый как грубый и бесповоротный: „Nein, ich mache es nicht“, – erwiderte er und schüttelte den Kopf (E. M. Remarque);
- косвенный, апеллирующий к субъективным/объективным причинам: „Ich habe gegenwärtig viele Verhandlungen, die meine ganze Zeit beanspruchen“, lehnte Allan ab (B. Kellermann);
- имплицитный, уклончивый отказ: «Согласитесь ли вы быть моим свидетелем?..» «Котлеты совсем холодные!» – заметил Петр Иваныч с неудовольствием, отодвигая от себя блюдо.

Выбор косвенного или имплицитного способа при выражении речевого акта отказа во многом детерминирован такими факторами, как коммуникативная ситуация, социальная ситуация, а также межличностные отношения.

Таким образом, предпринятый анализ средств выражения отказа в художественной литературе позволяет выявить комплексный характер их взаимодействия в контекстах реализации для передачи различных способов отказа.

К. Рогаль

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЛЕКСИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНОЧНЫХ ЗНАЧЕНИЙ В ТЕКСТАХ КИНОРЕЦЕНЗИЙ
(на материале русского и английского языков)

Настоящее исследование выполнено в рамках сопоставительной лингвистики и посвящено сравнительному анализу лексических средств выражения оценочных значений в текстах англоязычных и русскоязычных кинорецензий. Термины *оценка* и *оценочность*, несмотря на использование в похожих контекстах как синонимы, имеют предпочтительность в употреблении. Оценочность рассматривается в работе как жанро- и текстообразующая категория кинорецензии. Оценочность давно является предметом пристального внимания лингвистов. В наши дни возрос интерес к изучению таких частных вопросов, как способы выражения определенных типов оценки, принадлежность языковых высказываний со значением оценки по частям речи, а также составление словарей оценочной лексики в связи с появлением новых возможностей их практического использования.

В данной работе анализ проводился на материале 30 кинорецензий на каждом из сопоставляемых языков. В ходе исследования определено, что лексический уровень языка представляет наибольшее количество возможностей для выражения оценочных значений. Набор способов выражения оценочности различен и зависит от установок и целей. Достаточно большой объем оценочной лексики представлен такими стилистическим приемами, как эпитет, метафора, сравнение, лексический повтор, пословица, цитата. С помощью фразеологических оборотов часто, особенно в заключительной части негативных кинорецензий, выражается ирония.

В целом, количество слов с положительным и отрицательным оттенком, эксплицитным или имплицитным отношением субъекта к объектам действительности в англоязычных и русскоязычных рецензиях примерно равно. В результате проделанной работы разработан тезаурус, позволяющий определять не только, как пользователь оценивает объект в целом (положительно или отрицательно), но и выявить, что именно в объекте ему нравится, а что нет. Так позитивная или негативная рецензия на фильм, помогает достигнуть главной ее цели – убедить потенциального зрителя к просмотру фильма или же, наоборот, предотвратить бессмысленную трату времени.

Анализ исследуемого явления позволил выделить общие и особенные черты восприятия и оценки языковой картины мира, что помогает лучше понять национальный менталитет и культуру разных народов.

А. Симончик

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ИМПЛИЦИТНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ
(на материале романа Дж. Оруэлла «Скотный двор»)

На современном этапе развития лингвистики проблема имплицитности и способов ее выражения представляет особый интерес ввиду отсутствия однозначного понимания феномена. Термин *имплицитность* понимается как смысл высказывания, который не выражен эксплицитно, но подразумевается адресантом и распознается адресатом.

В ходе анализа текста романа «Скотный двор» нами были выявлены следующие лексические средства выражения имплицитности: аллегория, аллюзия, антитеза, имена собственные, метафора, метонимия, синекдоха, сравнение, эвфемизм.

Основным лексическим средством выражения имплицитности в романе выступают аллегории и аллюзии, так как именно на их основе строится сюжет романа. С помощью аллегорий автор воссоздает структуру общества, которое формировалось в России, начиная с 1917 года, а также передает обобщенные характеристики определенных классов людей и конкретных исторических личностей. Например, один из главных героев романа хряк

по имени Наполеон отсылает нас к образу И. В. Сталина. В то время как посредством аллюзий раскрываются реальные культурно-исторические события, факты и реалии, которые вызывают у читателя определенные ассоциации и эмоции. К примеру, понятие *animalism* является аллюзией на теорию коммунизма.

Имена собственные позволяют автору сформировать у читателя определенное мнение касательно характера героев, их поведения, мотивации и роли в романе. Метафоры выступают в качестве средства создания яркого и красочного образа, формируя у читателя определенное мнение по отношению к герою или ситуации, описанной в романе, и выражая скрытые мотивы героев. Сравнения в свою очередь формируют более целостные образы героев и помогают читателю проследить, каким образом с приходом к власти Наполеона меняется жизнь животных на ферме. Метонимия, синекдоха и антитеза используются автором, во-первых, чтобы показать единство животных в их стремлении к свободе, а во-вторых, чтобы создать атмосферу противостояния между человеком и животными. Поднятая в романе тема пропаганды неразрывно связана с употреблением эвфемизмов, которые используются героями романа в попытке скрыть свои истинные намерения.

В ходе анализа полученных результатов мы пришли к выводу, что в романе «Скотный двор» для выражения имплицитности широко используется метафора (32,9 %), а также аллегории (15,3 %) и сравнения (13,4 %). Сравнительно большой процент случаев употребления приходится на синекдоху (9,5 %) и аллюзии (8,2 %). Реже используются имена собственные и метонимия (6,3 %), антитеза (5,7 %) и эвфемизмы (2,5 %).

Е. Тишкевич

КОЛЛОКВИАЛЬНЫЕ ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПЕЧАТНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Коллоквиализм – слово или выражение, свойственное разговорному языку. В коллоквиальной лексике, используемой в средствах массовой информации, выделяются следующие группы: фразовые глаголы, идиоматические выражения, слова с усеченной основой, сленговая лексика, перешедшая в разряд коллоквиализмов. Коллоквиальная лексика широко распространена в газетных заголовках для привлечения внимания читателя, а также в текстах статей для добавления эмоциональной окраски и снижения степени формальности. Приведем пример подобного заголовка из статьи в “The Guardian” (опубликована 20.10.2020). *Trump has become obsessed with toilets. Is it because he is a* ***busted flush****?* ‘Президент Трамп помешался на уборных. Не потому ли, что он сам ***слит****?*’.

Для определения частоты употребления коллоквиальной лексики нами было проанализировано 15 статей таких изданий, как “The Guardian”, “The Independent”, “The I”, “The Times”. Зафиксировано 17 случаев употребления коллоквиальных лексических единиц.

Основные способы перевода указанных единиц на русский язык включают *эквивалентный перевод* (8 случаев), *конкретизация* (3 случая), *генерализация* (2 случая), *описательный перевод* (2 случая), *фразеологический аналог* (1 случай), *функциональный аналог* (1 случай). Так, например, при переводе приведенного ниже предложения из статьи в “The Guardian” (опубликована 22.04.2013) использован прием описательного перевода. *In 2007 Monica Goodling, an underling in President George W Bush’s justice department, **took the fifth** to avoid telling Congress about the Bush administration's sudden dismissal a year earlier of six US attorneys.* ‘Моника Гудлинг, будучи подчиненной Министерства юстиции США при президенте Буше, в 2007 г. **воспользовалась пятой поправкой** с целью уйти от ответа на вопрос Конгресса о внезапных политически мотивированных увольнениях нескольких прокуроров из администрации Буша годом ранее’. В переводе на русский язык следующего предложения из статьи в “The I” (опубликована 02.08.2019) задействуется функциональный аналог. *With speculation that **booze** cruising to Europe could make a comeback in the event of a no-deal Brexit, perhaps Boris Johnson should take a fact-finding trip to Carlisle.* ‘Теперь, когда вполне здраво предположить, что в свете событий Брексита поездки в Европу за ***выпивкой*** могут вернуться в быт простых шотландцев, Борису Джонсону, пожалуй, не помешало бы организовать себе ознакомительную поездку в Карлайл’.

В заключение отметим, что перевод коллоквиальных единиц связан в первую очередь с поиском необходимых лексических эквивалентов, позволяющих передать смысл и эмоциональную окраску лексической единицы в языке перевода. При переводе сниженной лексики на русский язык зачастую используется нейтральный вариант указанной лексической единицы ввиду отсутствия эквивалента в языке перевода. Широко распространен метод описательного перевода.

Д. Шрубок

ЯЗЫКОВАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КАТЕГОРИИ КОМПАРАТИВНОСТИ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ВЫСТУПЛЕНИЯХ

Цель работы – выявление конституентов поля компаративности в устной речи политиков ФРГ. В исследовании компаративность рассматривается как функционально-семантическая языковая категория, в основе которой лежит сравнение явлений, предметов, действий, в результате чего указывается на сходство или различие. Объектом рассмотрения являются предметно-логические сравнения, суть которых заключается в очевидном сопоставлении однородных объектов и явления действительности.

Установлено, что структура сравнительных высказываний в устой речи политиков является трехкомпонентной (субъект, объект и признак/основание сравнения), реже двухкомпонентная, когда один из компонентов имплицирован (основание), легко восстанавливаясь из контекста. Выявлено, что существенно чаще (80 %) представлены средства компаративности микрополя *неравенство*, основная задача конституентов которого продемонстрировать контрасты для подчеркивания правильности курса или для призыва к принятию решений. Например, оратор для подчеркивания своих успехов сравнивает текущую ситуацию (объект), с ожиданиями (эталон) правительства: *A. Merkel: So ist der Anteil des Stroms aus erneuerbaren Energiequellen am Bruttostromverbrauch sogar* ***stärker gestiegen****, als wir es uns* ***ursprünglich vorgenommen hatten***. ‘Доля электроэнергии из возобновляемых источников энергии в валовом потреблении выросла даже больше, чем мы изначально планировали’. Анализ языковых единиц показал, что чаще всего (52 %) компаративность в политическом тексте реализуется ядерными конституентами, сравнительной и превосходной степенью сравнения прилагательных/наречий. Далее по частотности следует лексический уровень (33 %), представленный единицами с компаративной семантикой: прилагательные *verschieden*, глаголы *stärken, verbessern* и некоторые другие. Синтаксический уровень оказался непродуктивным (9 %), компаративные синтаксические обороты с союзами *als, wie, so…wie*, сложноподчиненные предложения с союзами *als, wie, so…so, je…desto* являются нечастотными, как и единицы словообразовательного уровня (6 %), а именно лексемы с префиксами оценочной семантики *riesen-, über-, super-, extra-*, которые предполагают отклонение от нормы, например: *Riesenthema* ‘громадная проблема’, *übergroß* ‘огромный’, *außergewöhnlich* ‘чрезвычайный’.

Таким образом, коммуникативной задачей эксплицитного, логического, сравнения в политическом дискурсе является положительная саморепрезентация или апелляция к принятию решений. В публичных выступлениях доминируют морфологические средства выражения с семантикой неравенства, высказывания с которыми реализуют трехкомпонентную структуру сравнения.

ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА

А. Авдашкова

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НОВЫХ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Мы живем в обществе, которое постоянно развивается. Возникают новые объекты в разных сферах, и им нужно дать названия. Вот почему никакая наука не может существовать без неологизмов, новых слов. Как и все науки, сфера психологии совершенствуется, а значит, развивается и ее лексика.

Неологизм – это новое слово или выражение, а также новое значение старого слова. Для проведения анализа мы использовали электронный словарь неологизмов «Wordspy», из которого отобрали 50 неологизмов из категории «Psychology», провели дефиниционный анализ отобранных неологизмов и распределили их по 5 группам в зависимости от их семантического значения.

Первая группа (тема «*States and feelings*») называет различные состояния человека. Психология занимается изучением человеческой природы для того, чтобы более точно понять ту или иную личность: *alief* ‘a feeling or attitude that occurs automatically or habitually and conflicts with one’s explicit beliefs’; *fappy (fat + happy)* ‘overweight and happy with one’s life’.

Вторая группа (тема «*Behavior and habits*») описывает поведение человека, его действия и их причину: *multicrastinating* ‘procrastinating by performing multiple non-work tasks simultaneously’; *playlistism* ‘judging a person based on what songs are on the playlist of his or her digital music player’.

Третья группа (тема «*Therapy*») посвящена новым способам лечения. Ученые-психологи сталкиваются с новыми проблемами и болезнями – это является причиной появления новых терапий и методов лечения, для которых нужно придумать новые названия: *cinematherapy* ‘a form of therapy that uses films, especially videos, as therapeutic tools’; *self-talk* ‘words or phrases said to oneself, especially for therapeutic or motivational reasons’.

Четвертая группа (тема «*Fears*») включает ранее не признанные или недавно выявленные человеческие страхи: *cosmophobia* ‘a strong and irrational fear that in the near future the Earth will be destroyed by some cosmic event’; *ebolanoia* ‘an unjustified and overblown fear of the Ebola virus’.

Пятая группа (тема «*Types of people*») связана с выявлением большего количества психологических проблем, чем раньше. В связи с этим можно более точно классифицировать людей, а точнее, их темперамент и характер: *precrastinator* ‘a person who completes tasks earlier than they should be completed, especially as a way to delay a larger or more stressful task’; *suggestful person* ‘a person who has many offers’.

Таким образом, семантический анализ практического материала показал, что наиболее распространенная тематическая группа – это «Поведение и привычки» в силу своей актуальности в сфере психологии. Как и сама наука, язык в этой сфере также идет в ногу со временем, пополняя лексикон актуальными словами.

М. Аршинова

МОДИФИЦИРОВАННЫЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКАХ И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Фразеологическим единицам (ФЕ) в англоязычном газетном дискурсе отведено особое место, при этом отличительной чертой современной публицистики становятся модифицированные ФЕ, часто употребляемые в газетных заголовках с целью выражения экспрессии, решения различных коммуникативных задач и выражения позиции автора газетного текста. ФЕ могут подвергаться целому ряду семантических, лексических, синтаксических, морфологических и словообразовательных трансформаций. Например, ФЕ *Don't count your chickens before they hatch* («*цыплят по осени считают*»), употребленная в заголовке газетной статьи: *"The lesson of the Giro d'Italia?* ***Don't count*** *[your]* ***chickens before*** *[they hatch] your race is run"* модифицирована посредством приема замены компонентов для сужения семантического значения ФЕ и создания таким образом необходимых ассоциаций и импликаций.

Перевод модифицированных фразеологизмов, входящих в состав газетного заголовка, может представлять определенные трудности, поэтому при выполнении данного вида перевода необходимо одновременно учитывать как правила перевода англоязычных газетных заголовков, так и англоязычных ФЕ на русский язык. Например, при переводе газетного заголовка "***Stick*** *or [and]* ***carrot*** *for stressed workers?*" («*Следует ли нанимателям использовать метод кнута или пряника?*») необходимо обратить внимание на его стилистические (лаконичность и фамильярность), грамматические (эллипсис с опущением сказуемого) и лексические особенности (ФЕ, модифицированная посредством приемов перестановки и замены компонентов), а также на контекст. В данном случае заголовок можно перевести с учетом общего содержания статьи и особенностей русскоязычного публицистического стиля, используя распространенное инфинитивное предложение, а также методы перефразирования и фразеологического перевода, основанного на передаче значения англоязычной ФЕ русскоязычным модифицированным относительным фразеологическим эквивалентом (***кнут*** *[и] или* ***пряник***).

Нами были проанализированы способы перевода на русский язык 100 англоязычных газетных заголовков, в которых употребляется 100 модифицированных ФЕ. Установлено, что 86 % модифицированных ФЕ переводятся фразеологически и 14 % – нефразеологически. При переводе заголов-

ков, содержащих модифицированные ФЕ, в 55 % случаев используются лексические переводческие трансформации, в 45 % случаев – более одного типа различных переводческих трансформаций.

Таким образом, мы делаем вывод о том, что большая часть англоязычных газетных заголовков, в которых употребляются модифицированные ФЕ, переводится посредством лексических трансформаций, однако в значительном количестве случаев может употребляться более одного вида переводческих трансформаций. При этом большинство самих модифицированных ФЕ переводится фразеологически, хотя частотность использования нефразеологического перевода также достаточно высока.

Н. Бандюк

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ О ДЕНЬГАХ И РОСКОШИ В АНГЛИЙСКОМ, НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Исследование посвящено анализу концептов «деньги» и «роскошь» – одних из важнейших в системе материальных ценностей человека – лексикализованных средствами фразеологических единиц (ФЕ) в трех неблизкородственных индоевропейских языках.

Для исследования использовались «Англо-русский фразеологический словарь» А. В. Кунина, «Немецко-русский фразеологический словарь» Л. Э. Биновича и «Фразеологический словарь русского языка» Е. Н. Телия. Методом сплошного чтения были найдены 127 фразеологизмов, из которых 62 ФЕ на английском языке, 35 – на русском и 30 – на немецком языках.

С точки зрения структуры и выполняемой ими функции отобранные фразеологические единицы подразделяются на:

1) словосочетания, выполняющие номинативную функцию (*за копейку удавиться, well and warm* ‘обеспеченный человек’, *eine goldene Nase verdienen* ‘делать деньги из ничего’);

2) предложения (пословицы, поговорки), выполняющие коммуникативную функцию (*копейка рубль бережет, dollar signs in somebody’s eyes* ‘с долларами в глазах’, *Geld regiert die Welt* ‘деньги правят миром’).

Фразеологические единицы обладают значительным прагматическим потенциалом, т.е. способностью нести информацию о ценностях говорящего и оказывать эмоциональное воздействие на слушающего, что достигается, в том числе, за счет их экспрессивно окрашенного значения.

Особенностью идиом – разновидностей ФЕ – является несоответствие их плана содержания плану выражения (*бить рублем, ходячая монета, mint money* ‘наживаться’), что придает особую глубину и гибкость их значению.

Результаты анализа показывают, что частотные английские и немецкие фразеологизмы используются для выражения положительной оценки действиям и благосостояния человека (*Geld hat keine Zipfel* ‘у денег нет вершин’, *Put on the Ritz* ‘щеголять дорогими и модными нарядами’).

Однако устойчивые русскоязычные выражения часто служат для выражения отрицательной оценки действий или признаков (*в грош не ставить, последнюю копейку ребром поставить, грош цена*).

Также были выявлены номинации денежных средств, которые входят в состав фразеологических единиц. Номинация денежной единицы *монета,* например, реализует чаще всего значение идентичности, где *монета* обозначает что-то схожее, одинаковое (*платить той же монетой, сходить за чистую монету, принимать за чистую монету)*.

А. Борисова

К ВОПРОСУ ОБ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИМЕН СОБСТВЕННЫХ ДЛЯ СОЗДАНИЯ НАЗВАНИЙ АМЕРИКАНСКИХ БРЕНДОВ

Предпринятое исследование посвящено выявлению степени продуктивности разных способов номинации при создании названий брендов в английском языке. Основное внимание в нашем исследовании уделяется тем наименованиям, для образования которых было использовано имя собственное.

Для проведения исследования мы отобрали 50 названий наиболее успешных американских компаний, вошедших в рейтинг *Fortune Global 500* за 2020 год. Проведенный анализ отобранных для исследования наименований позволяет сделать следующие выводы.

Исходные, или первичные, процессы номинации – крайне редкое явление в современных языках: номинативный инвентарь языка пополняется в основном за счет заимствований или вторичной номинации, то есть использования в акте номинации фонетического облика уже существующей единицы в качестве имени для нового обозначаемого. И названия американских брендов являются ярким подтверждением данного тезиса: все наименования, отобранные для анализа, являются результатом вторичных процессов номинации.

Использование имени собственного в качестве исходной единицы при образовании названия бренда в английском языке – достаточно частое явление. По нашим наблюдениям удельный вес наименований брендов, в основу которых было положено имя собственное, составляет более 30 % от общего количества отобранных для анализа лексических единиц. В том числе названия компаний, в основу которых легло имя их создателя, составляют 28 % (например: *McFesson, Johnson & Johnson* и т.д.). Названия компаний, в основу которых было положено географическое название, составляют 4 % (например: *Amazon* и *AmerisourceBergen).* Достаточно редким (2 %), но не менее интересным является наименование *Valero Energy*, в основу которого легло название исторического события, а именно бывшей католической миссии Сан-Антонио-де-Валеро и битвы за Аламо, проходившей в ходе данной миссии.

Названия брендов, в основу которых было положено имя собственное, могут являться результатом разных способов номинации, среди которых наиболее репрезентативными являются случаи использования словосложения (не менее 50 %, например, *FordMotor* и т.д.), семантической деривации (не менее 30 %, например, *Boeing* и т.д.) и аббревиации (не менее 10 %, например, *Walmart* ← *Walton* + *Market*; здесь, однако, следует отметить, что некоторые исследователи считают подобные лексические единицы результатом процесса контаминации, а не аббревиации).

Подытоживая сказанное выше, считаем, что достаточно интересным было бы проведение аналогичного исследования на материале других языков, например, русского и белорусского, а также проведение сопоставительного анализа названий брендов, отобранных из разных языков.

Т. Василькова

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КОМПОНЕНТОМ «ВОЕННОЕ ОРУЖИЕ» В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Фразеологизмы с компонентом «военное оружие» представляют собой устойчивые обороты, в состав которых входят десемантизированные слова, обозначающие в своем свободном лексическом значении специальные устройства для поражения противника в вооруженной борьбе, например: *die Klinge kreuzen, продать шпагу, Дамоклов меч*.

Методом сплошной выборки из фразеологических словарей немецкого и русского языков (H. Schemann; В. П. Жуков, А. И. Молотков) были отобраны 47 фразеологических единиц немецкого языка и 58 фразеологизмов русского языка.

Анализ материала показал, что в качестве оружейных компонентов в немецком языке выступают такие лексемы, как *Waffe, Bogen, Dolch, Klinge, Pike, Geschoss*. Компонентами фразеологизмов в русском языке являются лексемы *меч, бомба, шпага, пистолет, пули, порох, оружие, стрела*. Было выявлено, что самой распространенной лексической единицей – оружейным компонентом в немецком языке является лексема *die Waffe*, в русском языке – лексема *оружие*.

В ходе анализа семантической структуры изучаемых фразеологизмов была проведена классификация материала с выделением семантико-грамматических классов в соответствии с классификацией, разработанной А. М. Чепасовой. Было установлено, что среди фразеологизмов с компонентом «военное оружие» в обоих языках преобладают процессуальные фразеологические единицы (64,4 % в немецком языке, 38,5 % в русском языке), например: *die Pistole auf die Brust setzen, скрестить шпаги.*

На втором по частотности месте оказались качественно-обстоятельственные фразеологизмы в немецком языке (26,6 %), например, *an zwei Fronten kämpfen* и предметные фразеологизмы в русском языке (22,8 %), например: *братья по оружию, пушечное мясо.*

Другие семантико-грамматические классы представлены признаковыми (*voll wie eine Granate (sein), пулеметная очередь*), а также количественными фразеологизмами (*имя же им легион*). Следует отметить, что количественные фразеологизмы были зафиксированы лишь в русской выборке.

Таким образом, сравнение фразеологических единиц с компонентом «военное оружие» в немецком и русском языках показало, что в обоих языках самым распространенным оружейным компонентом является лексема *оружие*. Как в немецком, так и в русском языках преобладают процессуальные фразеологизмы. Предметные фразеологические единицы с компонентом «военное оружие» встречаются в русском языке чаще, количественные же фразеологизмы не представлены в немецкой выборке.

А. Вилимайтус

НОМИНАЦИИ БАСКЕТБОЛЬНЫХ, ФУТБОЛЬНЫХ И ХОККЕЙНЫХ КОМАНД
(на материале немецкоязычных текстов и сайтов СМИ)

В настоящей работе исследуются номинации команд в трех видах спорта (баскетбол, футбол, хоккей) и предпринята попытка обобщить полученные результаты, сравнить структуры и особенности номинаций в различных видах спорта.

Целью научно-исследовательской работы является установление семантических особенностей номинаций, описывающих баскетбольные команды.

Согласно цели в ходе исследования решается ряд основных задач:

- провести семантический анализ номинации спортивных команд;
- установить структуру номинаций команд игровых видов спорта;
- описать специфику и особенности процесса именования игровых команд.

В ходе исследования установлено, что номинации спортивных команд представляют собой результат творчества коллективного номинанта и акта самооценки спортсменов и обусловлены желанием номинанта позиционировать игроков как сильную, успешную команду. Было выявлено, что самым распространенным элементом в официальных названиях игровых команд Германии является локатив/топоним (*BG Göttingen*, (баскетбол), *FC Augsburg* (футбол), *ERC Ingolstadt* (хоккей)). Отмечается, что для названия немецких баскетбольных и хоккейных команд частым феноменом являются англицизмы (*Sharks Hamburg* (*баскетбол*), *Schwenninger Wild Wings* (*хоккей*)).

В исследовательской работе также были определены структуры и выявлены различия в структурах номинаций в различных видах спорта.

Подчеркивается особая роль ядерного компонента номинации, в качестве которого чаще всего используются зоонимы (*Eisbären Bremerhaven*) (*баскетбол*), *Adler Mannheim* (*хоккей*), имена мифологических героев

(*HAKRO Merlins Crailsheim*), абстрактные понятия (*Eintracht Frankfurt (футбол*). Ядерный компонент номинации используется для того, чтобы выделить физические характеристики и личностные качества игроков. Так, например, зооним *пантера* (*Wiha Panters Schwenningen* (*баскетбол*)) подчеркивает такие профессиональные характеристики спортсменов, как скорость ловкость, а также персональные качества спортсменов, как благородство и гордость.

В исследовании отмечаются особенности номинаций женских и юношеских команд, в которых подчеркиваются особенности этих групп, например, *Chem Cats Chemnitz* (баскетбол, женщины), *YOUNG RASTA DRAGONS* (баскетбол).

Отдельно были рассмотрены названия, номинантом которых являются не сами игроки и их представители, а фанаты данных команд. В этом случае речь идет о так называемых кличках, которые призваны выделить любимую команду среди других. Так, например, в текстах можно встретить такое обозначение футбольного клуба SG Freiburg, как *Breisgau-Brasilianen*: *Wie man die Münchener schlägt, zeigten einst die Breisgau-Brasilianer*. Это прозвище предицирует игрокам высочайший уровень игры, называя их бразильцами, которые признаны лучшими футболистами.

Д. Волчек

КОМПАРАТИВНЫЕ АНИМАЛИСТИЧЕСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В РУССКОМ, БЕЛОРУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Фразеологические единицы отражают сложный и многофакторный процесс развития культуры народа, непосредственно участвуют в передаче от поколения к поколению культурных и этических установок. Изучение фразеологизмов, в особенности с компонентами-зоонимами, чрезвычайно важно для знакомства с традициями, обычаями, моделями поведения, картиной мира представителей иной культуры, для понимания законов, функционирующих в чужой культуре, осмысления многомерности мира.

Языковой материал для анализа был отобран методом сплошной выборки по словарям английского, белорусского, русского языков. Всего отобрано 65 фразеологических единиц, содержащих компаративные компоненты-зоонимы, в английском языке, 39 фразеологических единиц в русском языке и 18 фразеологических единиц в белорусском языке.

В устойчивых компаративных конструкциях с компонентом-зоонимом используются имена прилагательные, характеризующие стереотипные представления о качествах животных, перенесенные на человека. При этом фразеологическая единица может обладать как позитивной коннотацией, так и негативной. Компоненты-зоонимы включают в себя наименования животных, тесно связанных с человеком в процессе его культурно-исторического развития.

Мы классифицировали ФЕ в зависимости от того, на какое состояние человека они указывают. Для выражения состояния радости, ощущения счастья в русском языке используется зооним *слон*, в английском – *жаворонок, мышь* и *свинья*. На такое качество человека, как трудолюбие указывают фразеологизмы с зоонимом *вол* в русском, *бобр* – в английском. Для выражения храбрости, смелости используются следующие зоонимы в составе компаративных фразеологизмов: *медведь* и *лев* (английский язык).

Физическое состояние человека часто сравнивается с состоянием какого-либо животного. При этом ФЕ может обладать, как позитивной коннотацией (зоокомпоненты *бык* в русском языке, *бык, вол* и *медведь* – в белорусском языке, *бык, лошадь, вол, лев* – в английском), так и негативной (зооним *волк* и *свинья* в обоих языках).

В разных языках может наблюдаться определенная общность в отсылке к тем или иным животным, каждая культура формирует свой набор подобных единиц, закрепляя за ними определенные характеристики. Так, общими для рассматриваемых культур будут *лиса, волк, кошка, мышь*.

Но все же в каждой культуре можно выделить определенные доминантные образы, которые чаще других фигурируют во фразеологизмах. Для русского языка подобными зоонимами будут *лошадь, собака, волк, осел*. Для английского это *elephant, horse, mouse*. В белорусском языке очень часто появляются образы кота.

К. Врублевская, Л. М. Лещёва

АНГЛИЙСКИЕ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ЧЕЛОВЕКА, КАК ИСТОЧНИК ЛАКУН В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Объект анализа – межъязыковые лексические лакуны, возникающие при сопоставлении двух языков и характеризующиеся отсутствием в одном из языков переводного эквивалента, т.е. наличием в нем безэквивалентной номинативной единицы.

Предмет анализа – тематические, номинативные и стилистические свойства англо-русских лакун, характеризующих человека, а также способы их перевода на русский язык.

Материалом исследования послужил корпус англо-русских лакунарных имен существительных, характеризующих человека, включающий 50 единиц.

Как показали результаты анализа, с точки зрения характера номинации анализируемые безэквивалентные единицы могут быть: семантическими дериватами (*bear* ‘«медведь», биржевик, играющий на понижение’), морфологическими дериватами (*baby-boomer* ‘родившийся в период бэби-бума’), заимствованиями (*Chicanos* ‘чиканос, американцы мексиканского происхождения’).

С точки зрения тематической отнесенности, безэквивалентные существительные, именующие человека, в большинстве случаев именуют его функциональные характеристики, как правило, отрицательные: *tax dodger* ‘уклоняющийся от уплаты налогов’.

Проанализированные безэквивалентные существительные являются стилистически маркированными: большая часть таких существительных являются сленгизмами с отрицательной оценкой человека (*bimbo* ‘молодая женщина соблазнительной внешности, но не блещущая умом’).

Основными способами передачи значения англо-русских лакунарных имен существительных, характеризующих человека, выступают: описательный перевод (*regular* ‘избиратель, постоянно голосующий за какую-либо партию’), подбор функционального аналога (*suckling* ‘сосунок’), калькирование (*corn-crakers* ‘презр. «лущики кукурузы», прозвище белых бедняков штата Кентуки’) и транскрипция, часто в сочетании с описательным переводом (*gringo* ‘(в Латинской Америке) презр. гринго, американец, или любой говорящий по-английски иностранец’).

Таким образом, при переводе на русский язык английских существительных, именующих и отрицательно характеризующих интеллектуальные, социальные, функциональные, национальные признаки человека, часто встречаются лакунарные, безэквивалентные единицы, требующие особых приемов передачи их значения.

Ю. Голахова

ГЛАГОЛЫ ГОВОРЕНИЯ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Объектом нашего исследования являются глаголы говорения в немецком языке.

Согласно лексическому смыслу все глаголы можно разделить на следующие группы. Это глаголы говорения:

- по цели речевого акта;
- которые характеризуют манеру общения;
- которые определенным образом характеризуют голос: *quacken, krächzen, miauen* и т. п.;
- передающие непринужденную атмосферу: *schnattern* и т. п.

В свою очередь глаголы говорения по цели речевого акта делятся на:

- глаголы сообщения: *sagen, reden, meinen, vortragen, detallieren* и т. п.;
- глаголы замечания: *bemerken, erwähnen, berühren* и т.д.;
- глаголы разъяснения: *erklären, bereden, näherbringen, erläutern, auseinanderbiegen* и т. п.;
- негативные глаголы: *schwafeln, kohlen, sabbern, lügen* и т. п.

Глаголы говорения, которые характеризуют манеру общения делятся на:

- глаголы говорения с препятствием: *stottern, lispeln, nuscheln, schnarren* и т. п.;

- глаголы с особенностями произношения, например, через нос: *nuscheln, näseln* т. п.;
- глаголы, говорения с целью сохранения тайны: *verraten, tuscheln, raunen, zischeln, entschleiern, enthüllen* и т. п.;
- глаголы, говорения в грубой манере, сердито: *klotzen, lästern, kapiteln, sich zanken, zawwern, zaustern* и т. п.;
- глаголы нечеткой манеры говорения: *lallen, babbeln, brabbeln, murmeln* и т. п.;
- глаголы недостаточной громкости говорения: *raunen, zischen, wuscheln* и т. п.;
- глаголы, артистичной манеры говорения: deklamieren, rezitieren, vorsagen и т. п.;
- глаголы, описывающие непрерывное говорение: *sabbeln, haspeln* и т. п.;
- глаголы, подчеркивающие непродуманное говорение: *drauflosreden* и т. п.

Заключительным этапом исследования стало, построение лексико-семантического поля «говорение» в немецком языке. В ходе анализа лексико-семантического поля глаголов говорения в немецком были выявлены семантически недифференцированные глаголы, обозначающие процесс произнесения без дополнительных характеристик.

В. Данилевич

ОБРАЗОВАНИЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Наше исследование посвящено образованию фразеологических библеизмов в немецком языке. Фразеологизмом называется единица языка, которая представляет собой устойчивое сочетание, выражающее одно значение. Источниками происхождения могут быть различные мифы, исторические события, однако не все источники изучены в полной мере, в особенности такое понятие, как *библейские фразеологизмы* требует более тщательного исследования. Многие люди, использующие в своей речи фразеологизмы, не подозревают о том, что многие из них происходят из Священного Писания. Таким образом, объясняется актуальность изучения библейских фразеологизмов.

Объектом исследования является образование библейских фразеологизмов – устойчивых словосочетаний, связанных по своему происхождению с текстом Священного Писания.

В нашей речи присутствует большое количество устойчивых словосочетаний, которые возникли из Библии. Эта книга является самым главным источником фразеологизмов. Наиболее актуальным аспектом в наше время является межъязыковое сопоставление фразеологизмов. Этот вопрос полезен людям, занимающимся переводом или интересующимся иностранной куль-

турой. Фактом является то, что фразеологизмы в одном языке не переводятся дословно на другой, поэтому изучение особенностей перевода библейских фразеологизмов является важным при изучении языка.

В ходе исследования нами было выделено несколько принципов образования немецких библейских фразеологизмов в отличие от русского языка.

К первой группе относятся библеизмы с различными падежными формами и разным оформлением синтаксических конструкций.

Вторая группа включает фразеологизмы, которые образуются с использованием разного порядка слов.

Третья группа – это фразеологизмы, которые в немецком языке имеют другое лексическое наполнение, отличающееся количеством или выбором слов от русского аналога.

Четвертую группу составляют немецкие библеизмы, которые совершенно отличаются лексическим наполнением от русских.

Проанализировав то, как образуются фразеологизмы в немецком языке, можно прийти к выводу, что множество немецких фразеологизмов представлено сложными словами, и смысл их можно понять через дословный перевод. Однако немалая группа фразеологизмов представлена *несвязными* устойчивыми языковыми единицами. Это говорит о самобытности народа и самостоятельности формирования фразеологического состава языка.

А. Згрундо

НАЗВАНИЯ РОДСТВЕННИКОВ ВО ФРАЗЕОЛОГИИ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

Во фразеологии (от греч. *phraseos* – выражение и *logos* – слово, учение) – разделе лингвистики, изучающей устойчивые речевые обороты и выражения (фразеологизмы), – встречаются единицы с компонентами-терминами родства. Это слова, образующие определенную лексико-семантическую группу с интегральным признаком «родственные отношения между людьми».

Для установления специфики использования родственных наименований в устойчивых единицах был проведен анализ 82 фразеологических единиц английского языка и 62 фразеологизмов немецкого языка.

Наиболее распространенными наименованиями родственников в английском и немецком языках являются *mother/Mutter* и *father/Vater*, что подчеркивает важность этих фигур в обеих культурах. Матери приписываются такие черты, как забота, любовь, мудрость. В обоих языках компонент *мать* отображает первооснову чего-либо, что-то выдающееся. Например, *a mother's heart/das Mutterherz* ‘материнское сердце’. *Experience is the mother of wisdom/ Vorsicht ist die Mutter der Weisheit* ‘Осторожность/опыт – мать мудрости’.

Также в обоих языках прослеживается важность отца. Например, *to be like a father/wie ein (richtiger) Vater zu jemandem sein* ‘быть как отец’, *one father is more than a hundred schoolmasters* ‘Один отец лучше ста учителей’.

Наименее частотным в английском языке является наименование *Grandmother* ‘бабушка’, в немецком – *Schwester* ‘сестра’. В немецком языке отсутствуют фразеологические единицы с компонентом *кузен,* что может означать относительную незначительность этого родственника для немцев.

В обоих языках большинство фразеологизмов с компонентом-названием родственников имеют позитивную коннотацию, что говорит о ценности семьи для обеих культур. Также наблюдается следующая тенденция: чем более далекий родственник, тем вероятнее, что фразеологизмы с названием этого родственника будут иметь негативное значение, и наоборот.

Что касается отличий, они минимальны. Это может быть результатом того, что картины мира и менталитет данных культур чем-то схожи: и англичане, и немцы сдержанны, интровертны, высоко ценят семью и традиции.

Таким образом, проведенный анализ позволил определить основные черты картин мира обеих культур, их отношение к институту семьи, а также сходства и различия в структуре и семантике.

М. Кликушина

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЯ *РАБОТА* ВО ФРАЗЕОЛОГИИ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

Фразеологизмы являются одним из путей к изучению мировоззрения представителей различных культурных сообществ, так как все их значения связаны с человеком, его культурным опытом. С помощью исследований фразеологического фонда можно проследить развитие человеческого общества за длительный отрезок времени, а также сопоставить культурный, исторический, языковой путь отдельных народов.

Под концептом понимают определенные ключевые слова, важнейшие понятия. Они включают в себя информацию о том, что человек знает, предполагает, думает и воображает, как видит тот или иной фрагмент мира.

В центре данного исследования находился концепт «работа», выраженный во фразеологическом фонде английского языка через компоненты «work», «to work» и через компоненты «arbeit/job», «arbeiten» в немецком языке.

Так, в ходе исследования 29 фразеологических единиц английского языка был сделан вывод о том, что для англичанина работа – это обязательный труд, способ достижения цели. Например: *He that will not work shall not eat* ‘Кто не работает, тот не ест’. Работа – это повседневное занятие, привычные дела: *all in a day’s work* ‘в порядке вещей’. Работа – это наказание: *give smb. the works* ‘жестоко обращаться с кем-л.’. Работа – это результат деятельности и показатель навыков и умений: *A workman is known by his work* ‘Мастера видно по работе’, а также показатель величия:

the workshop of the world ‘мастерская мира’ (прозвище Англии). Кроме того, работа – это индикатор человеческих качеств: *A bad workman finds faults with his tools* ‘У плохого мастера всегда инструмент виноват’. Домашние обязанности для англичанина – это тоже работа: *A women’s work is never done* ‘(Женской) работе по дому нет конца’. Однако при этом работа для англичан – это и отдых, развлечение: *dirty work at the crossroads* ‘безудержное веселье’.

При анализе 16 фразеологических единиц немецкого языка было отмечено следующее: для немца работа – это прежде всего тяжелый труд, противоположность отдыху: *Bei der Arbeit recht beginnen, beim Genießen rechter Schluss* ‘Для работы важно вовремя начать, а в удовольствии – вовремя остановиться’. Также работа для немца – это жизненная необходимость: *von seiner Hände Arbeit leben* ‘жить собственным трудом’. Работа характеризует человека: *Arbeit ist der Bürgers Zierde* ‘Человека красит труд’.

Это свидетельствует о том, что при разной этимологии ключевых слов исследуемых единиц в английском и немецком языках у них в целом схожее семантическое и лингвокультурологическое наполнение, что объясняется их принадлежностью к одной группе индоевропейской семьи языков, а именно к германской.

П. Ковалёва

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА КОНЦЕПТУАЛЬНОЙ МЕТАФОРЫ В ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ (на примере видеороликов предвыборной кампании Д. Трампа 2020 г.)

Для характеристики лексических средств, используемых в концептуальных метафорах политического предвыборного дискурса 2020 года, были проанализированы тексты видеороликов, используемые Д. Трампом, бывшим президентом США, бизнесменом-миллиардером, известным своим неординарным стилем общения.

В текстах видеороликов было установлено использование антропоморфных, природоморфных, социоморфных и артефактных моделей метафор (согласно классификации А. П. Чудинова).

Антропоморфная модель. Данные модели концептуальных метафор используются для создания сложных политических понятий на основе представлений о хорошо знакомых человеку повседневных реалиях, касающихся таких сфер, как «Семья», «Болезнь», «Анатомия», «Поведение человека» и др.

Природоморфная модель. Источниками для моделирования этого вида концептуальной метафоры в данном случае служат понятийные сферы «Мир животных», «Мир растений», «Мир неживой природы», т.е. политические реалии осознаются в терминах мира живой и неживой природы.

Социоморфная модель. Мир политики метафорически моделируется по образцу других сфер общественной деятельности человека, включающих такие понятийные сферы, как «Война», «Театр», «Игра и Спорт», «Путь» и др.

Артефактная модель. Политическая сфера моделируется на основе понятий о таких создаваемых человеком вещах (артефактах), как «Механизм», «Здание», «Инструмент», «Домашняя утварь» и др.

На основе установленных 50 примеров метафор указанных типов можно заключить, что чаще всего (19 случаев, 38 %) Д. Трамп использует в своей речи антропоморфную модель политической метафоры. На втором месте (14 случаев, 28 %) по частотности используется артефактная модель политической метафоры. На третьем месте (12 случаев, 24 %) – использование Д. Трампом социоморфной модели, в частности, на основе понятийной области «Война». Реже всего Д. Трамп прибегает к использованию природоморфной метафоры (5 случаев, 10 %).

Представляет интерес сопоставительное исследование метафорических моделей в предвыборных роликах его политического соперника Джо Байдена, поскольку, как указывает Дж. Лакофф (G. Lakoff. Moral Politics: How Liberals and Conservatives Think, 2002), риторика двух конкурирующих политических партий в США, республиканской и демократической, традиционно базируется на разных типах концептуальной метафоры.

В. Козырев

ФУТБОЛ КАК ОБЪЕКТ НОМИНАЦИИ
(на материале немецкоязычных текстов СМИ)

Для понимания образа мыслей определенного народа, для выявления его культурно-специфических особенностей существуют концепты. Под концептами понимают фрагменты культуры, составные части языковой картины мира, которые являются своеобразным «хранилищем» жизненного опыта людей.

Одним из таких концептов служит футбол, присутствующий в подавляющем большинстве национальных лингвокультур. Футбол как значимый фрагмент картины мира актуализируется в ней, репрезентируя при этом многовековой опыт народа.

Исследуя механизмы языковых номинаций футбольных команд, было установлено, что они представляют собой результат творчества коллективного номинанта, выбирающего имена с выраженной коннотацией, передающие положительную оценку, стремясь подчеркнуть только сильные стороны команды. Кроме того, названия команд есть результат акта самооценки футболистов.

При изучении данного вопроса выяснилось, что номинация футбольных команд происходит из двух каналов: непосредственно команда либо создатели клуба и болельщики.

В ходе работы была выявлена немецкая особенность языковой номинации футбольных клубов: последовательная и активная реализация принципа языковой экономии, который в данном случае проявляется в наименовании команд по начальным буквам коллектива. Например, *FCK* (1. FC Kaiserslautern), *RWE* (Rot-Weiβ Essen), *FCN* (1. FC Nürnberg).

На основе немецкоязычных текстов СМИ продемонстрирована тенденция немецких болельщиков к активному использованию прозвищ для футбольных клубов, при этом номинации носят как положительную, так и отрицательную оценку.

Так, например, в процессе изучения данного вопроса мы установили, что футбольный клуб Ballspielverein Borussia 09 e. V. Dortmund немецкие болельщики прозвали *Buhrussia*. Данная номинация связана с немецким возгласом *Buh*, которым болельщики выражают свое негодование. Такое название возникло в то время, когда клуб потерпел ряд поражений. После этой череды неудач немецкие болельщики стали активно использовать негативно окрашенную номинацию *Buhrussia*.

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что языковые номинации футбольных команд имеют определенные закономерности, которые были обобщены и систематизированы в настоящей работе.

В. Колесная

ТЕМАТИЧЕСКАЯ ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ УСТАРЕВШЕЙ ЛЕКСИКИ
(на материале лексем, исключенных из словаря Duden 2020 г.)

Язык – это динамичная система. Наряду с обогащением словарного состава языка происходит устаревание лексики. Устаревшие слова делятся на 2 категории: историзмы и архаизмы. Историзмы не используют в речи, так как те предметы и понятия, которые они обозначали, исчезли. Архаизмы – это обозначения объектов, явлений и предметов, которые существуют и по сей день, но имеют другие наименования. Лексемы, вышедшие из словарного состава языка, имеют разную тематическую принадлежность, например: «Мода и текстиль», «Спорт», «Семья и повседневная жизнь», «Экономика», «Медицина и естественные науки» и др. В данном сообщении рассматриваются две группы: «Мода и текстиль»; «Семья и повседневная жизнь».

Примеры устаревших слов тематической группы «Мода и текстиль»: *Ansteckärmel* – наколотый булавками рукав, типичный для средневекового костюма; *Autocoat* – пальто, которое особенно подходит для вождения автомобиля из-за его короткой длины; было особенно популярно в шестидесятые годы. В 1920-х годах в словарный состав языка вошло слово *Schwitzer* (от нем. *schwitzen* ‘потеть’) – свитер, пальто или блузка из трикотажа с V-вырезом, которые использовались для игры в теннис или крикет. В 1957 г. данная лексема вышла из употребления и была заменена английским *Sweater*.

Примерами устаревших лексем тематической группы «Семья и повседневная жизнь» могут служить: *Nebenwohner* – сосед по комнате, а также жители планеты, которые живут под противоположными меридианами; *Nipptisch* – стол с изящными ножками и изящной формой, который предназначен для хранения разных безделушек, в настоящее время данный предмет мебели исчез из обихода; *Nasenquetscher* – лексема вышла из употребления в 1934 году, обозначала очень плоский гроб, без украшений и орнаментов, который использовался для захоронения бедняков или самоубийц.

Таким образом, можно сделать вывод, что важнейшей причиной выхода лексем из активного употребления и словарного состава в обеих тематических группах является исчезновение обозначаемых ими денотатов. Существенное отличие заключается однако в количестве устаревшей лексики, а именно: в тематической группе «Мода и текстиль» из последнего издания словаря Дуден было исключено 20 лексем, в тематической группе «Семья и повседневная жизнь» – 68.

Т. Коховец

АНАЛИЗ СЕМАНТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ПАРЕМИЙ С ЭЛЕМЕНТОМ *ЛЮБОВЬ* В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Совокупность всех приобретенных знаний, которые запечатлены в языковой форме, принято считать «языковой картиной мира», у каждого народа, обладающего собственным языком, есть и собственная языковая картина мира, в соответствии с которой носители языка воспринимают действительность.

Паремии занимают важное место в языковой картине мира, потому как они наиболее точно передают культурные смыслы и концепты. Паремии служат средством хранения и передачи народного опыта. Вполне обоснованно можно сказать, что в паремиях хранится этнический менталитет народа. Их изучение также помогает выявить пути формирования культурных стереотипов. Центральным объектом паремий всегда выступает человек, поэтому чувство любви, являясь важным компонентом его внутреннего мира, нашло отражение в многочисленных пословицах и поговорках.

Изучив русские паремии о любви, мы сделали следующие выводы.

Русский человек любит самоотверженно и горячо (*для милого не жаль потерять и многого*), любовь нельзя насильно вызвать или подчинить (*любовь не пожар, а загорится – не потушишь*). Являясь самым большим благом и наслаждением (*деньги прах, одёжа тоже, а любовь всего дороже*), она нередко приносит ему страшные страдания, заставляя мучится от безответных чувств (*мое сердце в тебе, а твое в камени*), либо подразумевает насилие и побои (*бьет – значит любит; кого люблю, того и бью*).

После изучения немецких паремий с элементом *любовь* мы установили следующее.

Для немецкого человека любовь является источником как счастья (*Glückliche werden geliebt*), так и бед (*Liebe ist des Leides Anfang*). Она может все преодолеть (*Der Liebe ist kein Dingunmöglich*), не подчиняется правилам (*Liebe regiert ohne Gesetz*) и придает жизни смысл (*Wer nicht mehr liebt und nicht mehr irrt, der lasstsich begraben*), однако имеет свойство заканчиваться (*Man liebt einen Menschen nichtalle Tage*). Верность и взаимопонимание – основа любви (*Treue ist eine Schwester der Liebe; Reden ist einander lieben*).

Каждый народ по-своему воспринимает окружающий мир, а значит, в каждом языке объективная реальность будет отражаться по-разному. Изучение пословиц и поговорок, являющихся неиссякаемым кладезем народного опыта, помогает сформировать мнение об определенном этносе и лучше понять его представителей.

А. Криворучко

ФРАЗОВЫЕ ГЛАГОЛЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПЕЧАТНОМ МЕДИАДИСКУРСЕ: ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ

Существует множество классификаций фразовых глаголов. В данной работе мы классифицировали фразовые глаголы по степени идиоматичности согласно классификации А. С. Самигуллиновой и разделили их на три группы: а) глаголы с буквальным значением всех компонентов, б) глаголы, в которых основной глагол сохраняет свое прямое значение, а послелог придает сочетанию иное значение, в) глаголы, значение которых не выводится из значения составляющих их компонентов. К первой и второй группам мы отнесли глаголы с буквальным значением всех компонентов (неидиоматичные глаголы), к третьей – глаголы, значение которых не выводится из значения составляющих их компонентов (идиоматичные глаголы).

С целью идентификации фразовых глаголов в англоязычном газетном дискурсе нами было проанализировано 50 новостных статей, опубликованных в таких периодических изданиях, как The New York Times, The Guardian, The New Yorker, The USA Today, The Independent в период с 3 по 10 марта 2021 года. Всего было выявлено 172 случая употребления фразовых глаголов. Далее фразовые глаголы были сгруппированы в соответствии с входящим в их состав послелогом и классифицированы по степени их идиоматичности.

Как показал анализ, наиболее частотным вторым компонентом оказался послелог *up*. Количество случаев его употребления составило 42 раза. Объяснить наибольшую частотность употребления послелога *up* можно тем фактом, что для данного послелога характерен наибольший спектр значений (направление вверх, увеличение размера, числа или силы, деструктивное значение, завершение какого-либо действия, улучшения настроения, проявления радости):

For those with milder cases, we believe that antibody-rich plasma would ***speed up*** *recovery time and reduce the spread of the virus* (The USA Today, 07.03.2021);

Supreme Court refuses to ***take up*** *Trump suit about Wisconsin election results* (The USA Today, 08.03.2021).

Послелог *out* в изученных статьях был использован 30 раз, предлог *on* – 16 раз. Послелог *down* был использован 14 раз.

В заключение отметим, что благодаря своей сжатости, выразительности и в то же время большой информативности фразовые глаголы легко проникают в сферу новостного печатного медиадискурса, вытесняют сложные синтаксические конструкции и заменяют традиционные глагольные единицы с аналогичным значением, демонстрируя при этом высокую степень моделируемости представления информации. Говоря об идиоматичности фразовых глаголов, из 172 случаев их использования в 50 проанализированных статьях новостной прессы 91 случай (53 %) составляют идиоматичные фразовые глаголы и 81 случай (47 %) – неидиоматичные глаголы. И поскольку все фразовые глаголы заимствованы из устной речи, то и идиоматичные, и неидиоматичные фразовые глаголы используются в прессе в равной степени, придавая газетному языку определенную степень неформальности и разговорности.

Н. Кулик

К ВОПРОСУ ОБ УЧАСТИИ СОКРАЩЕННЫХ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОЦЕССАХ

Настоящее исследование направлено на выявление степени словообразовательной активности сокращенных лексических единиц, используемых в современных газетных текстах.

Сокращенные лексические единицы могут принимать участие практически во всех словообразовательных процессах, а именно в процессах аффиксации, конверсии, словосложения, обратной деривации и даже вторичной аббревиации.

Результат словообразовательного процесса с участием сокращенной лексической единицы обозначается такими терминами, как *аббревиатурное производное*, *отаббревиатурное производное*, *отаббревиатурное слово*, *производное от аббревиатуры*, *производное отаббревиатурного характера*, *корневая аббревиатура* и т.п. В настоящем исследовании мы остановились на использовании термина *отаббревиатурное производное*.

Словообразовательные ряды отаббревиатурных производных могут насчитывать от двух до десяти и более слов. Вполне очевидно, что чем выше словообразовательная активность сокращенной лексической единицы, тем она более самостоятельная в системе языка (мы имеем в виду возможность

использования сокращения, особенно инициального, без полного наименования, от которого оно было образовано). Кроме этого, словообразовательная активность сокращенной лексической единицы свидетельствует о том, что она воспринимается не как набор слогов, букв или звуков, за которыми стоят компоненты исходного наименования, а как нечто единое и целое.

Участие сокращенных лексических единиц в словообразовательных процессах характерно для сокращений, используемых в текстах разной стилевой принадлежности. При этом анализ отаббревиатурных производных, отобранных методом сплошной выборки из английских газетных текстов, свидетельствует о том, что наиболее активно сокращения принимают участие в процессе словосложения. Например: *US-style ← US (United States) + style*.

Примечательно, что политические, экономические и культурные события, происходящие в мире, могут стать толчком для образования новых лексических единиц, в том числе и отаббревиатурных производных. Так, с процессом выхода Великобритании из Европейского союза английский язык обогатился такими словами, как *Brexit-supporting, post-Brexit* и т.п.

Мы не сомневаемся, что подобные примеры можно найти и при проведении исследования на материале других языков. К сожалению, в результате анализа испанских и русских газетных текстов отаббревиатурные производные обнаружены не были. С нашей точки зрения, объяснить это можно тем, что подобные изменения сокращенных лексических единиц не носят регулярного характера.

Л. Левченко

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ В СФЕРЕ КИНОИНДУСТРИИ

Язык постоянно открыт для новых слов и выражений, так как он непрерывно взаимодействует с окружающей средой. Киноиндустрия, как и другие сферы деятельности человека, постоянно развивается, появляются новые фильмы и жанры, в связи с чем возникает необходимость придумывать новые наименования.

Под неологизмом обычно понимают новую лексику, которая появляется в языке для определения новых понятий или замены старых понятий. Источником для отбора 50 неологизмов, связанных с кинематографической тематикой, послужил электронный словарь новой лексики «Word Spy». В ходе анализа лексического материала были выделены 6 семантических групп.

Первая группа *People* ‘люди’ описывает разнообразные типы участников киносъемок: *actorvist* ‘an actor who is also an activist’, *warm prop* ‘a person who appears in the background of a scene in a television show or movie’.

Вторая группа *Types of films* ‘типы кино’ включает различные виды (жанры) фильмов или видео: *chick flick* ‘a movie with themes, characters, or events that appeal more to women than to men’, *mockbuster* ‘a low-budget movie with a title and plot similar to a current blockbuster film’.

Третья группа *Film technologies* ‘технологии в кино’ описывает использование разнообразных спецэффектов, технологий в фильмах: *tradigital* ‘relating to art, especially animation, that combines both traditional and computer-based techniques’, *wire-fu* ‘a cinematic technique in which actors perform kung-fu moves while attached to wires and pulleys that make them appear to fly, run up walls’.

Четвертая группа *Emotional states* ‘эмоциональные состояния’ называет эмоции, вызываемые просмотром фильмов: *hate-watch* ‘to watch a TV show, movie, or actor that one vigorously dislikes’, *snob hit* ‘a play or movie that many people see only because they feel it has a certain intellectual cachet, or because they feel that doing so would impress other people’.

Пятая группа *Additions to films* ‘дополнения к фильмам’ включает дополнительные сцены, рекламы: *cinemad* ‘a commercial played before a movie’, *credit cookie* ‘an extra movie scene played during the closing credits’.

Шестая группа *Miscellaneous* ‘разное’ включает неологизмы, которые не вошли в другие группы: *racebending* ‘in a movie, the practice of hiring actors whose race is different from that of the characters they portray’, *YA-ify* ‘to rewrite or modify a work to make it more suitable for, or more appealing to, a young adult audience’.

Таким образом, в ходе анализа выяснилось, что группа наименований типов фильмов оказалось самой многочисленной, так как каждый год появляются различные виды фильмов и им необходимо придумывать названия. Новые жанры в киноиндустрии имеют больше возможностей передать задумку режиссера.

А. Матюшевская

НАИМЕНОВАНИЯ ЖИВЫХ СУЩЕСТВ ПО ПРИЗНАКУ ‘ВОЗРАСТ’ В ЛЕКСИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В силу естественной значимости возрастной дифференциации живых существ в природе особый интерес представляет анализ релевантности семантического признака ‘возраст’ для разных наименований в лексической системе языка. Полученная выборка из толкового словаря «Collins Cobuild» свидетельствует о том, что то, несмотря на естественное возрастное деление живых существ в природе, количество наименований, семантике которых присущ признак ‘возраст’ в современном английском языке, ограничено и составляет 171 лексическую единицу.

Абсолютное большинство номинаций с исследуемым признаком представлено наименованиями лиц (140 ЛЕ), в то время как номинации животных в данной лексико-семантической группе составляют существенно меньшую подгруппу единиц (31 ЛЕ).

Наименования лиц по признаку ‘возраст’ обозначают различные периоды жизни человека: младенчество (*infant is a baby or very young child*), детский возраст до момента совершеннолетия (*adolescent is an adolescent boy or girl*), молодость (*lad is a young man or boy*), зрелость (*adult is a mature, fully developed person*), пожилой возраст (*OAP is a person who is old enough to receive an old age pension from the government*), среди которых превалируют наименования со значением молодого возраста. Данные номинации представлены как собственно номинациями по возрасту, так и, например, наименованиями по профессии и роду деятельности, по родству, по отношению к субъекту, которым наряду с иными признаками свойственен и семантический признак ‘возраст’: *mature student* ‘студент зрелого возраст (с 21 года)’; *nan* ‘бабуля’; *you can call someone kiddo, especially someone who is younger than you, as a sign of affection* ‘можно назвать кого-либо малышом, в особенности если он младше, чтобы выразить симпатию’.

Наименования животных, семантике которых присущ изучаемый признак, в современном английском языке представлены следующими семантическими подклассами: наименования птиц (9 ЛЕ, например, *chick is a baby bird* ‘цыпленок – это птенец’), наименования зверей (21 ЛЕ, например, *ewe is an adult female sheep* ‘овечка – это взрослая овца’) и всего одним наименование насекомого: *grub is a young insect* ‘личинка – это молодое насекомое’. Следует указать, что в данной подгруппе, в отличие от наименований лиц, не было выделено наименований живых организмов с признаком пожилого возраста. Среди выделенных наименований животных превалируют номинации домашних зверей и птиц.

Таким образом, лексико-семантическое объединение наименований живых существ по признаку *возраст* в современном английском языке представлена неоднородной и весьма ограниченной по количеству группой лексических единиц.

С. Милько

ИДИОМАТИЧНОСТЬ СЛОЖНОГО АНГЛИЙСКОГО СУЩЕСТВИТЕЛЬНОГО, ОБРАЗОВАННОГО ПО МОДЕЛИ ADJ + N

Словосложение – универсальный и продуктивный способ словообразования, имеющее в каждом языке свои особенности.

В сообщении рассмотрено явление идиоматичности свойственное всем сложным словам и способы ее установления. *Идиоматичность* сложного слова понимается в работе как несводимость его значения к сумме значений составляющих его деривационных баз. Значение сложного слова всегда

больше этой суммы: оно включает дополнительный идиоматический компонент, обеспечивающий существование сложного слова как самостоятельной номинативной единицы.

Материалом исследования стали 256 сложных существительных, образованных по модели adj + n → N, отобранных путем сплошного просмотра английского толкового словаря учебного типа А. С. Хорнби, а также их дефиниции.

С учетом представленности семантики производящих баз сложного слова в его дефиниции выявлено два основных типа сложных слов: 1) *экзоцентрический*, в лексикографическом описании которых не выражена эксплицитно ни одна из его деривационных баз, а степень идиоматичности выглядит максимальной, и 2) *эндоцентрический*, в лексикографическом описании которых присутствует хотя бы одна из двух деривационных баз сложного слова, соответственно, их степень идиоматичности меньшая.

Идиоматичность сложного слова может быть установлена не только формально, но и содержательно, с учетом его *мотивированности*, т.е. степени сложности реконструкции семантики сложного слова на основе лексических трансформаций 1–2 слов в дефиниции или логических операций с известной нам информацией о мире. В зависимости от степени мотивированности можно выделить 3 группы сложных слов: 1) немотивированные единицы, например экзоцентрическое *fairway* – (in golf) ‘the long strip of short grass that you must hit the ball along before you get to the green and the hole’; 2) частично мотивированные единицы, например, экзоцентрическое *bigwig* – ‘an important person’ и эндоцентрическое *greengage* – ‘a small soft green fruit that is a type of plum’; 3) высокомотивированные единицы, например, эндоцентрическое *midstream* – ‘the middle part of a river, stream, etc’, где обе деривационные базы представлены в дефиниции, или экзоцентрическое *newcomer* – ‘a person who has only recently (→newly) arrived (→came to a destination) in a place or started an activity’, где деривационные базы реконструируются на основе лексической трансформации.

Соотношение мотивированности и идиоматичности обратно пропорционально: чем степень мотивированности слова меньше, тем выше его идиоматичность.

К. Морозова

ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ НЕМЕЦКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКЕ

В результате многовековых контактов немецкого и белорусского народов белорусский язык обогатился многочисленными лексемами немецкого происхождения. В ходе сплошной выборки из «Словаря иностранных слов» А. Н. Булыко были выявлены более 400 немецких заимствований в белорусском языке. В языке-реципиенте заимствования претерпели грамматические, семантические и фонетические изменения.

Грамматическая ассимиляция немецких заимствований в белорусском языке проявляется в виде следующих изменений:

– исчезновении немецких артиклей: *der Zucker – цукар*;

– изменении исходного грамматического рода и числа имен существительных:

das Blech (ср.р.) – *бляха* (ж.р), *der Zügel* (ед. ч.) – *цуглі* (мн. ч.);

– увеличении объема слова в результате приобретения окончаний: *die Glasur – глазур**а**, die Makulatur – макулатур**а***;

– приобретении немецкими глаголами суффиксов *-ява-, -ава-* и их переходе в разряд имен существительных: *visieren – візір**ава**ць, bontieren – банціроўка*.

Отличительными чертами адаптации немецких лексем в фонетике и орфографии в белорусском языке являются:

– смещение места ударения: *die Schúblade – шуфля́дка, wűnschen – вінша́ваць*;

– субституция начальной немецкой буквы «h» белорусской «г»: *der **H**erzog – **г**ерцаг, die **H**ülse – **г**ільза*;

– наличие сочетаний *шт-, шп-* в начале слов, а также *-шт-, -хт-, -эй-* в середине слова: *die Werkstatt – вар**шт**ат, die Reithose – р**эй**тузы*;

– передача немецких консонантных сочетаний белорусскими скоплениями:

-sch- → *-ск-, -ш-* (*der An**sch**lag – ан**ш**лаг*); *-chs-* → *-кс-, -хс-* (*der Da**chs**hund – та**кс**а*) и т.п.

Процесс семантической ассимиляции многозначных немецких слов проявляется в заимствующем языке чаще всего в сужении семантического объема. Так, немецкое слово *der Talk* имеет 3 значения: 1) минерал тальк; 2) тестообразная клейкая масса; 3) простофиля (о человеке). В белорусском языке (*тальк*) сохранилось лишь первое значение исходной лексемы.

Таким образом, освоение иноязычной лексики – это сложный процесс влияния системы языка-реципиента на заимствуемое слова на фонетическом, лексическом, грамматическом уровнях. Как результат, исконно немецкие характеристики лексем, не характерные для заимствующего языка, утрачиваются в белорусском языке. С другой стороны, лексические единицы немецкого происхождения приобретают в системе белорусского языка характеристики, типичные для славянского языка-реципиента.

Д. Нехайчик

СУЩНОСТЬ НЕОЛОГИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В настоящее время для лингвистики глубокое и всестороннее изучение неологизмов представляет несомненный интерес. Актуальность нашего исследования объясняется спецификой современного этапа языкового развития, так как в настоящий момент наблюдается «неологический бум».

Неологизмы – это собственно новые, впервые образованные или заимствованные из других языков слова, а также слова, уже существующие в языке, которые приобрели новое значение.

Преобразования в языковой среде могут быть вызваны, во-первых, противоречиями внутри системы, во-вторых, обусловлены изменениями в языковой действительности, поэтому причины, вызывающие появление новых единиц в языке, представлены двумя типами – лингвистическими и экстралингвистическими.

Данное исследование заключается в изучении и последующем анализе 65 неологизмов, образованных за апрель – июнь 2020 года, представленных в электронном блоге «Cambridge Dictionary New Words». В ходе семантического анализа было выделено 13 тематических групп, наиболее многочисленными из которых являются: «Люди и отношения» (21 %), «Здоровье» (15 %), «Технологии» (9 %) и т.п.

Структурный анализ лексем показал, что наибольшая часть (41 %) неологизмов представлена словосочетаниями, такими как *social bubble* ‘социальный круг общения’, *lockdown tache* ‘изоляционные усы’ и т.п. Следующей по количественной представленности (34 %) являются неологизмы, имеющие сложную структуру, например: *covidivorce* ‘развод во время коронавируса’, *walktail* ‘прогулочный коктейль’ и т.п. По результатам проведенного исследования было выявлено, что блендинг или словослияние является наиболее продуктивным способом образования новых слов и составляет 20 % от общего количества исследуемых единиц: *teletherapy* ‘телефонная терапия’, *covexit* ‘выход из самоизоляции’и т.п.

В работе проведен мотивационный анализ новых лексических единиц, в результате которого было установлено, что морфологическая мотивированность является преобладающей и составляет 48 % от общего числа единиц, например: *anti-masker* ‘человек, выступающий против ношения масок’, *zoomwear* ‘одежда для зума’, а семантическая достигает 31 %. Это наименования типа *skin hunger* ‘кожное голодание’, *space marshal* ‘маршал пространства’ и т.п. Наименования с фонетическим типом мотивированности на нашем материале зафиксированы не были.

Таким образом, проведенный анализ показал, что неологизмы – это сложные языковые единицы, которые отражают изменения, происходящие в современном мире, фиксируют и хранят знания о развитии языка в жизни общества. Неологизмы XXI века обогащают и обновляют язык, приводя его в соответствие с реалиями современного мира, что свидетельствует о креативности и продуктивности номинативных процессов.

И. Остриков

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ И ИСТОЧНИКИ ОБОГАЩЕНИЯ НЕМЕЦКОЙ СЛОВАРНОЙ СИСТЕМЫ ИНОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИКОЙ

Современная лексика многих языков неоднородна с точки зрения ее происхождения. Народам мира на протяжении истории приходилось вступать в политические, экономические, торговые, научно-культурные и прочие связи друг с другом. В результате подобных разносторонних контактов лексика пополнялась иноязычными заимствованиями.

Первым народом, влияние которого засвидетельствовано для немецкого языка, являются кельты. Отдельные слова немецкого словаря культурного и общественно-политического значения заимствованы из кельтского языка. С I века нашей эры германцы соприкасаются с римской культурой. Ряд заимствований из латинского языка, относящихся к этой эпохе, говорит о том влиянии, которое более высокая земледельческая, военная и духовная культура римлян оказывала на германцев. Несколько позже (VII–VIII вв.), с христианизацией германцев, становится заметным влияние латинской церкви и латинской школы. В XII–XIII вв. главное влияние на немецкий язык оказывает Франция, являющаяся передовой страной феодальной культуры и идеологическим образцом немецкого рыцарства. Немецкое рыцарское сословие заимствует термины из французского языка. Главным образом это терминология рыцарского быта, названия для предметов обстановки, вооружения и одежды.

Эпоха Возрождения и гуманизма (XVI в.) вызывает оживление в отношении притока новых заимствований из латинского языка. Заимствования XVI в. носят, главным образом, «ученый», книжный характер, распространяясь через школу и книгу. Слова эти относятся к области религиозной, школьной и научной терминологии, к области абстрактных понятий. Эпоха XVII–XVIII вв. характеризуется очень сильным воздействием французской культуры, моды, литературы и языка на немецкую духовную культуру и быт. Слова, заимствованные в эту эпоху, главным образом относятся к области моды, костюма, домашней обстановки. Только в XIX веке становится заметным влияние английского языка как распространителя интернациональных слов. Это объясняется той ролью, которую в XIX в. играло передовое в экономическом отношении английское общество. Языковые влияния Англии весьма определенно ограничиваются несколькими сферами. Это в первую очередь область техники, экономическая и политическая жизнь, спорт, некоторые стороны домашнего быта.

В настоящее время в немецком языке присутствует огромное количество английских терминов, которые активно используются во всех профессиональных областях.

На протяжении всего периода своего существования немецкий язык был подвержен влиянию различных языков. Несмотря на большое количество заимствованных слов, немецкий язык не потерял свою самобытность и сохранил свой уникальный характер.

А. Пинчук

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИЕ ПСИХОЭМОЦИОНАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ РАДОСТИ В НЕМЕЦКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Радость играет большую роль в жизни человека, сопровождается удовлетворенностью собой, заряжает энергией, обостряет восприимчивость к миру, позволяя видеть его в красоте и гармонии.

В своем исследовании мы выделили некоторые эквивалентные группы фразеологических единиц:

1) с компонентами *улыбка*, *смех* (нем. Lachen, кит. **笑** [xiào]): *in Lachen ausbrechen* – разразиться смехом; **笑逐**颜开 [xiào zhú yán kāi] – сиять от радости;

2) связанные с движением: **距**跃三百 [jù yuè sān bǎi] – (досл. подскакивать триста раз) – кто-либо испытывает восторг; *vor Freude bis an die Decke springen*, – прыгать до потолка от радости;

3) обозначающие невозможность сдержать себя, выход из собственных границ: *außer sich vor Freude sein* – быть вне себя от радости, **喜不自**胜 [xǐ bú zì shèng] – очень радостный (досл. несдержанный от радости);.

4) обозначающие безграничность: **其**乐无穷 [qí lè wú qióng] – безграничная радость; *eine ungehemmte Freude* – безграничная радость;

5) затрагивающие «сердце»: *sein Herz schwoll vor Freude* – его сердце исполнилось радости, **心花怒放** [xīn huā nù fàng] – сердце расцвело от радости.

Рассмотрим также специфичные фразеологизмы.

1. В немецком языке значительно больше ФЕ с компонентами *Himmel* (небо) *Wolke* (облако), *Mond* (луна) – *im siebten Himmel sein, auf Wolke sieben schweben* – быть на седьмом небе от счастья (букв. парить на седьмом облаке), *der Mann im Monde* – счастливчик (букв. человек на луне).

2. В немецком языке радостное настроение передается через образы праздников: ein Gefühl wie Weihnachten und Ostern – радостное чувство, (букв. ощущение Рождества и Пасхи), sich freuen wie ein Kind auf Weihnachten – сильно радоваться чем-либо (букв. радоваться чем-либо как ребенок Рождеству).

3. В китайской культуре радость выражается не праздником, а атмосферой, создаваемой этим праздником: 欢 **欣 鼓 舞** [huānxīn-gǔwǔ] – (досл. смех, счастье, барабаны, танцы) – в состоянии крайнего возбуждения, восторга – быть настолько счастливым, что хочется бить в барабаны, создать невероятный темп и атмосферу, чтобы все танцевали вместе.

4. Радость в китайской культуре ассоциируется с умиротворением, радостно тогда, когда спокойно; 安心乐意 [ānxīnlèyì] – спокойная душа радостна; 心旷神怡 [xīn kuàng shén yí] (образно «быть в прекрасном состоянии духа – спокойно и радостно»).

По результатам нашего исследования мы пришли к следующему выводу: сходные ФЕ свидетельствуют об универсальности человеческого мышления, а культурно-специфичные безэквивалентные фразеологизмы отражают особенности национальной культуры.

А. Поддубный

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОМПАРАТИВНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ НЕМЕЦКОГО И АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКОВ

В английской и немецкой культурах различные компаративные фразеологизмы (КФ) могут обозначать один и тот же признак, поэтому именно эти КФ английского и немецкого языков стали объектом исследования в данной работе.

Среди компаративных фразеологизмов немецкого языка можно выделить группы, основанные на степени участия сенсорных процессов человеческой психики. Это фразеологизмы:

- зрительного сравнения: *rot wie ein Krebs* – красный как рак;
- слухового сравнения: *explodieren wie ein Luftballon* – взорваться, вскипеть;
- обонятельного сравнения: es *stinkt wie in einer Affenbude* – в этом помещении много спертого воздуха.

Многочисленную группу составляют сравнения, базирующиеся на сходстве между качествами человека и животных: *stark wie Bär* – силен как медведь, *ängstlich wie ein Hase* – пугливый как заяц. Отдельно стоит упомянуть группу фразеологизмов, смысл которых тяжело объяснить без дополнительного исследования или выражается в ходе противопоставления признаков: *dumm wie Bohnen stroh* – глуп как пробка (досл. как бобовая солома), *hart sein wie Pudding* – быть слабым.

Анализ компаративных фразеологизмов английского языка указывает на эмоционально-оценочную природу выражения признаков черт характера: *(be) as braveasalion* – быть храбрым как лев. Затем идет группа физических и внешних признаков: *as fatasapig* – быть толстым как свинья. Отдельно следует упомянуть сравнительные фразеологизмы поведенческих реакций: *as freeasabird* – свободный как птица, *as busy as a bee* – занятой как пчела. Фразеологизмы, выражающие цветовые особенности субъектов окружающей действительности, составляют наименьшую группу: *as red as acherry/ as alobster* – красный как вишня/лобстер.

Фразеологизмы можно также разделить на следующие группы:

- описывающие человеческую деятельность: *(got hrough) like abreeze* – (справиться) в два счета;
- оценивающие эмоционально-физическую сторону жизни человека: *like aratinahole* – в полном отчаянии;
- фразеологизмы, которые служат для выражения эмоций: *like acatonhotbricks* – как на иголках и т.п.

В ходе исследования была предложена классификация всех фразеологизмов по группам, объединенным на основании общности значения и грамматической и лексической структуры. На основании рассмотренного материала можно сделать вывод, что общие черты компаративных фразеологизмов заключены в том, что большинство несет в себе отрицательную эмоционально-оценочную окраску, меньшая же группа обладает положительной коннотацией.

А. Полякова

РУССКИЕ ЭКВИВАЛЕНТЫ НЕМЕЦКИХ БАНКОВСКИХ ТЕРМИНОВ С ЗАИМСТВОВАННЫМИ ЭЛЕМЕНТАМИ

Предметом настоящего исследования является установление способов передачи заимствованных элементов немецких банковских терминов на русский язык. В процессе данного исследования удалось определить, что лишь малая часть терминов немецкого банковского дела имеют однословный русский эквивалент, например: *die Mikroschrift* – ‘микрошрифт’.

Перевод на русский язык практически всех *однокорневых* терминов с заимствованными элементами осуществляется с помощью других заимствованных слов. Это является ярким примером интернационализации немецкой банковской терминологии. Пример: *die Marge* – ‘маржа’.

Возможно также наличие нескольких вариантов перевода, один из которых является иноязычным, другой – исконно русским в виде словосочетаний или предложений, например: *der Kursmakler* = ‘курсовой маклер’ = ‘официальный посредник на бирже при заключении сделок с ценными бумагами’.

Группа терминов, для которых в качестве русского эквивалента словари предлагают словосочетания, является наибольшей: *die Kreditkarte* – ‘кредитная карта’, *die Kursschwankung* – ‘колебания курса’. Данное явление объясняется огромным количеством сложных слов в немецком языке.

Для некоторых банковских терминов в словарях представлен описательный перевод в форме развернутых словосочетаний, например: *die Reckzone* – ‘расположение товара на прилавке или стойке магазина таким образом, что за ним приходится тянуться’. Нами был использован данный пример для наилучшего отражения не имеющейся возможности адекватного перевода некоторых заимствованных единиц с помощью одного слова.

Мы не могли не осветить в текущем исследовании тот факт, что для большой части терминов с иноязычными элементами отсутствуют официально зафиксированные русские эквиваленты, например: *Rentabilitätsschwellenberechung* – ‘вычисление порога рентабельности’. В данном случае возможны различные варианты перевода.

В заключение исследования предлагаем краткое обобщение полученной информации: в немецком банковском деле перевод единиц на русский язык может осуществляться с помощью терминологических словосочетаний, способных передать полное понимание смысла термина. Для 33 % терминов словари вообще не предоставляют никакого варианта перевода. Это открывает новые возможности для переводчиков с экономическим уклоном, которые получают возможность пополнять лексику русского языка новыми словами и осуществлять адекватный перевод как с немецкого, так и русского языков.

Д. Потокская

БЫТОВАЯ ЛЕКСИКА НЕМЕЦКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКЕ

В результате территориально и исторически обусловленных контактов немецкого и белорусского народов лексика немецкого происхождения обогащала белорусский язык в течение многих веков. Анализ немецкоязычных лексических единиц в белорусском языке показал, что значительную часть германизмов составляет бытовая лексика. Так, методом сплошной выборки из «Словаря иностранных слов» А. Н. Булыко были отобраны 274 единицы бытовой речи.

Распределение отобранного материала по подгруппам показало, что основную часть бытовой лексики немецкого происхождения в белорусском языке составляют названия предметов и приспособлений хозяйственного использования (19,7 %), например: *прас, гобель*. Далее следуют наименования продуктов питания (18,6 %): *клёцкі, цыбуля, шпроты.* Частотной является также группа названий построек и их отдельных частей (12,8 %): *анкер, балверк, ганак.*

Наименования материалов и изделий из них составляют 7,3 % от общего количества бытовых лексем: *цыгейка, смальта*. Чуть менее употребительными (6,2 %) являются названия украшений и отделок: *шляк, гафт*. В равной степени представлены обозначения посуды и мебели (5,5 %): *шафа, капель, келіх*, а также наименования рода деятельности человека (5,5 %), например: *вальдмайстар, кельнер, муляр.* Меньшей частотностью характеризуются названия музыкальных инструментов (4,4 %): *басэтля, лютня*; названия одежды, обуви и ткацких изделий (3,7 %): *пантофлі, андарак*; наименования различных видов тканей и изделий из кожи (2,6 %): *футра, ледэрын*.

Незначительную частотность демонстрируют названия городов и дорог (2,2 %), наименования различных документов (1,5 %) и животных (1,1 %), например: *брук, шлях, цэтлік, бегемот.*

В белорусском языке-реципиенте немецкая бытовая лексика подвергается значительным фонетическим изменениям, что обусловлено преимущественно устным путем заимствования, например: *die Posaune – базуна*, *die Füllung – філёнга*.

Таким образом, значительный пласт германизмов в белорусском языке относится к группе бытовой лексики, что указывает на длительное взаимодействие двух народов и языков. Исследование германизмов в белорусском языке позволяет глубже понять историю взаимоотношений белорусского и немецкого народов, а также проследить процесс заимствования и дальнейшего освоения заимствованных лексем в белорусском языке-реципиенте.

А. Рубанова

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С НАЗВАНИЯМИ ДЕТЕНЫШЕЙ В АНГЛИЙСКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ

Фразеология – это наука, изучающая устойчивые словосочетания с неизмененным значением – фразеологизмы. При широком понимании фразеологии к ним также относятся паремии (пословицы и поговорки).

При исследовании фразеологических единиц (ФЕ) английского и немецкого языков, содержащих названия молодых особей (153 единицы в английском языке и 137 ФЕ в немецком языке), удалось выявить доминантные компоненты: в корпусе английских ФЕ это *child*/*baby* (58 ФЕ), *chicken* (22) и *calf* (20); в немецком языке – *Kind* (54 ФЕ), *Kalb* (16), *Zicklein* (13) и *Lamb* (12).

Среди ФЕ английского языка 69,9 % имеют структуру словосочетания и 30,1 % – структуру предложения. В соответствии со структурной классификацией И. В. Арнольд, в материале английского языка были выявлены следующие классы фразеологизмов:

1) глагольные ФЕ – 34,6 % выборки: *to give smb kittens* ‘нагнать страху’;

2) пословично-поговорочного типа (паремии) – 28,1 %: *God tempers the wind to the shorn lamb* ‘Бог по силе крест налагает’;

3) субстантивные ФЕ – 17,6 %: *the baby of the family* ‘любимчик семьи’;

4) адъективные ФЕ – 10,5 %: *as pettable as a kitten* ‘ласковый как котенок’;

5) адвербиальные ФЕ – 7,2 %: *in two shakes of a lamb's tail* ‘в два счета’;

6) междометные ФЕ – 2 %: *The baby needs shoes!* ‘Пусть мне повезет!’.

В выборке немецкого языка 52,6 % единиц представлены конструкцией словосочетания и 47,4 % – конструкцией предложения. В ходе структурного анализа немецких фразеологизмов были выявлены следующие классы:

1) единицы пословично-поговорочного типа – 42,3 %: *Gibt Gott Häschen, gibt er auch Gräschen* ‘Дал Бог зайку, даст и лужайку’;

2) глагольные ФЕ – 35 %: *ein Eichhörnchen geschnupft haben* шутл. ‘у кого-либо пушистые усы’;

3) субстантивные ФЕ – 8,8 %: *das Küken der Familie* ‘любимчик семьи’;

4) адъективные ФЕ – 5,9 %: *wie ein verrücktes Eichhörnchen* ‘как сумасшедшая белка’;

5) ФЕ междометного типа – 5,1 %: *Immer sachte mit den jungen Pferden!* ‘Спокойно! Без паники!’;

6) адвербиальные ФЕ – 2,9 %: *mit Kind und Kegel* ‘со всей семьей’.

Анализ семантики материала позволил обнаружить, что в обоих языках превалируют значения ‘трусость’, ‘покорность’, ‘неопытность’, ‘страх’, ‘беспокойство’: *like a timid fawn* ‘пугливый как олененок’, *babe unborn* ‘неопытный человек’; *wie ein scheues Rehkitz* ‘пугливый как олененок’, *sich wie ein Lamm zur Schlachtbank führen* ‘покоряться судьбе, обстоятельствам’.

Таким образом, были выявлены уникальные культурные аспекты, заложенные во фразеологизмах английского и немецкого языков.

К. Скуратович

СОЧЕТАЕМОСТЬ АНГЛИЙСКИХ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ *BOY* ‘МАЛЬЧИК’ И *GIRL* ‘ДЕВОЧКА’ В ГЕНДЕРНОМ АСПЕКТЕ

В работе рассмотрена сочетаемость антропометрических лексем как одного из средств конструирования социокультурной категории гендера. Материалом исследования стали английские существительные *boy* ‘мальчик’ и *girl* ‘девочка’ – лексемы, изначально указывающие на признак пола человека в сочетании с его возрастной характеристикой. Важно отметить, что возраст, как сопутствующий признак пола, в семантике данных лексем недостаточно определен, если не считать его юридического толкования. Он лишь отграничивает данные слова от лексем, именующих мужчин и женщин зрелого возраста. В этой связи перевод лексем *boy* ‘мальчик’ и *girl* ‘девочка’ на другие языки, в частности, русский, имеющий более детальную категоризацию человека с учетом его половозрастных признаков (*девочка – девушка, мальчик – юноша*), сопряжен с определенными трудностями.

Результаты проведенного анализа сочетаемости данных существительных на основе Британского национального корпуса позволяют сделать выводы о более высокой частотности употребления существительного *girl*, чем *boy*, что указывает на его маркированность, больший коммуникативный интерес. Слово *girl* при этом занимает лидирующую позицию по частотности во всех основных грамматических моделях сочетаемости: в роли субъекта и объекта, а также в сочетании с другим существительным, выступающим в роли атрибута.

Примерами наиболее частотных сочетаний существительных *boy* и *girl* с глаголами, раскрывающими принятые в англоязычном обществе представления о деятельностных характеристиках соответствующих особ, можно считать следующие: *girls want* ‘девочки хотят’/*boys go* ‘мальчики идут’; *the girls*

sang ‘девочки пели’/*a boy is crying* ‘мальчик плачет’. Примерами их использования в качестве объектов могут служить сочетания *to meet girls of his age* ‘встретить девушек его же возраста’/*to train boys* ‘обучать мальчиков’.

Существительные в атрибутивной функции, сочетающиеся с существительными *boy* и *girl*, также характеризуют разные социально-деятельностные признаки представителей разных полов: *altar boy* ‘служник’, *delivery boy* ‘курьер’, *club girl* ‘тусовщица’, *flower girl* ‘цветочница’ и др.

Прилагательные, наиболее часто сочетающиеся с обоими анализируемыми существительными, описывают их физические, социальные, расовые характеристики и дают им общие или специальные оценки с точки зрения эстетики, этики, интеллектуальных способностей: *little*/*small*/*petite* ‘маленький’, *young* ‘молодой’, *big* ‘крупный’; *white* ‘белый’, *black* ‘черный’, *bad* ‘плохой’, *good* ‘хороший’; *pretty* ‘прелестный’, *beautiful* ‘красивый’ и др. С каждым из данных существительных их частотность, однако, различна, например, прилагательное *white* ‘белый’ чаще встречается с существительным *girl* (3278), чем с *boy* (2390). Прилагательное *bad* ‘плохой’ более употребительно с лексемой *boy* (16 832), чем с лексемой *girl* (2676).

В. Трейго

ПОЗИЦИОННЫЕ ГЛАГОЛЫ В СОСТАВЕ КОЛЛОКАЦИЙ

Позиционными глаголами называются единицы, которые обозначают положение в пространстве. В немецком языке это глаголы *stehen* ‘стоять’, *liegen* ‘лежать’, *sitzen* ‘сидеть’, *hangen* ‘висеть’. Данные глаголы используются в коллокациях, представляющих собой результат метафорического осмыслении внеязыковой действительности с помощью языка, например, *im Weg stehen* ‘мешать’ (дословно ‘стоять на пути’), *im Inter esse liegen* ‘быть в чьих-то интересах’ (дословно ‘лежать в интересах’). Установлено, что позиционный глагол *stehen* ‘стоять’ образует коллокации чаще других позиционных глаголов. С ним выявлено 143 коллокации, в то время как с глаголом *sitzen* ‘сидеть’ – 43, с *liegen* ‘лежать’ – 42, с *hangen* ‘висеть’ – 12.

В результате исследования установлено 10 денотативных областей, которые обозначаются с помощью коллокаций с глаголом *stehen* ‘стоять’. Наибольшую группу с общим значением «находиться в каком-либо состоянии» образуют 44 коллокации (30,76 %). Из них 18 (40,9 %) относятся к сфере различных жизненных обстоятельств, например, *in Schatten stehen* ‘оставаться незамеченным’, *im Ansehen stehen* ‘пользоваться уважением’, *am Scheideweg stehen* ‘стоять на распутье’. 14 коллокаций (31,81 %) описывают нахождение человека в определенной сфере занятости, его взгляды и убеждения (*im Dienst stehen* ‘нести службу’, *im Glauben stehen* ‘веровать’). 7 коллокаций (15,9 %) обозначают наличие объекта или его готовность быть использованным человеком (*zur Verfugung stehen* ‘быть в распоряжении’,

zur Wahl stehen ‘иметься на выбор’). 38 (26,57 %) словосочетаний имеют общее значение влияния, взаимосвязи (unter dem Einfluss stehen ‘находиться под влиянием’). 14 коллокаций (9,79 %) обозначают особое положение (*an der Spitze stehen* ‘лидировать’ (дословно ‘стоять на вершине’), *im Vordergrund stehen* ‘быть на первом плане’). В 12 коллокациях (8,39 %) *stehen* обозначает нахождение информации на печатном носителе или в письменном виде, например, *in Schriftstehen* ‘быть написанным’. Нахождение человека или объекта в определенной точке временной шкалы или вероятность той или иной перспективы для человека обозначают 12 коллокаций, или 8,39 % (*am Anfang stehen* ‘начинаться’, *in Aussicht stehen* ‘предвидеться’). 8 словосочетаний (5,59 %) имеют значение причастности к чему-то или кому-то, готовности признать свою ответственность за что-либо (*zur Tat stehen* ‘отвечать за поступки’). 4 коллокации (2,79 %) обозначают нахождение в очереди или в определенном порядке, например, *Schlange stehen* ‘стоять в очереди’, *in einer Reihenfolge stehen* ‘стоять в ряду’. Изучение особенностей репрезентации соответствующих денотативных областей с помощью коллокаций в русском языке станет предметом будущих исследований.

А. Хомицевич

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛИЙСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ В СФЕРЕ ТЕХНОЛОГИЙ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ

Быстро формирующееся общество, непрерывные трансформации и новшества в социальной, экономической, информационной областях жизни сказываются на языке. С развитием новых мобильных и компьютерных технологий возникает необходимость пополнения лексики новыми словами, т.е. неологизмами.

Под неологизмом чаще всего подразумевают новое слово по форме и/или содержанию, которое возникает в определенный период развития языка (Л. В. Шалина). Источником для отбора 50 неологизмов, связанных с тематикой технологий мобильной связи, послужил электронный словарь новой лексики «Word Spy». В ходе анализа лексического материала были выделены 5 семантических групп.

Первая группа *Criminal usage* ‘Преступное использование’ описывает разнообразные виды преступлений, совершаемых при помощи технологий мобильной связи: *bluejacking* ‘sending anonymous text messages to other phone users via Bluetooth’; *apple-picking* ‘snatching a person’s iPhone, iPad, or iPod’.

Вторая группа *Phone capabilities* ‘Возможности мобильного телефона’ включает себя различные приложения, свойства и возможности мобильного телефона: *location awareness* ‘the capability to detect the exact or relative location of a device, particularly a wireless device such as a cell phone’; *pay-as-you-app* ‘a mobile phone payment model’.

Третья группа получила название *Devices and their characteristics* ‘Устройства и их характеристики’. К этой группе относятся различные типы устройств, а также слова, характерные для электронных устройств: *phablet* ‘a device that combines the features of a smartphone and a tablet computer’; *thumbable* ‘relating to a device that can be operated using one or both thumbs’.

В четвертую группу *Phone-induced unpleasant state* ‘Неприятное чувство, вызванное сотовым телефоном’ вошли неологизмы, обозначающие неприятные чувства, фобии, состояния, вызванные использованием электронных устройств: *nomophobia* ‘the fear of being without your mobile phone’; *junk sleep* ‘low-quality sleep caused by disruptions from nearby electronic devices’.

Пятая группа *Phone users and activities* ‘Пользователи телефона и их действия’. К этой группе относятся слова, которые обозначают человека или действия человека во время использования сотового телефона: *smexting* ‘sending text messages while smoking’; *intexticated* ‘preoccupied by reading or sending text messages, particularly while driving a car’.

Таким образом, в ходе анализа выяснилось, что группа *Phone capabilities* является доминирующей. Это еще раз подтверждает тот факт, что новые мобильные, компьютерные технологии развиваются, и поэтому словарный состав английского языка продолжает пополняться.

Д. Шатонская

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С АНИМАЛЬНЫМ КОМПОНЕНТОМ

Еще до того момента, когда на земле появились первые государства, когда первобытные люди лишь приступали к изучению окружающей среды, уже тогда животные будоражили воображение пещерного человека. Именно богатая фантазия людей помогла сделать зоонимы продуктивными в прецедентных текстах народов (фразеологии, баснях и сказках).

Основой семантики большинства ФЕ с компонентом-зоонимом являются события, связанные с животными, с которыми пещерные люди сталкивались ранее. На основе этого выделяют такое понятие, как степень фразеологической активности. Степень может быть высокой (фразеологизм с определенным зоонимом встречается более 40 раз). Например, ФЕ с *hund*: *auf dem Hund sein* – бедствовать. Выделяют также среднюю степень активности (частота употребления 11–30 раз) и низкую (до 10 раз). К средней активности можем отнести ФЕ *alter Hase* – стрелянный воробей, а к низкой – *mein Hühnchen zu pflücken/rupfen haben* – желать рассчитаться/иметь счеты с кем-либо.

Еще один признак – способ происхождения фразеологизмов. Поэтому выделяют исконные и заимствованные ФЕ. К исконным можем отнести *Schwein haben* – быть удачливым, а к заимствованным – *ein geleckter Affe* – высокомерный тип.

В связи с тем, что животные стали домашними, люди стали чаще наблюдать за их поведением, поэтому сейчас в нашем обиходе мы имеем больше фразеологизмов с анимальным компонентом. Поэтому ФЕ можно разделить по следующим критериям: названия домашних животных (*den Bock in den Garten lassen* – пустить козла в огород) и названия диких животных (*schlafen wie ein Murmeltier* – спать как сурок).

Так же важным моментом в изучении семантики фразеологизмов с компонентом-зоонимом является проблема эмотивности, т.е. какую эмоциональную окраску мы придаем событию или человеку, когда используем фразеологизм. Поэтому выделяют ФЕ с негативной (*wie ein Elefant im Porzellanladen* – как слон в фарфоровой лавке) и позитивной (*klug wie eine Eule* – умен как сова) окрасками.

На протяжении всей своей жизни контактирует с животными. Именно этот контакт позволяет нам употреблять различные фразеологизмы, связанные с живыми существами, переносить их особенности на человека, а также изучать различные этносы.

А. Шестунова

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛИЙСКИХ И ИСПАНСКИХ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ ‘ПРИРОДНОЕ ЯВЛЕНИЕ’ В СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ АСПЕКТЕ

Цель исследования – выявление специфики семантической организации ФЕ с компонентом ‘природное явление’ в английском и испанском языках при их сопоставлении. Материал исследования был отобран из «Большого англо-русского фразеологического словаря» А. В. Кунина и «Большого испанско-русского фразеологического словаря» Э. И. Левинтовой. Общее количество проанализированных фразеологизмов – 310 единиц (130 – английских и 180 – испанских).

При установлении степени семантической слитности ФЕ с компонентом ‘природное явление’ мы опирались на классификацию В. В. Виноградова. В выборке превалируют фразеологические единства, состоящие из элементов, мотивирующих значение целого (63,8 % ФЕ в английском и 52,8 % – в испанском языке). Их структура, как правило, переосмыслена частично. Отметим большую степень демотивированности испанских ФЕ с исследуемым компонентом, что подтверждается количественными данными нашей выборки, а также процентным соотношением в сопоставляемых языках (16,2 % и 34,4 % ФЕ соответственно).

При сопоставлении семантических диапазонов английских и испанских ФЕ были проанализированы все ЛСВ фразеологизмов. Испанские номинативные и номинативно-коммуникативные ФЕ, кроме универсального свой-

ства антропоцентичности, характеризуются специфической описательной функцией (в отличие от английских единиц). Например, *como granizo en albarda* ‘некстати, неуместно’. Кроме того, в испанском языке заметно преобладают ФЕ семантического диапазона «Качества» (7,8 английских и 20,1 % испанских ФЕ): *as loud as thunder* ‘очень громкий’; *de pocas luces* ‘ограниченный’.

Выявлено, что английские ФЕ преобладают в следующих группах: «Люди и объекты» (7,8 и 3,8 % соответственно): *cloud of witnesses* ‘множество свидетелей’, *sol naciente* ‘о человеке, становящемся у власти’; «Абстракции и непредметные понятия» (10,3 и 5,3 %): *bad wind* ‘одышка’, *mala nube* ‘сплошные неприятности’; «Чувства» (5,2 и 1,9 %): *to get the wind up* ‘испугаться’, *elevarse a las nubes* ‘воспарить духом’; «Действия» (43,1 и 34,4 %): *cast a cloud* ‘вызывать отчужденность’, *dar el viento a una cosa* ‘растратить’.

Среди коммуникативных ФЕ преобладают английские пословицы (47,4 и 13 % соответственно): *it’s an ill wind that blows nobody good* ‘нет худа без добра’, *cuando sale el sol sale para todos* ‘после дождика – ведро’ и испанские поговорки (52,6 и 87 % соответственно): *something is in the wind* ‘что-то затевается’, *salga el sol por donde quiera* ‘будь что будет’.

Проведенное исследование позволило выявить общие черты английских и испанских ФЕ с компонентом ‘природное явление’ и установить некоторые лингвоспецифические характеристики данных единиц в сопоставляемых языках.

А. Яковицкая

ФРАЗЕОКОНЦЕПТЫ *АНГЛИЧАНИН*, *НЕМЕЦ*, *РУССКИЙ* В АНГЛИЙСКОМ, НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Проблема использования этнонимов в составе фразеологических единиц (ФЕ) представляется актуальной и перспективной. Для анализа фразеологизмов с компонентами *англичанин*, *немец* и *русский* в структурном, семантическом и лингвокультурологическом аспектах были отобраны 82 фразеологизма (40 единиц в английском языке, 30 ФЕ – в немецком языке, 12 ФЕ – в русском языке).

В материале более частотны автоэтнонимы, чем аллоэтнонимы. Так, в материале имеется 57 автоэтнонимов и 27 аллоэнонимов. Положительная коннотация присуща ФЕ с автоэтнонимами (52 %), например: *Der Deutsche hat seinen Witz in den Fingern* ‘Ум немца в его руках’, *An Englishman’s home is his castle* ‘Дом Англичанина – его крепость’, реже нейтральная (21 %); аллоэтнонимы «окрашивают» ФЕ нейтрально (59 %), негативно (37 %) (например, *Beim russischen Roulette kann man leicht über den Jordan gehen* ‘Пьяному море по колено’) либо в редких случаях положительно (4 %).

Таким образом, для всех трех исследуемых этносов характерно хорошее отношение к себе и подчеркивание недостатков, отрицательных черт других народов.

Количественный и структурный анализ фразеологизмов с авто- и аллоэтнонимами позволяет сделать вывод, что 92 % ФЕ содержат только один этноним, 5 % – по два этнонима, например: *Француз боек, а русский стоек*. По три и более этнонима в одном фразеологизме – явление крайне редкое (всего 3 % единиц материала), например: *Die Italier weinen, die Deutschen schreien und die Franzosen singen* ‘Итальянец ноет, немец кричит, а француз поет’.

В рамках данной работы были изучены такие понятия, как *национальный характер* и *менталитет*. Среди исследуемых языков самыми удивительными и необычными традициями, культурой и манерой поведения обладает английская нация. Анализ культурного наследия Германии позволяет отметить черты, которые повлияли на формирование национального образа мира и менталитета: наличие мощной философской традиции в культуре, литературе. С точки зрения национального характера русская нация также представляет собой особые интерес. Многочисленные примеры, такие как *Что русскому хорошо, то немцу – смерть, Француз боек, а русский стоек*, особо подчеркивают такие черты русского народа, как стойкость, смелость, храбрость, возможно, в некотором роде даже задиристость и безрассудство.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в том, что его результаты могут быть использованы при составлении лингвострановедческих словарей, справочников, двуязычных глоссариев; при создании спецкурсов по английской, немецкой и русской фразеологии, социолингвистике, этнопсихологии, лингвострановедению.

Я. Янович

СОЧЕТАЕМОСТЬ АНГЛИЙСКИХ ГЛАГОЛОВ С ПАРТИТИВНОЙ СЕМАНТИКОЙ

Настоящая работа посвящена исследованию функционирования партитивных глаголов. Цель – проследить сочетаемость меронимических глаголов, основываясь на примерах их употребления в Британском национальном корпусе, а также дефиниций, приведенных в словаре «*Oxford Advanced Learner’s Dictionary*», для выяснения того, насколько коррелируют ограничения сочетаемости исследуемых глаголов, наложенные их семантикой, с реальной сочетаемостью. Корпусному анализу было подвергнуто 53 меронимических глагола в 500 словоупотреблениях. В результате исследования были выявлены определенные несоответствия между компонентами значения и реализацией данных компонентов в контексте. Например, в определении глагола *carve* 3. *to cut a large piece of cooked meat into smaller pieces for eating* ‘разре-

зать большой кусок приготовленного мяса на мелкие кусочки для употребления в пищу' объект представлен в виде неодушевленного существительного, а в предложении *It is easier to carve Neil Kinnock into chunks: the party boss, the family man, the orator* 'Проще разделать Нила Киннока на кусочки: босс партии, семьянин, оратор' объект является одушевленным существительным. В некоторых случаях при трансформации глагола во фразовый меняется объект. Например, глагол *section* 1. *to divide body tissue by cutting* 'разрезать ткань тела', который в своем определении содержит объект *body tissue* 'ткань тела', при добавлении предлога *off* имеет в качестве дополнения слова, связанные с территорией, такие как *areas, bulidings* и *lands*. Также есть определенные многозначные глаголы, партитивные ЛСВ которых характеризуются низкой частотностью употребления. Например, глагол *part* 1. *if a person parts from another person, or two people part, they leave each other* чаще всего употребляется в значении «расходиться, разлучаться», а примеры употребления глагола *part* 4. *to divide your hair into two sections with a comb, creating a line that goes from the back of your head to the front* в значении «делить на пробор» крайне немногочисленны. Отметим, что инструмент в контексте может иметь больше вариаций, чем указано в дефиниции: в определении глагола *snip* указан инструмент *scissors* 'ножницы', но в примере *The temptation to go shopping with a pair of wirecutters and snip the leads to those hidden loudspeakers is immense* указаны *wirecutters* 'кусачки'. Еще одним наблюдением явилось наличие в контексте цели. Например, в определении *keep apart* она не прослеживается, однако, проанализировав словоупотребления глагола, мы пришли к выводу, что она часто подразумевается в виде 'уберечь от опасности, предотвратить неприятную ситуацию'.

Таким образом, в результате исследования сочетаемости партитивных глаголов в современном английском языке были выявлены различия между семантикой партитивных глаголов и их реальной сочетаемостью: объект, цель и инструмент деления в речи гораздо вариативнее.

ПРОБЛЕМЫ ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

В. Ангур

ПРИЕМЫ МАНИПУЛЯТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В МАССОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ

С речевым воздействием каждый человек сталкивается ежедневно в самых разных ситуациях. Этот термин уже давно на слуху и перестал будоражить воображение людей. Речевое воздействие может быть определено как воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной цели.

Различают два основных аспекта речевого воздействия – вербальный и невербальный. Вербальное речевое воздействие – это воздействие при помощи слов. При вербальном воздействии воздействующими средствами являются собственно языковые средства. При этом успешность воздействия зависит от их подбора, расположения, интонации, содержания выражаемой ими мысли (например, какой аргумент подобран, в какой последовательности следует излагать свои аргументы, какая тактика ведения диалога избрана и т.д.).

Невербальное воздействие – это воздействие при помощи экстралингвистических средств, которые сопровождают нашу речь (жесты, мимика, поведение во время речи, внешность говорящего, дистанция до собеседника и т.д.).

Для анализа средств манипулятивного воздействия в политических текстах нами были изучены 20 текстов предвыборных выступлений Дональда Джона Трампа и Хиллари Дайан Родэм Клинтон.

В процессе анализа данных текстов были выявлены лексические средства, направленные на воздействие на адресата: лексические единицы, направленные на создание отрицательного образа (*failure, corrupt, manipulate, illegal, rigged*); лексические единицы, направленные на создание положительного образа (*friend, care, amazing, leadership, love*); неологизмы (*cyber-security, drone, retweet*).

Наиболее частотными являются лексические единицы, вызывающие у читателя отрицательные эмоции. Лексика, содержащая коннотативные компоненты эмоциональности, оценочности и образности, представлена в равной степени прилагательными или причастиями, а также именами существительными – 70 и 52 единицы соответственно. Например, *corrupt, brutal, heartbreaking, irredeemable, xenophobic, disorder, catastrophe, liar, smear, homicide.* В меньшей степени представлены в данных статьях глаголы, призванные вызвать негативные ассоциации, – 31 случай употребления, например, *deplete, radicalize, disrespect.* Кроме того, подобный эффект достигается путем добавления отрицания к нейтральным лексическим единицам: *not a leader, not a politician.* Таким образом, можно сделать вывод, что при манипулятивном воздействии предпочтение отдается преимущественно лексическим единицам с отрицательной коннотацией.

И. Астрейко

СТРАТЕГИИ ЯЗЫКОВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Основной целью нашего исследования является изучение языковой манипуляции в англоязычном оригинальном тексте и русском тексте перевода.

Сегодня можно с уверенностью говорить о том, что манипуляция присутствует во всех сферах общественной жизни. Наиболее ярко этот феномен проявляется в политической сфере, так как проблема взаимоотношений власти и общества была актуальна всегда, например, добиться расположения аудитории, убедить слушателей принять ту или иную позицию, а также заручиться их поддержкой.

Несомненно, одним из инструментов манипулирования является речь. Американский лингвист Дуайт Болинджер называл язык «заряженным оружием», не только средством общения и самовыражения, но и средством манипулирования.

Исследуя речевые манипуляции как вид языкового воздействия в политическом дискурсе, мы выделяем следующие уровни: фонетический, лексический и грамматический. На фонетическом уровне необходимое воздействие достигается с помощью особого оформления звукового сообщения: интонация, паузы, выделение информации голосом – все это успешно используется для достижения нужного эффекта. Лексические средства – это, чаще всего, номинализация, метафора и метонимия, эмоционально окрашенная лексика и т.п. На грамматическом уровне различают морфологические и синтаксические средства манипулятивного воздействия.

Your voice, your hopes, and your dreams will define our American destiny. And your courage and goodness and love will forever guide us along the way. Together, we will lead our party back to the White House, and we will lead our country back to safety, prosperity, and peace – ‘Ваши голоса, ваши надежды и ваши мечты определят судьбу Америки. И ваше мужество, и доброта, и любовь будут всегда направлять нас. Вместе мы вернем нашу партию в Белый дом, и мы вернем нашу страну к безопасности, процветанию и миру’. В данном примере, манипулятивное воздействие реализуется посредством использования позитивно окрашенной лексики: *love, hope, dream, friends* и т.д. Для усиления эмоционального эффекта, политики довольно часто апеллируют к главным духовным ценностям общества, к принципам идеологии, что является беспроигрышным в ходе эмоционального воздействия на сознание людей.

Таким образом, можно сделать вывод, что для успешного манипулирования существует большое количество языковых средств, которые способствуют достижению желаемого эффекта.

Изучение лингвистических приемов манипуляции в политической лингвистике является особенно важным, так как с их помощью можно полноценно декодировать политические тексты и изучать методы воздействия на аудиторию.

В. Башаримов

ЯЗЫКОВЫЕ ПРИЗНАКИ НАЛИЧИЯ НЕИСКРЕННОСТИ В ВЫСКАЗЫВАНИЯХ

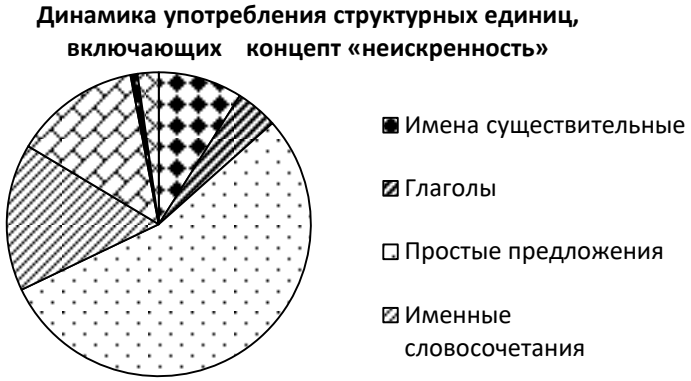
Проблема выявления неискренности, дезинформации и манипуляций в процессе общения является актуальной для разных сфер деятельности человека. Прежде всего, это связано с необходимостью установления и поддержания контактов. Анализ речевого общения включает в себя самые различные аспекты. В данный момент на начальном этапе изучения находится проблема истинностной оценки сообщения с позиций наблюдателя. Возникает необходимость провести границу, где ложь намеренная, и где ложь неумышленная, и будет ли она тогда считаться ложью.

Нами был совершен поиск ситуаций, в которых сам автор (целенаправленно и нецеленаправленно) или некий герой произведения указывают на неискренность высказывания или ситуации. Было отобрано 29 коммуникативных ситуаций, в которых нам встретились 67 лингвистических единиц, включающих концепт «неискренность».

В проанализированном массиве концепт «неискренность» представлен:

1) отдельными словами, например: *lügen* ‘лгать’ (15 %); 2) словосочетаниями, например: *trügerisches Lächeln* ‘лживая улыбка’ (29 %); 3) предложениями, например: *er lügt wie gedrückt* ‘он лжёт как по писаному’ (56 %).

Полученные данные представлены на рисунке.



Употребление единиц, включающих концепт «неискренность»

Ю. Бойко

КОММУНИКАТИВНАЯ НЕУДАЧА И ПРИЧИНЫ ЕЕ ВОЗНИКНОВЕНИЯ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

Рекламный дискурс – это когнитивный процесс, связанный с сознанием речевого поведения. Основная цель рекламного дискурса – побуждение потребителя к коммуникации и взаимопониманию между сторонами.

Под коммуникативной неудачей подразумевается не достижение инициатором общения коммуникативной цели и отсутствие взаимодействия, взаимопонимания и согласия между участниками общения.

При реализации творческого начала в рекламном тексте часто могут иметь место нарушения языковой и коммуникативной нормы.

Причины, вызывающие коммуникативные неудачи, могут быть разными. К коммуникативной неудаче в рекламе могут привести: нарушение этической нормы (*Евросеть Цены просто О–Ь!*), возможность двоякой интерпретации (*откинься без забот! в новых окнах новый поворот!*), завышение языковой компетенции потребителя (*хот или нехот. Вхот со твора хотельная*).

Языковая игра (ЯИ) противопоставляется языковой ошибке, которая возникает как следствие непреднамеренного нарушения нормы или ее незнания. Считается, что критерием разграничения ЯИ и ошибки является языковая и – шире – стилистическая компетенция говорящего. Тем не менее в современной языковой ситуации реципиент не всегда в состоянии провести грань между ошибкой и ЯИ. Составитель рекламного текста не может быть полностью уверен в том, что ЯИ в составленном им рекламном тексте будет воспринята как ЯИ, а не ошибка, и наоборот.

Рекламный текст может вовлечь потребителя в игру независимо от того, является ли эта игра намеренной или нет. Этому во многом способствует и тот факт, что с точки зрения потребителя реклама – это прежде всего игра, а потом уже информация о товаре или услуге, причем не всегда достоверная и серьезная.

Реализация ЯИ в рекламе может происходить независимо от того, является ли данная неправильность намеренной и допускаемой автором текста или же ненамеренной.

Отличительной особенностью ненамеренной ЯИ в рекламном тексте является то, что дешифровка рекламного текста ведется без участия автора и часто вызывает у реципиента не желание «поиграть» с автором, а чувство иронии. Таким образом, можно говорить о том, что ЯИ в рекламном тексте отличается от ЯИ в художественном тексте, в разговорной речи, в СМИ тем, что может быть намеренной или ненамеренной.

А. Василевская

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО АДМИНИСТРАТИВНОГО ТЕКСТА

Автоматизация документооборота предприятия предполагает решение ряда задач, одной из которых является классификация входящих документов, возможная в результате выделения основного содержания этих документов. Тем самым сокращаются не только экономические, но и временные затраты.

Актуальность проблемы возрастает также в связи с усилением интеграции в сфере деловой коммуникации в рамках мирового сообщества. Интенсивный документооборот наблюдается на различных уровнях международных отношений. Таким образом, автоматизированный лингвистический анализ административных текстов на различных языках, их адекватный машинный перевод и выделение основного содержания представляют на данный момент особый интерес.

В условиях нынешней сложной международной обстановки возникает потребность в унифицированном, нормированном языке международных отношений. Для эффективного применения международного права необходима разработка научно обоснованных методов составления и толкования документов с учетом новейших данных лингвистики, что помогло бы мировому сообществу в борьбе против возникающих перед ним угроз. Материалом для исследования послужили 18 резолюций Организации Объединенных Наций на немецком языке и их переводы на русский язык.

В составе деловых документов отчетливо определяются границы между группами предложений, выполняющими определенную законченную функционально-смысловую роль. Одной из форм рубрикации является введение внутренних заголовков и подзаголовков, которые не только вполне определенным образом отражают границы между фрагментами, но и логически упорядочивают текст, несут значительную коммуникативную нагрузку, выражая в компрессированной форме содержание соответствующего фрагмента.

Характерным свойством и признаком документа является наличие штампов и клише – устойчивых, стилистически окрашенных языковых средств, синтаксических моделей. Использование штампов в официально-деловых документах является одним из проявлений постоянно действующих логико-стилистических правил.

Кроме того, лексическая сторона официально-делового немецкоязычного документа представлена так называемой функционально окрашенной лексикой – специальными наименованиями, такими как термины, нередко заимствованные слова, а также ранее упомянутые клише и устойчивые словосочетания (*unter Hinweis auf etw.* ‘ссылаясь на’, *tätig werdend* ‘вступая в силу’), местоименные наречия (*hiermit* ‘вместе с этим’, *hierfür* ‘на это’, ‘для этого’).

О. Великая

СТРУКТУРНЫЕ МОДЕЛИ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ЗАГОЛОВКОВ РЕФЕРАТОВ К ПАТЕНТАМ

В настоящее время проблема машинного перевода требует серьезного изучения для проведения необходимых преобразований в существующих системах. Несмотря на ряд научных работ по вопросу структурно-синтаксического моделирования в системах автоматического перевода (Л. Н. Беляева, Г. Г. Белоногов, В. Н. Комиссаров, Ю. Н. Марчук и др.), многие типы текстов остаются неизученными с этой точки зрения.

Базой для данного исследования послужили немецкоязычные тексты рефератов к патентам по тематикам «Моделирование голоса, использование техники моделирования голоса при распознавании речи», «Синтезирование речи, способы».

Для дальнейшего выделения структурных моделей были применены следующие методы: метод сплошной выборки, контекстуальный и компонентный анализы, сопоставительный и количественный анализы, метод стилистического анализа.

В ходе анализа немецкоязычных заголовков рефератов к патентам были выявлены следующие закономерности:

1. Немецкоязычные заголовки рефератов к патентам представлены преимущественно номинативными словосочетаниями, что отражает основные характеристики научно-технического текста: стремление к компрессии и стандарту.

2. Большая часть проанализированных композит обладает бинарной структурой *A + B (= L_1 + L_2* или *L_2 + L_1)*, в незначительном количестве были также представлены трехкомпонентные композиты, имеющие структуру *A + BC (A (L_3) + B (L_2 + L_1)*.

3. Основными разделителями немецкоязычных заголовков рефератов к патентам выступают союзы и предлоги. Первое место занимают предлоги группы *zu (zur u zum)* и *von* (74 %). Промежуточное место – предлоги *in(im), für, dafür, mittels* (19 %). Последнее место занимают предлоги *bei, durch, per, mit, mindestens, insbesondere, sowie* (7 %). Касаемо союзов, то это *und* и *oder*.

4. Базовые синтаксические модели немецких заголовков рефератов к патентам представлены следующими структурами: *S* (73,9 %), *A+S* (13,7 %), *S_1+S_2* (5,8 %), *S_1+A+S_2* (2,2 %), *A_1+S_1+A_2+S_2* (1,5 %), *Pron+S* (0,72 %), *S_1 + (und-) + S_2* (0,72 %), *Pron + A + S* (0,72 %) и *S_1 + S_2 (und) + S_3* (0,72 %).

Подведя итог, следует сказать, что отсутствие однозначных соответствий между немецкими и русскими базовыми моделями свидетельствует о необходимости выявления в процессе автоматического перевода формальных диагностирующих признаков. Выделенные диагностирующие признаки способны помочь в выборе наиболее подходящего переводного эквивалента.

М. Давыдик

КОНТАМИНАЦИЯ КАК ОДИН ИЗ АСПЕКТОВ РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА

К о н т а м и н а ц и я – это объединение структурных элементов двух языковых единиц на основе их подобия, схожести и близости. Впервые этот термин появился в XIX веке. Ввел его лингвист Герман Пауль. Существует несколько основных видов контаминации:

1) *фразеологический* – устойчивые словосочетания соединяются друг с другом и возникает неправильная фраза. Например, *баба с возу – и волки сыты* совмещает две пословицы: *баба с возу – кобыле легче*, а также *и овцы целы, и волки сыты*;

2) *синтаксический*, например, *оплатить за проезд* (в общественном транспорте) – можно либо *заплатить за проезд*, либо *оплатить проезд*;

3) *морфологический*, когда смешиваются формы: *более интереснее, самый высочайший, более красивее*;

4) *лексический* – соединяются не фразы, а слова. Например, *самомучитель* соединяет лексемы *самоучитель* и *мучитель*;

В рекламе часто встречается *межсловная контаминация* – образование нового слова из частей двух других слов по конкретному образцу или ассоциации. Например, *С Новым Годным!* (реклама магазина «Эльдорадо», сообщающая о новогодних скидках). Также часто встречается *словесно-цифровая контаминация* – использование различных чисел и цифр. Например, *1000СТЛИВЧИК!* (разговорная форма числительного *тысяча тыща* + *счастливчик*).

Несколько лет назад контаминированные слова очень редко можно было встретить в рекламе, но в последнее время этот прием широко используется, особенно в телевизионной рекламе и на рекламных плакатах. Например, *Квас – не кола. Пей Николу! (реклама кваса).* Данный текст содержит скрытое сообщение: *Квас – не кола. Пей не колу* (или *Не пей колу*).

Все чаще встречаются контаминанты-гибриды, в которых один из компонентов представлен словом русского языка, а другой – словом иностранного языка. Например, *суши весла* (реклама ресторана). В этом случае слово *суши* предполагает двойное прочтение: это часть фразеологизма *сушить весла*, а с другой стороны – название традиционного японского блюда.

В англоязычной рекламе контаминанты встречаются очень часто и достаточно давно. Например, в рекламе мобильных телефонов используется слово *viewty* – контаминант от *view* и *beauty*; зонтик, надежно защищающий от дождя, назван рекламодателями *rainbrella* (*rain* + *umbrella*); в рекламе нового автомобиля *REVOLVOLUTION – Volvo* – название рекламируемой марки машины, а *revolution* – ‘революция’.

Как видим, прием контаминации активно используются в рекламе, так как это отличное средство для выражения эмоций, оценок.

В. Зинькович

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ИГРЫ В РЕКЛАМЕ

Языковая игра – это сознательное нарушение языковых норм, правил речевого общения, а также искажение речевых общепринятых понятий с целью придания сообщению выразительности, яркости. Языковая игра бывает нескольких видов или уровней: *лексическая игра, фонетическая игра, графическая игра* и *словообразовательная игра*.

Одним из наиболее интересных проявлений языковой игры в рекламе является словообразовательная игра. На словообразовательном уровне чаще всего встречаются окказионализмы глагола и существительного, а также контаминация. Этот уровень чаще всего выполняет языкотворческую и смыслообразующую функцию, так как формируется новая языковая единица, либо новая ассоциативная связь.

В качестве примера рассмотрим рекламный слоган тонального крема и блеска для губ: *O, Beautiful! GLOW GETTER!*. В этом примере прослеживается аналогическое словообразование. Сочетание *glow getter* является окказионализмом *go-getter* ‘предприимчивый, амбициозный’. *Glow* переводится как ‘сиять, блистать’. То есть компания рекламирует продукты, которые помогают достичь эффекта сияния. В данном примере образована новая языковая единица, следовательно, использована языкотворческая функция.

Рассмотрим рекламу продукции «Aussome»: *But dry, hay-like hair? What a turn off. Lucky for you, Aussie has a deeply moisturizing formula that’s sure, to hit the spot. More moisture. More manageability. So go on. Find Your Aussome.* В данном примере присутствует словообразовательная игра с псевдомотивацией. Создатели рекламы взяли за основу слово *awesome* ‘потрясающий, превосходный’ и соединили его с названием бренда *Aussie*. В результате получили новое слово *Aussome* – потрясающее средство для волос.

Языковая игра на словообразовательном уровне является одной из самых сложных и используется в рекламе не так широко. Это можно объяснить его тонким характером, поэтому для его правильного истолкования требуется языковая подкованность.

В рекламе созданные слова призваны выполнять целый ряд прагматических функций: привлекать внимание непривычностью формы; формировать положительное восприятие рекламы адресатом, получающим интеллектуальное удовольствие от декодирования игрового приема; способствовать запоминаемости объекта рекламы.

Словообразование в дискурсе рекламы приобретает массовый и интенсивный характер, поскольку материальная фиксация его результатов с помощью языковых символов имеет фактически неограниченный доступ. Современное словотворчество в языке СМИ особо динамичное, именно поэтому требует детального изучения, так как именно в медиасфере определяются важнейшие тенденции развития современного английского языка.

А. Калацкая

ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ В АВТОМАТИЧЕСКОМ ПЕРЕВОДНОМ СЛОВАРЕ

Нейронный машинный перевод – новый подход, который адресует проблемы, существующие в рамках статистического машинного перевода: игнорирование зависимостей, которые находятся на большом расстоянии друг от друга, и комплексность, так как добавляется все больше и больше характеристик для улучшения работы систем статистического машинного перевода. Таким образом, нейронный машинный перевод направлен на решение проблем машинного перевода с использованием нейронных сетей.

Нами был задействован англо-русский параллельный корпус текстов: United Nations General Assembly Resolutions: A Six-Language Parallel Corpus. Данный корпус состоит из 2100 резолюций Генеральной Ассамблеи ООН с переводом на шесть официальных языков Организации Объединенных Наций, из которых для проведения исследования была извлечена англо-русская языковая пара. В корпусе каждое английское предложение представлено с новой строки и имеет соответствующее ему предложение-перевод на русский язык. В рамках работы с данными были выбраны пары предложений, которые меньше или равны 30 словам.

Весь корпус текстов был разделен на тренировочную выборку, оценочную выборку (100 предложений) для подсчета качества перевода с текущими весами на промежуточном этапе и тестовая выборка для итоговой оценки перевода. В тренировочной выборке из всех исходных и целевых предложений формируются словари уникальных слов: словарь уникальных слов целевого русского текста, словарь уникальных слов исходного англоязычного текста, словарь всех слов.

Тренировочная выборка, состоящая из англо-русских пар предложений, будет являться основой для обучения данной модели нейронного машинного перевода. Для обработки и последующего представления лингвистической информации, в нашем случае слов, будет использован слой нейронной сети, который обеспечит векторное представление входных и выходных значений. То есть каждое слово будет встроено в пространство заданной размерности и представлено в виде вектора в нем. Вложения – векторные представления каждого элемента – будут натренированы как параметры функции внутри нейронной сети и в процессе обучения будут менять координаты в пространстве, основываясь на встречаемости соответствующих слов в контексте.

Таким образом, для обработки лингвистических единиц был использован слой нейронной сети, который определил векторное представление входных и выходных значений и сформировал две модели языка: английскую языковую модель и русскую языковую модель, основываясь на контекстной встречаемости в корпусе.

А. Кузуб

МАРКЕРЫ ВРЕМЕНИ ВО ФРАЗЕОЛОГИИ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

В языке каждого народа есть устойчивые образные обороты, которые воспроизводятся в речи подобно слову. Такие устойчивые словосочетания называются фразеологизмами, фразеологическими оборотами или фраземами, которые в своей совокупности образуют фразеологический состав языка. Изучением фразеологического состава языка занимается фразеология.

Расшифровать истинное значение фразеологизма помогает изучение языковой картины мира народа. Одним из ключевых понятий культуры является время. Оно универсально для многих культур, в том числе для немецкой и русской. Однако его восприятие является национально-культурным. Немецкая и русская культуры принадлежат к разным группам. Немецкая культура относится к монохронемным, а русская культура – к полихронемным.

Как важный момент пространственно-временной ориентации выделяется процесс отсчета времени. Например, в наименовании мельчайших временных отрезков немецкий язык тяготеет к двухчастной английской модели (*moment – minute/der Augenblick = der Moment – die Minute*), которой соответствует русская четырехчастная (*миг – мгновенье – момент – минута*).

Анализ исследуемых фразеологизмов показал, что большинство маркеров времени представлены в немецкой и русской культурах одинаково. Компонент *время* фигурирует в составе фразеологизмов выборки чаще всего в своем буквальном значении, например, *Jedes Ding hat seine Zeit* ‘всему свое время’, *Es ist hohe Zeit* ‘самое время’.

Обозначения конкретных промежутков времени – как больших, так и коротких – чаще используются в переносном значении. Например, *der Tag* ‘день’ имеет несколько переносных значений: 1) ясность, раскрытие тайны (*am hellen Tage* ‘средь бела дня’), 2) время в целом, жизнь человека: *seine Tage beschließen* ‘окончить свой жизненный путь’.

В некоторых фразеологизмах выборки противопоставляются два маркера времени. Так, например, в паре *heute – morgen* (‘сегодня’ – ‘завтра’) прослеживается резкая смена событий: *Heute rot, morgen tot* ‘Сегодня пан, завтра пропал’.

При подборе эквивалента фразеологизма можно прибегнуть к калькированию или упрощению за отсутствием культурных маркеров в языке перевода (например: *Neuer Tag, neuer Sinn* ‘Семь пятниц на неделе’).

Таким образом, маркеры времени во фразеологии немецкого и русского имеют много общего, могут принимать разные значения в зависимости от контекста и подвергаться переводческим трансформациям в составе той или иной фразеологической единицы.

Е. Мастерова

СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТАРГЕТИРОВАННОЙ РЕКЛАМЫ

Таргетированная реклама (от англ. *targeted advertising*) – формат интернет-рекламы, созданный при помощи таргетинга, в котором используются методы и настройки поиска целевой аудитории в соответствии с заданными параметрами (характеристиками и интересами целевой аудитории). При этом в рекламном сообщении используются небольшие простые предложения, способствующие повышению его воспринимаемости и усилению экспрессивности. При использовании более сложных синтаксических конструкций они обычно чередуются с простыми предложениями, состоящими из 3–4 слов.

Характерны следующие синтаксические конструкции.

1. **Прием парцелляции**, заключающийся в намеренном членении связанного текста на несколько пунктуационно и интонационно самостоятельных отрезков. (*Политический SMM. КЛЮЧЕВАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ В СФЕРЕ ПОЛИТИКИ. СВАЙП ВВЕРХ*).

2. **Риторические вопросы** – в виде личного обращения к представителю выбранной целевой аудитории. Используются для привлечения внимания в начале рекламного объявления (*Хочешь научиться веб-дизайну?, Учили немецкий, но знаниям не хватает структуры и порядка?*).

3. **Восклицательные предложения** – в повелительном наклонении в качестве ответа на риторический вопрос (*Свайпай вверх!, Дапамажы захаваць гэты загадкавы і багаты свет!*).

4. **Прием сторителлинга** (рассказ личной истории) – в виде обращения к личному опыту от первого лица. Автор выступает в качестве главного героя (*По опыту скажу…*).

5. **Вопросно-ответные конструкции** заимствуются из разговорного синтаксиса и используются для привлечения внимания к содержанию рекламного сообщения, способствуют созданию непринужденности в коммуникации. Используя данный прием, рекламодатель старается предугадать вопросы потенциального клиента, а затем выносит их в заголовок и дает ответ (*Не знаешь с кем оставить питомца на выходные? Заходи в профиль!*).

6. **Восклицательные предложения** – в середине и/или конце текста. Выступают в качестве сигналов, указывающих на значимость рекламной информации. Придают высказыванию экспрессивность, создают нужный эмоциональный настрой, стимулируют совершение необходимого действия адресатом (*Только с 5 по 8 ноября в магазинах «АЛМИ» действует акция «Рыбные дни»!, Интересные модели скидка 20 % на ВСЕ!»*).

Таким образом, вышеперечисленные синтаксические особенности оказываются действенными и способствуют решению практических задач в сфере рекламной деятельности.

Ю. Новаш

ОККАЗИОНАЛЬНЫЕ СПОСОБЫ И ПРИЕМЫ СОЗДАНИЯ НОВЫХ СЛОВ В РЕКЛАМЕ

В настоящее время в рекламных текстах довольно часто можно встретить новые, необычные слова, с помощью которых рекламисты пытаются привлечь внимание реципиента к предлагаемой продукции. Увидев необычное слово, потенциальный покупатель невольно останавливается и пытается разобраться, что же оно значит, для чего существует, какой смысл в него вкладывают. Такие речевые явления в нашей работе признаются окказионализмами.

Существуют приемы создания новых слов, которые проявляются в намеренном нарушении языковых норм на уровне графики, что непроизвольно привлекает внимание адресата и побуждает его к прочтению текста. Давайте рассмотрим эти приемы на следующих примерах.

1. Отклонение от нормативной орфографии – *Яхонтъ, Сытый Купецъ, Рыбный гастрономъ* (следование нормам дореволюционной орфографии).

2. Употребление прописных букв в начале, середине или конце наименования – *НепОседА* (реклама детского сада), *ДумАН* (реклама видеофото студии) *ЗаПой* (реклама караоке-бара).

3. Сочетание латиницы с кириллицей – *Cветsity, Комиссионная лавка 35, Пузoff.*

4. Использование окказионализмов – *Одевашка & Обувашка, Кефирёнок, Ухтышка, Вкусника, Пивнов, Пиватория, Носковия, Пивасик и карасик, Нолик Симка.*

5. В текстах уличной рекламы можно выявить и игру слов, основанную на неоднозначности – *Точка зрения* (реклама частного кабинета окулиста.

6. Смешение разных знаковых систем (использование чисел, знаков и графических символов) – *10 %* (на месте цифры изображено кольцо), *торговый дом Евроцентр* (вместо буквы *Е* стоит значок *€*, символизирующий европейскую валюту).

Таким образом, исходя из вышесказанного, можно сделать следующий вывод. Современная реклама активно осваивает систему образования окказиональных слов. Такие лексемы привлекают внимание к рекламе, запоминаются в силу своей необычности.

В. Примак

ЛЕКСИЧЕСКИЕ МАРКЕРЫ ОЦЕНКИ ТОНАЛЬНОСТИ КИНОРЕЦЕНЗИИ

В современном мире кинорецензия является одним из самых востребованных жанров журналистики и критики, а ее сентимент-анализ может четче показать реальное отношение рецензента к картине. Понятие кинорецензии можно охарактеризовать как критический отзыв на произведение киноискусства, автором которого является кинокритик.

Основная задача анализа в данном контексте заключается в определении тональности кинорецензии, то есть определение, является ли выраженное мнение позитивным, негативным или нейтральным.

Существует 4 вида классификации тональности: классификация по бинарной шкале, классификации по многополосной шкале, использование системы шкалирования и идентификация субъективности/объективности. В данном исследовании была использована классификация по многополосной 3-балльной шкале, которая включает в себя позитивную, негативную и нейтральную оценки тональности.

Рассмотрим подробнее лексические маркеры оценки тональности на примере кинорецензии Роджера Эберта на фильм «Зелёная миля»:

*Пол (Том Хэнкс) – **хороший** человек, вероятно, **лучше**, чем любой другой охранник камеры **смертников** в Луизиане, и его **сотрудники компетентны** и **гуманны** – все, кроме **мерзкого Перси**. «Этот человек **подлый, беспечный и глупый** – это **плохая** комбинация в таком месте».*

В данном отрывке объектом анализа являются герои фильма. Один из них – главный герой Пол, которого автор оценивает позитивно. На это нам указывают прилагательное *хороший* и наречие *лучше*. Дальше описываются сотрудники, которые *компетентны* и *гуманны*, что также свидетельствует о положительной эмоциональной оценке автора. По отношению к Перси, третьему объекту анализа, автор использует лексические маркеры негативной оценки, такие как *мерзкий, подлый, беспечный* и *глупый*. Существительное *смертники* – маркер негативной оценки.

Следующий отрывок является ярким примером негативной оценки:

*В фильме есть ряд эпизодов, которые вызывают **сильные эмоции**. Некоторые из них связаны с **ужасающими** деталями камеры **смерти** и процессом **казни**, который гарантирует **смерть осужденного**.*

В ходе исследования было выявлено, что чаще всего для выражения негативной оценки используются прилагательные и существительные, реже – наречия и глаголы. Также можно констатировать, что к лексическим маркерам, выражающим негативное отношение к объекту анализа, относится как лексика с ярко выраженной эмоциональной окраской, так и нейтральная лексика, которая содержит в себе сему отрицательной оценки.

Ю. Радиминович

ПРОСТРАНСТВЕННЫЙ ХАРАКТЕР ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЙ

Одной из наиболее характерных особенностей современного информационного общества как глобальной системы является лавинообразно нарастающий процесс его виртуализации. В эпоху электронных коммуникаций рождаются такие важные характеристики коммуникативной культуры, как анонимность коммуникаторов, горизонтальная организованность коммуникации, высокий уровень обратной связи, высокая скорость доступа к информации. Развитие технологий влияет на мировоззренческие позиции людей. Интернет, являясь совершенно новым пространством коммуникации, создает технологическую основу для формирования культурных сообществ самого разного типа от континентальных и национальных до региональных.

В контексте формирования и трансформации культурно-коммуникационных систем Интернет становится социокультурным феноменом, активно влияющим на содержательное наполнение, специфику способов осуществления коммуникации и культурно-познавательные процессы, в связи с чем интернет-коммуникации выступают эффективным средством освоения культурного наследия.

Читатель в Интернете является партнером по диалогу. Пространственная и временная характеристика диалога утрачивают свою значимость, ибо информация появляется практически мгновенно и ее распространение больше не ограничивается пространственными барьерами.

Развитие технологий, обеспечивающих коммуникацию, опосредованную компьютером, предопределило новые направления и аспекты научных исследований. Нами изучались почтовые рассылки – письма от одного адреса с одинаковым (или меняющимся по шаблону) содержимым, рассылаемые подписчикам рассылки. Технически может быть организовано как отправка множества писем или как отправка письма со множеством получателей. Правильно организованная почтовая рассылка должна контролировать возврат писем (сообщения о невозможности доставить письмо) с исключением недоступных адресатов из списка рассылки, позволять подписчикам отписываться от рассылок. Нежелательные почтовые рассылки называются спамом и существенно осложняют функционирование почтовых систем.

В ходе изучения спам-сообщений было отмечено, что с лингвистической точки зрения на организацию текста спама будут оказывать непосредственное влияние две тенденции: соблюдение стилистических рамок электронного письма как жанровой разновидности интернет-коммуникации и использование психолингвистических приемов построения максимально эффективного рекламного текста. Они находят отражение в структуре электронного сообщения, в его композиции, в выборе лексических, стилистических и прагматических средств, соответствующих намерениям автора сообщения.

Д. Романович

ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ НОВОСТНЫХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

К настоящему времени в изучении публицистического стиля накоплен богатый опыт, отраженный в обширной литературе. Изучаются предметная, экспрессивная и эмоциональная функции публицистического стиля. В публицистических текстах затрагиваются вопросы весьма широкой тематики – любые актуальные вопросы современности, представляющие интерес для общества: политические, экономические, моральные, философские, вопросы культуры, воспитания, повседневного быта.

К основным чертам публицистического текста относятся:

1) экономия языковых средств, лаконичность изложения при информационной насыщенности;

2) наличие общественно-политической лексики и фразеологии, переосмысление лексики других стилей (в частности терминологической) для целей публицистики; совмещение черт публицистического стиля с чертами других стилей (научного, официально-делового, литературно-художественного, разговорного);

3) отбор языковых средств с установкой на их доходчивость;

4) использование характерных для данного стиля речевых стереотипов, клише;

5) использование изобразительно-выразительных средств языка, в частности, средств стилистического синтаксиса (риторические вопросы и восклицания, параллелизм построения, повторы, инверсия и т.д.).

Для того, чтобы выявить внутреннюю организацию немецкоязычных публицистических текстов, лексико-стилистические средства немецкоязычных новостных публицистических текстов, нами было проанализировано 37 немецкоязычных публицистических текстов. Все тексты взяты из газет Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Handelsblatt, Welt kompakt, Frankfurter Rundschau, Welt am Sonntag.

В ходе анализа было отмечено, что в газетных текстах на немецком языке употребляется много терминов, названий организаций, учреждений, наименований титулов, званий, занимаемых постов и многое другое. Постоянно используются географические названия: названия стран, континентов, городов. Почти в каждом газетном сообщении приводятся имена собственные, и указывается точная дата события, о котором идет речь. Для газетных текстов характерно постоянное употребление одних и тех же стандартных выражений, устойчивых словосочетаний (*die Diskussion konzentriert sich auf, nach Ansicht von, sich an Verabredungen gebunden fühlen*).

Основной лексико-стилистический принцип организации языка в публицистике – это единство экспрессии и стандарта.

А. Русакевич

ОПЫТ ТЕСТИРОВАНИЯ СКОРОСТИ ЛЕКСИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ПРОГРАММ

В последнее время в сфере языков программирования, используемых для обработки текстов, наибольшую известность имеют Python и Perl, но согласно рейтингу PYPL (PopularitY of Programming Language, https://pypl.github.io/PYPL.html) все меньше программистов выбирают Perl, отдавая предпочтение языку, занимающему в рейтинге PYPL первое место – Python. Вместе с тем все еще востребованы связанные с обработкой текстов большие проекты, написанные в том числе и на Perl, например, ассемблер NASM (Netwide Assembler, https://github.com/letolabs/nasm).

Часто выбор языка программирования лежит в субъективной плоскости, включающей в себя удобство и т.п. но в связи с развитием сферы Big Data на первое место выходит производительность, так что выбор наиболее производительного языка является особенно важным.

Анализ скорости обработки текстов с целью определить наиболее быстрый в сфере обработки текстов язык программирования производится на примере лексических анализаторов программ на языке Pascal как на одном из наиболее простых в анализе искусственных языков. Результаты исследования (https://github.com/alex-rusakevich/perlvspython) демонстрируют, что Python (CPython версии 3.8.5) справляется с поставленной задачей в среднем в 1,6 раза быстрее, чем Perl (версии 5.30.0) при обработке текстовых файлов большого размера, но отстает от Perl при обработке текстовых файлов небольшого размера, справляясь с задачей в 1,74 раза медленнее.

Исходя из полученных результатов, можно увидеть, что Python быстрее справляется с задачей анализа большого текста, чем Perl, а значит, является более предпочтительным в сфере анализа больших объемов текстовых данных. Вместе с тем Perl быстрее справляется с файлами небольших размеров, исходя из чего, учитывая скорость написания сценариев, хорошо подходит для небольших задач.

А. Сенько

ВЗАИМОСВЯЗЬ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА

Сочетание вербальных и невербальных средств передачи информации образует креолизованный текст. В качестве вербального компонента выступает, например, надпись, подпись или вербальный текст, невербальный компонент может быть представлен иллюстрациями (рисунок, фотография,

карикатура и т.д.), схемами, таблицами, символическими рисунками, формулами и т.п. При взаимодействии вербальный и иконический компоненты дополняют и поясняют друг друга, образуют целостность и связность текста.

Значения изображения и слова в поликодовом значении интегрируются и образуют сложно построенный смысл. Между вербальной и изобразительной частями устанавливаются разные виды корреляций.

1. Отношения взаимодополнения. Изображение может существовать самостоятельно. Вербальный компонент лишь описывает изображение, дублируя информацию. Вербальному компоненту отводится вторичная, дополнительная функция.

2. Отношения взаимозависимости. Изображение зависит от вербального комментария, который определяет его интерпретацию. Без комментария изображение может быть неправильно истолковано. В данных отношениях комментарий выполняет первичную, основную функцию.

Так, Л. Барден расширяет корреляции между вербальным и изобразительным компонентами в зависимости от характера передаваемой информации – денотативной (д) и коннотативной (к). Ученый устанавливает четыре типа корреляций.

1. Изобр.$_{д}$ + Слово$_{д}$. Изображение и вербальный комментарий выражают денотативную информацию. Этот тип корреляции свойственен информационному сообщению.

2. Изобр.$_{д}$ + Слово$_{к}$. Изображение выражает денотативную информацию, вербальный комментарий предает коннотативную информацию. Данный тип присущ иллюстративному сообщению.

3. Изобр.$_{к}$ + Слово$_{д}$. Изображение выражает коннотативную информацию, вербальный комментарий предает денотативную информацию. Этот тип корреляции характерен для комментирующего сообщения.

4. Изобр.$_{к}$ + Слово$_{к}$. Изображение и вербальный комментарий выражают коннотативную информацию. Данный тип корреляций наблюдается в символическом сообщении.

В 1-м и 2-м типах корреляций изображение доминирует над словом, в 3-м типе ведущая роль принадлежит слову. В 4-м типе корреляций вербальный и изобразительный компоненты равноправны.

Я. Скоробогатая

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ СИСТЕМ МАШИННОГО НЕМЕЦКО-РУССКОГО НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОГО ПЕРЕВОДА

Конкретно научно-технические тексты рассматриваются как особые тексты, которые предназначены для специалистов узкого профиля с целью применения достижений фундаментальной науки на практике. Каждый поджанр

и подстиль имеет собственные индивидуально-стилевые черты. Тем не менее эти черты не могут нарушить единство научного стиля, а также его общие признаки и особенности.

Как правило, научно-технический текст предназначен для точной, логичной, организованной и строгой передачи информации. Он характеризуется достаточной консервативностью в выборе языковых средств, смысловой точностью, обобщенно-отвлеченным изложением информации, скрытой эмоциональностью и объективностью изложения.

К основным особенностям немецкоязычного научно-технического текста относятся: большое количество общетехнических, межотраслевых, узкоспециальных терминов и слов не англосаксонского происхождения (например, романского происхождения); сокращения, которые при переводе должны расшифровываться и даваться в полном значении; большой удельный вес служебных слов и слов, обеспечивающих логические связи между отдельными элементами высказываниями, отбор слов с большой тщательностью для максимально точной передачи мысли.

Одной из наиболее значимых характеристик немецкоязычного научно-технического текста является широкое использование терминологии, которая в среднем представляет 15–25 от общего объема лексики.

Научный стиль в немецком языке отличается наличием собственной фразеологии и различных клише: *auf einem Einzelgebiet nachweisen* ‘показать на примере отдельной области’, *die Oberhand haben* ‘иметь преимущество’ и другие.

Исследования в области машинного перевода должны быть отнесены к разряду фундаментальных исследований. Их нужно вести не только и не столько потому, что это позволит в будущем сэкономить средства на переводах иностранных текстов и облегчить процесс обмена научно-технической и деловой информацией между различными странами.

На современном этапе развития систем машинного перевода отмечается значительное количество недостатков этих программ, выявляемых при их практическом использовании. В связи с этим возникает необходимость дальнейшего совершенствования этих программ. В первую очередь необходимо выделить затруднения, которые возникают у программ автоматического перевода при выборе адекватного значения некоторого многозначного слова в определенном контексте.

И. Филинович

АВТОМАТИЧЕСКОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНКИ ПРИ ВИРТУАЛЬНОМ ОБЩЕНИИ

Оценочность высказывания проявляется на всех языковых уровнях: фонетическом, морфологическом, синтаксическом, лексическом. Большинство лингвистов, однако, считают, что основным уровнем выражения оценки

является лексический. В качестве лексических средств выражения оценочного значения рассматриваются имена существительные, имена прилагательные, глаголы, наречия.

Мы провели исследование, в котором было проанализировано 60 контекстов. Текстовую базу для анализа составили выборка контекстов Twitter, а также закрытые сообщества в LinkedIn. В ходе анализа было выделены лексические единицы, свидетельствующие о положительной оценке. В результате анализа было выявлено, что в текстовой выборке присутствуют лишь односложные по своей структуре средства выражения положительной оценки, что подтверждает факт того, что пользователи склонны писать неформально и кратко и предпочитают избегать сложных конструкций. Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что наиболее употребительными средствами для выражения положительной оценки в виртуальном общении являются прилагательные (70,9 %). Например, *Das sieht* ***lecker*** *aus*. Следующим по частотности среди средств выражения положительной оценки мы выделяем существительное (20 %), в качестве примера можно привести следующий пример: *Sehr starke Aktion, die man als* ***Inspiration*** *für neue Shopping-Events nutzen kann!*. Наименьшее количество составляют глаголы (8 %) и наречия (1 %).

Что касается лексических средств выражения отрицательной оценки, здесь встретились более разнообразные по своей структуре лексические средства выражения оценки. Это связано в основном с тем, что зачастую здесь присутствуют отрицательные частицы, или слова приобретают отрицательную оценку лишь в комбинации друг с другом. Однако в результате анализа было выявлено, что наиболее частыми остались односоставные средства выражения оценки, а именно прилагательные (43 %), *Ich fand es* ***egoistisch****, dich zu fragen*. Следующими по частотности оказались существительные (14 %). А затем в равной пропорции расположились двусоставные конструкции, такие как прилагательное + существительное, частица + прилагательное (около 10 %). Наименее частотными оказались глаголы, их процент от общего количества составил 4 %. Также для выражения негативной оценки в виртуальном общении встречались и трехсоставные структуры частица + прилагательное + существительное (4 %) *Nein, das ist* ***keine gute Idee***.

Наибольший интерес для дальнейшего создания алгоритма представляют те типы оценки, которые обладают формальными признаками для автоматического анализа. Полученные данные положены в основу программы автоматического определения оценки при виртуальном общении.

Л. Шуплякова

ТЕМАТИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ КОНЦЕПТА «УГРОЗА»
(на материале англоязычных периодических изданий)

В настоящее время в сложившейся общественной и политической ситуации для лингвистов представляет интерес языковая объективация концепта «угроза», а также способы его концептуальной организации, вырабатываемые средствами массовой информации в том числе.

В этой связи для тематического анализа нами была выбрана следующая тематическая классификация лингвистических единиц, выражающих концепт «угроза»: «запугивание», «предостережение», «шантаж», «риск».

Приведем примеры относительно каждой из упомянутых категорий.

1. *The rather limited reporting from the region tells us the Armenian population of Karabakh itself is suffering greatly under sustained bombardment.* – запугивание.

2. *The capital Kyiv, with the highest infection rate in the country of 41 million, could be forced to restrict public transport, close schools and kindergartens.* – предостережение.

3. *The west will unfortunately, for political reasons, continue to paint it black and undermine, and that is just the unfortunate reality of the world.* – шантаж.

4. *Under the new immigration laws, this could mean they lose the right to work, claim financial support from the government, rent a home, hold a bank account or access further education, and could even face deportation.* – риск.

Необходимо указать, что таким образом нами было проанализировано 130 фраз, которые включили 282 лингвистические единицы, выражающие концепт «угроза». Как показало исследование, наиболее многочисленная группа состояла из монотематических единиц – «запугивание» (34 %). Далее следует «шантаж (31 %), «риск» (20 %), затем «предостережение» (15 %).

Но также в проанализированном материале были найдены единицы, которые невозможно отнести к единой тематике. Следовательно, эти единицы были определены как политематические.

Согласно проведенному анализу наиболее многочисленная группа из политематических единиц – «Предостережение + риск» (61 %). Далее следует «Предостережение + запугивание» (28 %), «Шантаж + запугивание» (11 %).

Итак, из достаточно широкого диапазона смысловых значений концепта «угроза» нами были выделены четыре ведущих тематических категории. Вербализация данных видов угрозы в источниках СМИ наиболее полно описывает текущую политическую и общественную ситуацию в некоторых англоязычных странах.

ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Е. Борисевич

ОБРАЗНО-СИМВОЛИЧЕСКАЯ СИСТЕМА В ПОЭТИЧЕСКОМ ТВОРЧЕСТВЕ С. ПЛАТ

Одной из наиболее ярких представительниц поэтического творчества XX в. является Сильвия Плат (1932–1963) – автор 9 сборников стихотворений, среди которых наиболее известными являются «Колосс» (1960), «Ариэль» (1965), «Зимние деревья» (1971) и др. Ее перу принадлежит автобиографический роман «Под стеклянным колпаком», дневниковые записи, которые несут в себе важный вектор художественности и переводы французской лирики. Богатое литературное наследие С. Плат было удостоено Пулитцеровской премии в 1982 году. В своих глубоко исповедальных произведениях С. Плат, прежде всего, исследует вопросы женской экзистенции и уникальности женского опыта, раскрывает глубокие чувства и внутренние переживания личности. Важными являются вопросы реализации женщины как матери, ее роли и предназначения в обществе. Анализируются и процессы творческого развития писательницы. С. Плат выявляет особенности травмированного сознания человека, находящегося под влиянием сложных и противоречивых процессов быстро развивающегося XX века. Автор также поднимает вечные проблемы любви, ненависти, войны, мира, раскрывает актуальные вопросы человеческого бытия в контексте XX века.

Большую значимость в творчестве С. Плат приобретает образно-символическая система, т.е. комплекс художественных образов и специфических знаков, наделенных предметностью и глубинным смыслом, которые в своей совокупности несут авторскую идейность. Эта система определяет своеобразие авторского стиля, а также играет немаловажную роль в интерпретации лирических текстов. Условно можно выделить несколько ключевых образов в творчестве данного автора: образы природы, женские образы, анималистические образы, образы телесности, образ смерти. Многоликие женские образы раскрывают острые женские проблемы: роль и место женщины в социуме, ее самобытная идентичность, влияние патриархального общества на творческие поиски личности. Образы телесности показаны через проекции на природные пейзажи, что помогает С. Плат говорить о мире таинственного и непостижимого, о глубокой связи человека с землей и природой. Образы природы подчеркивают связь человека с существующим миром: дерево (ягодный тис) отождествляется с мужским началом, луна представляет женское начало и материнство, а облако отождествляется с невинностью. Образ гордого скакуна – символ независимости, львица символизирует женскую силу и свободу, пчелы – сплоченность, выносливость, а в то же время и опасность. Смерть понимается как символ очищения, возрождения, освобождения от земных пороков. Феникс является символом личности, которая успешно преодолевает жизненные трудности.

С. Бояровская

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ КАК ОТЛИЧИТЕЛЬНАЯ ЧЕРТА РОМАНА ДЖ. ФАУЛЗА «ЖЕНЩИНА ФРАНЦУЗСКОГО ЛЕЙТЕНАНТА»

Невозможно представить создание художественного текста без культурного диалога, без историко-культурных интертекстуальных вкраплений. Интертекстуальность – термин, введенный в 1967 году французской исследовательницей Юлией Кристевой для обозначения общего свойства текстов, выражающегося в наличии между ними связей, благодаря которым тексты разными способами могут явно или неявно ссылаться друг на друга.

Джон Фаулз – английский писатель, романист и эссеист, один из выдающихся представителей постмодернизма в литературе. Ему принадлежат романы, которые стали шедеврами английской и мировой литературы, среди которых «*Волхв*», «*Коллекционер*», «*Женщина французского лейтенанта*». Роман «*Женщина французского лейтенанта*» уже стал классическим произведением постмодернизма. В нем представлены такие типичных постмодернистские приемы, как аллюзии, реминисценции, цитатные включения и эпиграфы из произведений разных эпох, которые реализуются на уровнях метафоричности языка романа, образов персонажей, сюжета. Аллюзии и цитаты искусно вплетаются в текст, органически взаимодействуют, формируют смысловые связи и порождают единый прием интертекстуальности. Благодаря приему интертекстуальности автор выражает свою точку зрения, цитируя другого автора, настраивает читателя на оценку событий, погружает в реалии другого времени, места, действия, историко-культурного контекста. Так, аллюзивные отсылки к греческой и библейской мифологии передают внутреннее состояние героев. В начале каждой главы Джон Фаулз использует эпиграфы, тем самым подчеркивая важность интертекстуальных перекличек. Соотношение эпиграфов и содержания глав объясняют читателю факторы, определяющие становление личности героя и ее зависимость от эпохи. Так, например, эпиграф Карла Маркса на титульной странице отнесен ко всей книге в целом, формулируя ее гуманистический замысел. Зачастую эпиграфы вступают в парадоксальное соотношение с содержанием главы, образуя иронический контраст, создают пародию, комический эффект критику стереотипов общества. Такую функцию имеют, например, стихи А. Теннисона, произведения Дж. Остин, Ч. Диккенса, Ч. Дарвина и др. Автор реконструирует и деконструирует Викторианскую эпоху с ее условностями, стереотипами, манерами и социальными требованиями. Используя интертекстуальный диалог и переклички двух эпох (постмодернизма и Викторианской эпохи), Джон Фаулз рассказывает современному читателю о прошлом в особой образной художественной реальности, поднимаясь до выявления общечеловеческих универсальных ценностей.

А. Булыко

ИГРОВЫЕ АСПЕКТЫ РОМАНА ДЖ. ФАУЛЗА «ВОЛХВ»

Согласно определению Й. Хёйзинга, игра – это действие, протекающее в определенных рамках места, времени и смысла, в обозримом порядке, по добровольно принятым правилам и вне сферы материальной пользы и необходимости. Основываясь на главных характеристиках игры, выделенных Й. Хёйзинга (замкнутость, наличие правил и сообщества посвященных), мы можем сказать, что в романе «Волхв» художественно реализована категория игры. Роман представляет собой единое игровое пространство. Местом действия является греческий остров Фраксос и вилла «Бурани». Жители и гости виллы составляют замкнутое сообщество посвященных, то есть участников игры, которые также подчиняются определенным правилам.

В сюжете романа «Волхв» игровое начало реализуется на композиционном уровне. Дж. Фаулз воплотил в произведении постмодернистскую интеллектуальную игру с читателем благодаря линейному сюжету с экскурсами в прошлое, используя вариативность финала, динамичность фабулы, тем самым открывая множественные пути интерпретации смысла романа. На уровне содержания игровой элемент проявляется через тематику произведения, его суть и проблему. В романе писатель поднимает тему самости личности, ее свободы, проблему смысла жизни человека через персонажа Мориса Кончиса, создавая различные исторические эпохи и моделируя жизненные ситуации с помощью театрального действия, вплетенного в текст романа. На уровне художественной формы игровое начало в романе «Волхв» проявляется в использовании художественных средств иносказания: языковых аномалий *twoness, togetherness, matter-of-factness*; метафор (воплощенных в образах Греции и Англии), аллюзий на греческие мифы (о Тесее, Орфее и Одиссее) и произведения Шекспира («Ромео и Джульетта»). Роман «Волхв» характеризуется сочетанием лиричности с жестким, лишенным иллюзий взглядом на жизнь, вымысла с реальностью, психологизма с философскими обобщениями. В своем романе Фаулз сочетает увлекательность сюжета с интеллектуальной глубиной, глубоким философским подтекстом, с богатыми отсылками к произведениям мировой литературы и мировой философии.

Таким образом, мы можем доказательно утверждать, что в рассмотренном нами романе Дж. Фаулза «Волхв» игра выступает важнейшим принципом организации повествования: сюжет романа реализует игровые аспекты художественного произведения на композиционном уровне; тематика произведения, его суть и проблема реализуют игровые аспекты романа на уровне содержания (смысла); языковые аномалии, метафоры и аллюзии – художественные средства реализации игровых аспектов романа «Волхв».

А. Бурундукова

ПРОБЛЕМАТИКА РОМАНА Э. ХИЛИ «ЭЛИЗАБЕТ ПРОПАЛА»

Эмма Хили (1985) – современная английская писательница, которая занялась творческим осмыслением проблем сознания тогда, когда одна ее бабушка впала в старческое слабоумие. В 23 года Э. Хили начала изучать проблему приобретенного слабоумия и его отражение в мировой литературе. Так и появился роман «Элизабет пропала» («Elizabeth is Missing», 2014).

Это роман детективный, но со значительными жанровыми модификациями. В соответствии с законом жанра детективного романа, Шерлок Холмс или герои Агаты Кристи, например, тонко подмечали все важные моменты и создавали логические цепочки, расследуя дела. Восьмидесятилетняя же главная героиня Мод является не только «недостоверным рассказчиком», но страдает возрастной деменцией. Реальность протагониста состоит из бесконечных рядов чашек чая, которые она готовит и оставляет по всему дому, упорных походов в магазин, где даже со списком необходимых продуктов она неизменно покупает лишь баночки с консервированными персиками, и попыток собрать себя, свои мысли и мировосприятие воедино, оставляя пометки на вездесущих листочках бумаги. Единственное, что она помнит и понимает действительно ясно, – это то, что Элизабет, ее близкая подруга, пропала.

Под проблематикой художественного произведения в литературоведении принято понимать область осмысления писателем отраженной через текст реальности. Это сфера, в которой проявляется авторская концепция мира и человека, где запечатлеваются размышления и переживания писателя, где тема рассматривается под определенным углом зрения.

В первую очередь в романе поднимается проблема прогрессирующей со временем возрастной деменции. Более того, в произведении подчеркивается предвзятое отношение к людям пожилого возраста. Немаловажной проблемой является отношение детей к своим родителям. Эмма Хили словно показывает нам два исхода, почти полностью зависящих от детей: Элизабет, сын которой особо не заботился о ней, попадает в больницу и в итоге умирает, в то время как дочь Мод решает взять на себя ответственность и приглядывать за мамой, обеспечивая ей максимально комфортную старость.

Писательница искусно раскрывает психологическую глубину состояния Мод, но избегает излишнего драматизма. В книге присутствуют и шутки, и нелепые ситуации, которые невольно заставляют улыбнуться, как бы говоря: «да, ситуация сложная, но мы со всем справимся». На примере детей Мод, особенно ее дочери Хелен, мы видим, что даже с деменцией можно уживаться, если запастись терпением и с любовью проходить как светлые эпизоды, так и темные.

А. Жук

СИСТЕМА ОБРАЗОВ В РОМАНЕ ДЖ. АПДАЙКА «ГЕРТРУДА И КЛАВДИЙ»

Уильям Шекспир является величайшим поэтом-гуманистом эпохи Возрождения. Его произведения входят в сокровищницу достижений мировой культуры. Значение творчества У. Шекспира объясняется тем, что все его произведения являются выражением гуманистических идей в их самой глубокой и совершенной форме. Писатель раскрывает сущность человеческих характеров и их взаимоотношений, причины и следствия человеческих поступков. Поэтому пьесы У. Шекспира исследуют известные писатели разных литературных эпох, создавая свои деконструкции – произведения, в которых выстраиваются переклички с литературным наследием великого автора.

К трагедии У. Шекспира «*Гамлет*» как к неисчерпаемому источнику идей обращался и известный американский писатель Джон Апдайк (1932–2007). В романе «*Гертруда и Клавдий*» (2000) повествуется о сложной судьбе королевы Гертруды, осмысливается роль женщины, скованной патриархальными устоями и ценностями общества того времени. Структура романа представляет собой временной отрезок жизни Гертруды, начинающийся с ее девичества и заканчивающийся там, где начинается трагедия У. Шекспира: «*Then, assuredly follows the action of Shakespeare's tragedy*». Поэтому ее внутренняя борьба между чувством и долгом, между социальными и религиозными обязательствами и желанием любить и быть любимой составляют главную часть романа, его суть.

Своеобразие образа Гамлета в романе «*Гертруда и Клавдий*» состоит в том, что автор представляет его в изменении, в становлении. Принц представлен сквозь призму восприятия героев Апдайка, то есть, каждый персонаж интерпретирует образ Гамлета словно многогранное произведение искусства. В романе своеобразно существуют четыре Гамлета: Гамлет Гертруды, Гамлет Клавдия, Гамлет Полония, Гамлет Офелии.

Если обратиться к образу Клавдия в романе Джона Апдайка, то его наделяют следующими характеристиками: Клавдий – яркая, самодостаточная личность, храбрый человек, люди не боятся идти с ним в бой. Клавдий отличается от того общества мужчин, в котором живет Гертруда. Он умен, способен к сопереживанию, пониманию чувств другого человека. В Гертруде Клавдий видит в ней молодую, прекрасную женщину, а не власть и корону. Однако образ Клавдия подвержен трансформации. Он становится тенью старого Гамлета и превращается в братоубийцу и нового короля Дании. Таким образом, Дж. Апдайк представил деконструкцию произведения У. Шекспира: рассказал предысторию убийства короля Дании, представил трагическую историю любви королевы, осуществил попытку поставить в центр повествования королеву и объяснить чувства Гертруды через ее любовь к отцу, к Горвендилу, к Клавдию и к Гамлету.

А. Кныш

СВОЕОБРАЗИЕ МИФОЛОГИЧЕСКОЙ ОБРАЗНОСТИ В РОМАНЕ Л. ХОГАН «СИЛА»

Вся духовная культура человечества восходит к мифу. С помощью мифов и ритуалов древние люди пытались объяснить малопонятные им природные и биологические явления, выразить все основные чувства. Сторонники ритуально-мифологической школы считали, что миф – это первоначальное ядро, из которого и развивались все жанры фольклора. Мифологическая школа положила в основу идею о мифе как о решающем звене для понимания всей художественной продукции человечества, древней и современной.

Мифологическое сознание стало одним из главных направлений культурной ментальности в конце XX – начале XXI века. Миф утвердился в различных художественных направлениях и жанрах литературы. Помимо этого, мифологизация произведений современной прозы «проникает» на все уровни художественного текста. Архетипические мотивы, сюжеты, персонажи играют важную роль как в общем восприятии всего произведения, так и его составляющих.

Линда Хоган – индейская писательница, автор стихов, романов и эссе. В своих работах она затрагивает темы, связанные с опытом и культурой коренных американцев, историей племен Юго-Востока США, отношения людей к окружающей среде. В романе «Сила» (*Power,* 1998) через рассказы и размышления главной героини читатель знакомится с мифологическим восприятием всего окружающего индейцами, их анимистическими верованиями и тотемистическими представлениями.

Роман наполнен разнообразными архетипическими образами: пространственный образ путешествия, образ наставника или мудрой старухи, мотив потери невинности и жертвоприношения. Значительную роль в моделировании мира данного произведения играют мифологическое пространство и время. Последнее раскрывает идеи цикличности, «вечного возвращения» и выражается в концепте противостояния Порядка и Хаоса.

Примером образов мифологического пространства может быть озеро, которое на символическом уровне воспринимается как источник жизни, лес – пограничная зона между миром мертвых и миром живых, а также дерево Мафусаил, содержащее в себе архетипические черты Древа Жизни. Кроме этого, Л. Хоган прибегает к мифотворчеству, создавая легенду о Женщине-пантере, за основу которой были взяты представления коренных жителей Америки о звере-предке и цикличности времени. Соединив эти компоненты воедино, писательница представила своеобразные вариации мифов как о сотворении мира, так и о повторяющихся апокалипсисах.

Все элементы мифологической образности в романе «Сила» помогают развивать сюжет, раскрывать персонажей, акцентировать идею, выдвигаемую автором, и способствуют созданию особого мифологического мироощущения и атмосферы мифа при описании обыденных, на первый взгляд, ситуаций.

В. Куксовская

ОСОБЕННОСТИ МЕТАНАРРАТИВНОГО ПРИНЦИПА ПОВЕСТВОВАНИЯ В РОМАНЕ К. ВОННЕГУТА «БОЙНЯ НОМЕР ПЯТЬ, ИЛИ КРЕСТОВЫЙ ПОХОД ДЕТЕЙ»

Постмодернизм является ведущим направлением литературы США 60–70-х гг. XX в. и характеризуется как попытка представить определенный мировоззренческий комплекс на уровне организации художественного текста. Его сущность заключена в демонстрации абсурдности социальной жизни, истории и политики, а его отличительными чертами являются «черный юмор», интертекстуальность, фрагментарность повествования, дискретность и отказ от «великих повествований», опирающихся на просветительскую идею прогресса и легитимирующих представления о современности.

Исследованием метанарратива занимался Ж.-Ф. Лиотар, который определил его как особый тип дискурса, возникший в эпоху модерна. Метанарративами именуются «объяснительные системы, которые организуют буржуазное общество и служат для него средством самооправдания; среди них религия, история, наука, психология, искусство». В своих произведениях такие американские писатели, как Т. Пинчон, У. Берроуз, поздний В. В. Набоков, К. Воннегут, раскрывают несостоятельность метаповествований.

Так, роман К. Воннегута «Бойня номер пять, или Крестовый поход детей» (*Slaughterhouse-Five, or The Children's Crusade*, 1969) обличает героизацию войны и убийства в военное время, представляемые как подвиг. В названии самого произведения содержится критика «великой идеи» борьбы за общее благо, так как люди, которые отправляются сражаться за других, на самом деле находятся в неведении, они верят в идеологию властей и оказываются невинно убиты. Наиболее страшный моральный аспект Второй мировой войны, который критикует К. Воннегут, – это тот факт, что участие в ней принимали совсем молодые люди: Билли Пилигрим, которому шел двадцать первый год, или восемнадцатилетний Роланд Вири.

В этой связи значимой в романе является отсылка к историческому факту, согласно которому в 1213 году двое монахов задумали аферу – продажу детей в рабство. Для этого они объявили о крестовом походе детей в Палестину. Из тридцати тысяч добровольцев половина погибла в кораблекрушениях, почти столько же оказались в неволе, и лишь малая часть детей смогла выжить, потому что по ошибке попала туда, где их не ждали корабли работорговцев.

Подобно этому, бомбардировка Дрездена в феврале 1945 года, с точки зрения К. Воннегута, который использует ее в сюжете романа, не была вызвана военной необходимостью, но была совершена войсками союзников под предлогом мести и установления контроля над транспортной инфраструктурой фашистов, иными словами, под предлогом поддержки метанарратива политического господства.

Подводя итоги, можно сказать, что К. Воннегут, который цитирует в начале романа Ч. Маккея – автора книги «Удивительные заблуждения народов и безумства толпы», разоблачает кровавую сущность метанарратива «героических подвигов», которые сводятся к убийству одних ради обогащения и выгоды других.

Ю. Макаревич

АВТОБИОГРАФИЗМ В ДЕТЕКТИВНОМ ТВОРЧЕСТВЕ АМАНДЫ КРОСС

В последние десятилетия XX в. особое значение приобретает автобиографическое творчество, представленное жанром социального детектива, созданного женщинами-писательницами. К этому периоду принято относить творчество Элизабет Джордж, Рут Ренделл, Антонии Фрейзер, Фрэнсис Файфилд, Дороти Ли Сэйерс, Сары Парецки и др. Различные подходы к автобиографизму были отражены в научной деятельности таких философов и писателей, как Л. С. Выготского, М. М. Бахтина, О. А. Наумовой, К. Хайлбрун, А. Стоуна, К. Хайлбрун, Н. Уокер, З. Дрезнер.

Одной из наиболее ярких представительниц жанра социального детектива является Кэролин Хайлбрун (псевдоним – Аманда Кросс). Автобиографизм в творчестве Аманды Кросс проявляется в изображении действительности, так как литературное произведение отражает социальную и культурную атмосферу описываемой эпохи. В своих романах, среди прочих проблем, Кэролин поднимает вопросы семьи и отчуждения личности от общества, рассматривает принципы отношения к женщине в американском социуме. Вопросы, затрагивающие социальное и экономическое неравенство, насилие и трудности жизни раскрываются с позиций переживания этого опыта и стремления изменить его. Автор также поднимает ряд важнейших социальных проблем, свидетелем событий которых ей пришлось стать: расовая неприязнь, отчуждение человека от общества и самого себя, одиночество, отсутствие понимания других людей, преступность, экологические проблемы, одиночество в обществе и т. п.

Главным элементом автобиографизма в творчестве Аманды Кросс является создание образа «новой женщины», что доказывает сюжетно-событийную связь между биографией авторского «я» и его героев. Автобиографизм отражается в персонажах, практически выписанных из жизни. Например, Джеймс, супруг Кэролин Хайлбрун, может быть назван прототипом Рида из романов о Кейт Фэнслер. В своих книгах Кросс исследует ситуации, с которыми сталкиваются женщины, которые преподают в американских университетах. Это можно счесть проекцией психологии, душевных качеств и определенных личностных особенностей автора на образы-характеры героев произведения. Автобиографизм проявляется и в качестве рефлексии, осознания своего жизненного опыта.

Таким образом, можно сделать вывод, что Аманда Кросс является одной из первых писательниц, отразивших социальные проблемы американского общества в своих художественных текстах, используя автобиографический импульс. Содержание образа женщины и ее экзистенции раскрывается в произведениях А. Кросс, наполненных социальными проблемами, в единстве метафизического, антропологического, эстетического и социокультурного аспектов.

А. Маскальчук

ХРОНОТОП В РОМАНЕ ДЖ. БАРНСА «ПРЕДЧУВСТВИЕ КОНЦА»

Хронотóп (дословно «время-пространство») – термин, который впервые был введен А. А. Ухтомским в контексте его физиологических исследований, а затем, благодаря трудам М. М. Бахтина, перешедший и в гуманитарную сферу. Хронотоп включает в себя такие функции, как создание, организация и структурирование художественного произведения, что в свою очередь обеспечивает его единство.

М. М. Бахтиным были выведены следующие основные типы хронотопа: фольклорный, авантюрный, авантюрно-бытовой, автобиографический, средневековый, раблезианский, идиллический. В современном литературоведении выделяют следующие его формы: 1) циклический хронотоп, который подчеркивает идею вечной повторяемости; 2) линейный хронотоп, выражающий идею историзма, поступательного движения от прошлого к настоящему и будущему; 3) нелинейный хронотоп, раскрывающий идею многомерности бытия.

В романе Дж. Барнса «Предчувствие конца» просматривается сочетание и чередование пространственно-временных пластов. Таким образом, первым таким пластом является детство главного героя Тони Вебстера; второй пласт – время его старости.

В данном произведении функционирует ряд основных хронотопов. Автобиографический хронотоп построен на самоанализе главного героя и прослеживается тонкой нитью на протяжении всего произведения. Тони анализирует свои воспоминания о «прошлом себе» и сопоставляет их с реальными фактами, переосмысливая эти сопоставления с высоты приобретенного опыта. Авантюрно-бытовой хронотоп тесно связан с автобиографическим; через данное пространственно-временное соотношение просматривается жизненный путь главного героя. Бытовое время служит опытом для главного героя, раскрывая его человеческую природу, отсюда появляется хронотоп дороги и мотив случайной встречи. Позднее на вышеназванные наслаивается семейно-бытовой хронотоп, показывая рассуждения и воспоминания Тони о семейном быте, выявляя параллель между семьей Вероники и собственной семьей Тони.

Хронотоп дороги приводит главного героя к ключевой встрече в его жизни – с сыном Адриана, заставляя Тони Вебстера пересмотреть свои воспоминания о прошлом и понять, что память порой играет с людьми злые шутки.

А. Мычко

ПРОСТРАНСТВЕННАЯ ДОМИНАНТА В НОВЕЛЛАХ Г. Ф. ЛАВКРАФТА

Специфика пространственной организации новелл Г. Ф. Лавкрафта позволяет говорить об особом роде их психологизма. Невозможность постичь происходящее, опираясь на законы человеческого восприятия, вызывает у читателя чувство запредельного страха. Пространственные образы, используемые в произведениях автора, основаны на оппозициях «высокий – низкий», «близкий – далекий», «правый – левый», которые служат для построения культурных моделей с непространственным смысловым наполнением: «хороший – плохой», «свой – чужой», «смертный – бессмертный» и т.п.

Готический топос новелл писателя отличается внебытовым характером, который обусловлен пространственными мотивами заброшенности, безысходности и одиночества. В таких новеллах, как «Холод», «Ведьмин лог», «Окно в мансарде», «Склеп», Г. Ф. Лавкрафт мастерски создает готическую атмосферу с присущими ей недостаточным освещением, низкой температурой, звуками неизвестного происхождения. Темнота в готическом топосе новеллы «Ужас в музее» поглощает объемность физического пространства, а сознание превращается в разворачивающуюся вовне цепь замкнутых пространств.

В готических новеллах писателя разрабатываются специфические аспекты человеческого бытия, среди которых ограничение свободы, преследование, психологическое насилие, психическое расстройство. Благодаря разработке данной тематики в них происходит развертывание пространства вовнутрь. В таких новеллах Г. Ф. Лавкрафта, как «Сны в ведьмином доме», «Окно в мансарде», «Ужас в музее» главные герои переживают пограничные психические состояния (погружение в сон, полусон или безумие). Выделить границы подобных состояний представляется невозможным, что подтверждает факт бесконечного расширения пространства на психическом уровне.

Отличительная особенность произведений Г. Ф. Лавкрафта состоит в том, что подобное расширение границ внутреннего пространства приобретает такие пугающие масштабы, что страх граничит здесь скорее с энтропической иррациональностью, нежели предстает лишь как страх перед смертью, подобно его функциональному наполнению в традиционных готических нарративах. Непредсказуемый и опасный топос становится для автора тем инструментом, с помощью которого он раскрывает основную идею.

Уникальность лавкрафтовских новелл состоит в том, что, умело используя традиционно готические элементы повествования, писатель строит рассказ на космическом ужасе, чего не делали его предшественники. Тем самым Г. Ф. Лавкрафт подчеркивает незначительность человека перед необъятным космосом, показывает масштаб той пугающей неизвестности, в которой пребывает все человечество и создает уже собственный вид готики, получивший название «неоготика».

Ю. Пучило

ПСИХОЛОГИЯ АВТОБИОГРАФИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ В КОНТЕКСТЕ РОМАНА ДЖ. БАРНСА «ПРЕДЧУВСТВИЕ КОНЦА»

За роман «Предчувствие конца» Дж. Барнс получил Букеровскую премию в 2011 году. Роман посвящен проблематике памяти и сосредоточен, в частности, на автобиографической памяти. Изучением памяти занимается отдельное междисциплинарное направление – Memory Studies. Существуют различные классификации видов памяти, но наиболее существенной для целей текущей работы является одна ее разновидность: автобиографическая память. Автобиографическая память – это субъективное отражение пройденного человеком отрезка жизненного пути. В психике человека автобиографическая память выполняет личностную функцию, поддерживая непрерывность идентичности человека. Исследователи в области философии и психологии отмечали схожесть организации автобиографической памяти и литературных произведений. Философ П. Рикёр полагал, что при помощи нарратива человек организовывает хаотичный опыт в цельную историю. Направление нарративной психологии придерживается взгляда, что с помощью нарратива человеческая психика упорядочивает происходивший опыт.

В романе Дж. Барнса «Предчувствие конца» рассказчик исказил собственные воспоминания, запомнив версию травматических для него событий, которая не противоречила его собственным представлениям о себе. Чтобы выразить в литературном произведении недостоверную и субъективную природу памяти, Дж. Барнс прибегает к ретроспекциям и недостоверному рассказчику. Также он включает в роман элементы жанров, основывающихся на воспоминаниях (письмо и дневник).

В первой части романа нет оснований сомневаться в достоверности рассказчика, пересказывающего события собственной жизни. Однако появление во второй части документальных свидетельств в формате писем и дневников разрушает прежнее восприятие произошедшего. Дж. Барнс отрицает возможность рассказать историю достоверно, полагаясь исключительно на память.

Таким образом, роман «Предчувствие конца» и современные исследования в области Memory Studies раскрывают призрачную природу памяти, ее кажущуюся достоверность и то, насколько большую роль воспоминания играют в нашем восприятии себя.

А. Санько

ИДЕЙНО-ХУДОЖЕСТВЕННОЕ СВОЕОБРАЗИЕ РОМАНА Э. БРЕЙТУЭЙТА «УЧИТЕЛЮ – С ЛЮБОВЬЮ»

Роман «Учителю – с любовью» (*To Sir, With Love*, 1959) был написан известным гайанским и британско-американским писателем Эдвардом Рикардо Брейтуэйтом (Eustace Edward Ricardo Braithwaite), который родился в 1912 г. в Джорджтауне, столице Гайаны, на тот момент британской колонии. После Второй мировой войны Брейтуэйт не смог найти работу по специальности из-за расовой дискриминации, поэтому он устроился на работу учителем в школе «Гринслейд» лондонского Ист-Энда. Этот опыт лег в основу его автобиографического романа «Учителю – с любовью». Повествование в романе ведется от первого лица, поэтому можно легко отследить мысли и чувства главного героя – темнокожего учителя Рика Брейтуэйта, который вдохновляет своих учеников на перемены и пробуждает в них интерес к учебе. Рик – очень умный и талантливый человек с огромным чувством собственного достоинства. Во время Второй мировой войны он, как и сам автор, сражался в рядах Королевских ВВС и не чувствовал никакой дискриминации, однако после войны, когда он попытался найти работу, в нем видели только представителя этнического меньшинства. Даже когда ему удалось устроиться на работу в школу «Гринслейд» для «трудных» подростков, к нему с недоверием отнеслись ученики и некоторые коллеги, а когда он попытался снять комнату в районе школы, ему отказали только потому, что он темнокожий.

Поначалу Рику с трудом давались занятия, так как дети неуважительно относились к нему, срывали уроки и занимались своими делами. Причиной межличностного конфликта между учителем и учениками, как выяснилось позднее, являлось их желание быть услышанными и любимыми. Постепенно Рик завоевывал доверие и уважение учеников и их родителей. Сила духа, огромное желание стать хорошим учителем и упорный труд способствовали созданию благоприятной атмосферы в классе. Рик всегда тщательно подбирал выражения, тем самым помогая улучшить речь своих учеников. Также он всегда выслушивал их точку зрения, не перебивая, тем самым демонстрируя интерес к их мнению. Он применял различные педагогические приемы, которые способствовали развитию у подростков уважения друг к другу. Например, он предложил ученикам при общении в классе использовать вежливые формы обращения «Mister», «Sir», «Miss». Рику удалось завоевать доверие и любовь своих учеников, и кульминацией сюжета является эпизод, когда в последний учебный день они в знак благодарности за его терпение и трудолюбие преподнесли ему подарок, к которому была прикреплена записка «Учителю – с любовью». Таким образом он понял, что его труд был не напрасным. Эти трудные подростки стали взрослыми, ответственными людьми, которые смогут грамотно распорядиться своей жизнью. Ведь главная награда учителя – это успех и развитие его учеников.

Е. Свентицкая

ЖАНРОВО-КОМПОЗИЦИОННОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ЦИКЛА Т. ДЖ. ПРАТЧЕТТА «ПЛОСКИЙ МИР»

Романный цикл «Плоский мир», создателем которого является один из самых выдающихся писателей в жанре фэнтези Терри Пратчетт, представляет собой интересное литературное явление для исследования. Сэр Теренс Дэвид Джон Пратчетт, больше известный как Терри Пратчетт, создавал вселенную «Плоского мира» более чем тридцать лет (1983–2015). В цикле насчитывается 41 роман и дополнительная литература, такая как иллюстрированные книги и путеводители по Плоскому миру. Вклад писателя в развитие современной английской литературы заключается не только в его мастерстве использования стилистических приемов или оригинального построения сюжетной композиции, но и в идейных доминантах произведений, которые находят отклик у современного читателя любого возраста и социального статуса.

Отличительной чертой цикла является особая форма повествования, проявляющаяся в жанровой природе каждого произведения. Романы цикла условно можно поделить на несколько подциклов, в каждом из которых доминирует определенная жанровая составляющая: эпический цикл о волшебниках и героях (преобладает компонент жанра рыцарского романа) начинается с романа «Цвет волшебства»; сказочный цикл о ведьмах (сказка-фэнтези) – с романа «Творцы заклинания»; философский цикл (с элементами гуманистических рассуждений), где главным героем в нем является Смерть, первая книга цикла – «Мор – ученик смерти»; юмористический цикл о страже (заключает в себе пародийное начало) начинается с романа «Стража! Стража!». Построенная Пратчеттом модель мира является комплексной и самодостаточной. Неоднородность жанра произведений цикла, стилистические и формальные эксперименты позволяют рассматривать цикл в целом и отдельные его произведения как явление постмодернистской литературы.

Важной особенностью стиля Пратчетта считается обновление взгляда на предметы и явления реального мира, их искривление и деформацию, а также факторы неожиданного и противоречивого, которые способствуют созданию комического эффекта. Личным вкладом писателя является пародийное направление, в котором он, не без помощи иронии, синтезирует стили произведений других писателей, высмеивает клишированность фэнтезийной литературы, опускаясь чуть ли не до карикатурных образов. Пользуясь приемом пародии, Пратчетт употребляет его не через стремление высмеять тот или иной элемент фэнтези или реального мира, а для содействия новому взгляду на определенные явления. Зачастую он поднимает вопросы морали и этики, призывая к переосмыслению ценностей современного человека.

Таким образом, жанрово-композиционное своеобразие цикла о Плоском мире состоит в его многоликой нелинейной композиционной структуре, в насыщенности различными стилистическими приемами и синтезе элементов разных жанров.

Сердар Иртюк

ВОРЧЕСТВО И ОБРАЗ Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО В ТУРЕЦКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Переводные исследования в турецкой литературе начались интенсивно в XX веке. Благодаря этим интенсивным переводам были установлены значительные связи между турецкой литературой и литературой других стран. Самой важной зарубежной литературой, с которой началось активное взаимодействие турецкой, несомненно, оказалась русская литература. Здесь особенно необходимо упомянуть двух писателей, оказавших большое влияние на развитие турецкой литературы XX века. Литературные произведения Л. Н. Толстого и Ф. М. Достоевского, которые в значительной степени сформировали мировую литературу XX века, начали переводить на турецкий язык в первой четверти XX века, и их влияние можно проследить в творчестве многих турецких писателей и поэтов XX и XXI веков. Хамди Танпынар, Огуз Атай, Фазыл Кысакюрек, Джемиль Мерич и Орхан Памук – выдающиеся писатели турецкой литературы XX века – особенно испытали влияние Ф. М. Достоевского. В их произведениях обнаруживаются пересечения с проблематикой, тематикой или творческой манерой Ф. М. Достоевского. Танпынар признавал важность Достоевского: «*В произведениях Достоевского диалог важнее, чем у Стендаля. Каждый герой достигает своей истины, через диалог. Я был поражен героями романов Достоевского, потому что они продолжают устанавливать диалог внутри вашего духа даже после окончания прочтения. Они судят нас и приводят к духовному вопросу о нашем отношении к обществу и самим себе*» (Танпынар, X. Edebiyat üzerine makaleler / Хамди Танпынар. Статьи по литературе. – Стамбул, 2011. – С. 49).

Воздействие Достоевского сказалось и на кинематографе Турции: выдающиеся режиссеры Нури Бильге Джейлан и Зеки Демиркубуз в своих фильмах «Yeraltı» и «Kış Uykusu» затрагивают некоторые религиозно-философские концепции Достоевского.

Конечно, подходы писателей и кинематографистов к творчеству Достоевского различны. Восприятие его в турецкой литературе и культуре происходит в оригинальной творческой манере, литературных и кинематографических стилях. Однако несмотря на все различные авторские концепции, в целом можно утверждать, что дух Достоевского в современной турецкой культуре и литературе неизменно присутствует и проявляется так или иначе в художественном замысле, жанре, стиле многих писателей и кинорежиссеров.

А. Ситникова

ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ВОПЛОЩЕНИЕ КОНФЛИКТА СОЦИАЛЬНЫХ И ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ЦЕННОСТЕЙ В РОМАНАХ ДЖ. МАКСВЕЛЛА КУТЗЕЕ «ЖИЗНЬ И ВРЕМЕНА МИХАЭЛА К.» И «БЕСЧЕСТЬЕ»

Джон Максвелл Кутзее – южноафриканский писатель, критик и лингвист; двукратный лауреат Букеровской премии, а также лауреат Нобелевской премии по литературе. Творчество Кутзее вызывает интерес широкой аудитории остротой и актуальностью проблематики, которая не теряет своего значения и по сей день.

Характерной чертой его творчества является многообразная репрезентация конфликта ценностей героев и окружающего их общества. Так, в романе «*Бесчестье*» основной конфликт заключается в желании ранее привилегированного главного героя интегрироваться в социум, который его отверг; в романе же «*Жизнь и времена Михаэла К.*» главный герой, происходящий из социальных низов, стремится абстрагироваться от преследований общества. В данных романах художественное воплощение основных конфликтов ценностей осуществляется на многих уровнях: социальном, философском, культурном и психологическом. Это выражается с помощью метафор (регулярные сравнения персонажа Михаэла – человека – с *растением*; его *дефект рта* как намек на немоту «черного континента»; *суд над Лури* как метафора судов над белыми угнетателями после падения Апартеида), символов (*солдаты* как символ бесчувственной бюрократической машины в романе «Жизнь и времена Михаэла К.»; *мешочек с семенами* как символ надежды Михаэла на мирную отшельническую жизнь; *беременная женщина* как символ нового начала в «Бесчестии»), архетипов (архетип отшельника в лице Михаэла; архетип антигероя в лице Дэвида Лури).

Можно с уверенностью сказать, что романы «*Бесчестье*» и «*Жизнь и времена Михаэла К.*» отличаются богатым разнообразием художественных способов репрезентации конфликта социальных и личностных ценностей. Это позволяет автору беспрецедентно глубоко исследовать данную проблематику, которая как никогда актуальна в наши дни. Все это обусловливает аксиологическую, просветительскую и информативную значимость данных романов, как и всего творчества Джона Максвелла Кутзее, в современном мире.

Н. Смулько

КОМПОЗИЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РОМАНА Ч. ФРЕЙЗЕРА «ХОЛОДНАЯ ГОРА»

Современный американский писатель Чарльз Фрейзер (Charles Frazier) родился в городе Эшвилл, штат Северная Каролина. Его самым известным произведением является роман «Холодная гора» (*Cold Mountain*, 1997),

который стал бестселлером, был удостоен Национальной книжной премии. В основе сюжета романа лежит долгий путь, который главный герой Инман проходит во время Гражданской войны в США от больничной койки в военном госпитале к своему дому на Холодной горе, в дальнем западном уголке Северной Каролины, где его ждет Ада, девушка, которую он любит.

Одной из художественных особенностей романа является его композиция. Как отметил А. Б. Есин, композиция произведения «никогда не бывает случайной и всегда <…> функциональна» (Есин, Е. Б. Принципы и приемы анализа литературного произведения. – М. : Флинта, Наука, 2000. – С. 84). Композиция романа Фрейзера необычна, весь текст построен по принципу *параллелелизма*: события в жизни главных героев, сойдясь в одной точке в самом начале, вскоре расходятся и, образуя две условные прямые, далее идут параллельно друг другу, пересекаясь снова в финале романа. Главы расположены поочередно: война (Инман) – мир (Ада), мир – война. *Антитеза* – следующий композиционный прием, который используется в произведении. Помимо контраста между Инманом на войне, и Адой на родине, в романе противопоставляются герои – утонченная аристократка Ада и грубоватая, приземленая Руби, их ожидания и реальность и др. Особенностью композиции романа также является наличие *ретроспекции.* Для Инмана это мысленное возвращение в то прошлое, где он занимался мирным трудом и был благочестивым прихожанином церкви. Для Ады ретроспекция выражается в экскурсах в ее детство, юность. В композиции романа «Холодная гора» присутствует и *монтажное начало*, т.е. присутствуют вставные рассказы; лирические отступления; хронологические перестановки, и такая монтажная композиция позволяет автору запечатлевать не наблюдаемые непосредственно взаимосвязи различных явлений, постигать мир героев в его противоречивости и единстве.

Автор намеренно отказывается от благополучного финала – воссоединения влюбленных. Композиционным завершением романа служит эпилог, где описана тихая, мирная жизнь Ады после войны. Это именно та жизнь, которая пронеслась перед взором умирающего Инмана и которой он был лишен по чьей-то злой воле. Роман начинается и заканчивается с упоминания Холодной горы, таким образом, композиция закольцовывает сюжетную линию романа. В результате избранной автором сложной композиции произведения, включающей в себя чередование глав, антитезу, кольцевое обрамление, монтаж, Чарльз Фрейзер воплотил идею о защите прав человека на мирную жизнь, на реализацию своего земного пути и своего истинного предназначения.

И. Хомчик

СИНТЕЗ ХУДОЖЕСТВЕННОГО И ДОКУМЕНТАЛЬНОГО В РОМАНЕ К. УАЙТХЕДА «МАЛЬЧИШКИ ИЗ НИКЕЛЕВОЙ АКАДЕМИИ»

В статье приводится описание метода(-ов), использованных Колсоном Уайтхедом для синтеза художественного и документального в его романе «Мальчишки из Никелевой академии».

Колсон Уайтхед, известный афроамериканский писатель, дважды лауреат Пулитцеровской премии, используя классическую структуру невольничьего повествования, пересмотрел ее форму, тем самым создав уникальное произведение афроамериканской литературы посредством точно отлаженных и емких стилистических средств, используемых в современной литературе. Стилистически (с несколькими исключениями) роман полностью соотвествует своим предшественникам: живое описание среды, культурные явления, характерные исключительно для выбранного отрезка времени (с начала шестидесятых годов до нашего времени, отчасти показанного в прологе романа); семантический подбор, наиболее полно передающий колорит окружающей среды и персонажей, их жизнь, поступки и мысли. Структурно, тем не менее, роман повторяет первоначальную концепцию невольничьего повествования, как было определено американским критиком Джеймсом Олни. Другой важной чертой является сокрытие реальности за ложными числами. Третья черта – наличие более широкого спектра метафор, которые обычно относятся только к христианам в устоявшейся структуре невольничьего повествования. История, какой она действительно была, плюс стилистические приемы, глубже раскрывающие историческую часть колонии для мальчиков Дозьер; выдержанный стиль; слова, раскрывающие новую, ужасающую историю рабства, в каком бы виде она ни была представлена, и рассказывающие о вновь открытых душевных травмах; «история в истории» (прием, известный как «mise en abyme») – всё это делает роман Уайтхеда новым шагом в развитии афроамериканской литературе. Роман имеет особую ценность с точки зрения подхода к истории расовой дескриминации в США и борьбы с ней, показанной через жизнь двух главных героев. Поднимаемые вопросы расовой самоидентификации актуальны и по сей день не только для афроамериканцев, но и для других жителей Америки.

Не удивительно, что роман был удостоен Пулитцеровской премии 2020 года с формулировкой «За глубокое и эмоциональное исследование истории жестокости в стенах исправительной колонии во Флориде эпохи Джима Кроу, которое по существу стало невероятно мощным рассказом о стойкости духа, самоуважении и моральном искуплении».

Эр Бусэ Нур

ТИПЫ ПОВЕСТВОВАТЕЛЕЙ В ПОВЕСТИ А. С. ПУШКИНА «ВЫСТРЕЛ»

В эпических произведениях глубоко значимо присутствие повествователя. Это весьма специфическая форма художественного воспроизведения человека. Повествователь является посредником между изображенным и читателем, нередко выступая в роли свидетеля и истолкователя показанных лиц и событий. Образ повествователя – особый образ в структуре произведения. Основное, а зачастую и единственное средство создания этого образа, – присущая ему речевая манера, за которой просматривается определенный характер, способ мышления, мировоззрение и т.п.

Различают персонифицированных и неперсонифицированных повествователей. В первом случае повествователь – одно из действующих лиц произведения, он так или иначе участвует в действии. Во втором случае повествователь есть фигура максимально условная, он представляет собой субъект повествования и внеположен изображенному в произведении миру. Если повествователь персонифицирован, то он может быть либо главным героем произведения, либо второстепенным.

«Повести Белкина» А. С. Пушкина состоят из пяти повестей, которые записаны выдуманным персонажем – Иваном Петровичем Белкиным. Все они якобы основаны на рассказах, услышанных им от других. В сноске «издатель А. П.» приводит информацию о людях, рассказавших Белкину ту или иную историю. Таким образом, в повестях присутствует несколько повествователей: герой, который рассказал историю И. П. Белкину; И. П. Белкин, который повествует ее нам; и Пушкин. В каждой повести – свой рассказчик со своей манерой повествования.

Первая из пяти повестей – «Выстрел» – имеет самую сложную структуру. В ней три основных персонажа, которые выступают в роли рассказчиков: подполковник, граф и Сильвио. «Выстрел» представляет собой образец обрамленной повести: рассказы двух из трех рассказчиков вставлены в повествование третьего – подполковника И.Л.П.

Повесть состоит из двух частей. В центре каждой – несостоявшийся выстрел на дуэли. Первая часть посвящена личности главного героя – Сильвио. Вначале о нем рассказывает подполковник, затем его герой сам описывает события, составляющие завязку произведения. Во второй части «Выстрела» центральной фигурой является граф. Первоначальную характеристику ему, как будущему соседу подполковника, дает Сильвио. Затем сам подполковник делится впечатлениями о новых соседях. В конце повести граф рассказывает о последней встрече с Сильвио, которая произошла во время дуэли. События в «Выстреле» постоянно чередуются с воспоминаниями героев. Характеры всех трех героев-рассказчиков достаточно хорошо

раскрыты в повести. Особенно ярко изображен Сильвио; характер которого подробно раскрывается через его восприятие другими героями повести и через его отношение к людям, через его речь и поступки. Все три рассказчика являются персонифицированными повествователями.

Эсра Яман

ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ РОМАНА Ф. М. ДОСТОЕВСКОГО «ПОДРОСТОК»

Творчество М. Ф. Достоевского не только продолжает оставаться актуальным в XXI веке, но и становится все более значимым. Великий русский писатель является мастером раскрытия внутреннего мира личности, художественного исследования психологии человека, его подсознания. Автор стремится раскрыть тайну мира и человека, решает проблему добра и зла через сущностные, вечные, философские вопросы. Судьба и характер человека детерминированы не столько реальностью, сколько мировоззрением человека и его личной деятельностью. Под влиянием Ф. М. Достоевского претерпели важные изменения жанровая форма романа и его структура.

Роман «*Подросток*» – одно из наиболее значимых произведений Ф. М. Достоевского. Роман состоит из трех частей. Основной повествования является тема одиночества юноши, который не принимает сложную, абсурдную, расколотую на части жизнь. Молодой человек потерян в раздробленном мире, жизнь в котором мучает его. Данный роман содержит элементы нескольких жанров, в том числе социального романа, романа-воспитания и автобиографического романа.

Роман «*Подросток*» – это *социальный роман*, в котором рассматриваются социальные проблемы того периода и присутствуют социокультурные факты. Роман считается одним из самых динамичных и насыщенных событиями произведений Ф. М. Достоевского. Так, в романе рассматриваются вопросы жизни рабочих и помещиков, поднимаются проблемы земельного рабства. Отражены и конфликты поколений между родителями и детьми. Общественная проблематика романа исходит из темы, которую подчеркнул сам автор: «О будущем России – детях». В отличие от других романов Ф. М. Достоевского это произведение, не преследующее политической цели, отражает социальную жизнь и психологическую атмосферу того периода. Писатель обозначил и идею романа: хищных людей так много, что они влияют на общество, провоцируя общественный беспорядок, который становится всеобщим, а нравственных идей в обществе совсем не остается. Роман «*Подросток*» является и *романом воспитания*. Задача романа воспитания – показать читателю становление, личностное развитие и взросление главного героя. В этом романе юный герой покидает отчий дом, переживает глубокий

внутренний конфликт, сталкивается с внешними препятствиями и, наконец, находит свое место в жизни. Описание странствий героя дополняется выражением авторского мнения по значимым социальным или моральным вопросам. Данный роман является *автобиографическим*. В нем очевидна трансформация впечатлений автора в ткань художественного произведения. Писатель наделяет героя своей биографией, своим характером, отражает в судьбе персонажа свою судьбу. Таким образом, роман «Подросток» содержит в себе элементы социального романа, автобиографического романа и романа воспитания.

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

М. Андреева

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ТОЛЕРАНТНОСТИ

Ряд социально-демографических переменных позволяет выделить следующие типы толерантности в языке: гендерная, возрастная, расовая, межнациональная и т.п. В рамках исследования считаем необходимым остановиться именно на гендерном аспекте толерантности, так как на данный момент это одна из важных проблем как в современном русском языке, так и в обществе в целом.

Толерантность в языке могут разделять на языковую и лингвистическую. Языковая толерантность определяется как «совокупность вербальных и невербальных средств общения, которые индивид использует при взаимодействии с человеком или группой людей, так или иначе отличающихся от него». Лингвистическая толерантность в таком случае чаще всего рассматривается как «профессиональное качество лингвиста, предполагающее терпимое отношение к ошибкам как вариативности в языке». То, какое понятие толерантности актуально в современном русском языке, зависит от тех гендерно обусловленных проблем, которые в нем существуют.

На данный момент и в существующих условиях одной из ведущих проблем проявления гендера в языке является феномен феминитивов, то есть слов, в широком понимании обозначающих женщин вообще. Несмотря на закрепленность большинства феминитивов в языке, острый социальный протест порождают слова, возникшие в последние несколько десятилетий. Такая ситуация, с одной стороны, может быть признаком включения и/или анонимности как мужчин, так и женщин; с другой, не позволяет показать женщин как квалифицированных специалистов, занимающих определенные должности.

Другими вопросами, на которые в будущем придется обратить внимание лингвистам вслед за изменениями в обществе, являются проблемы соотнесения биологического и грамматического родов у слов, обозначающих людей, в частности тех, кто не причисляет себя к традиционной системе. В связи с этим возникает вопрос, как именно такие феномены проявляются в языке и речи, а также как они должны функционировать.

На наш взгляд, для русского языка в понятии лингвистической толерантности будут актуальны как принятие вариантов наименований, так и собственно средства общения, которые используются для обращения, наименования и выделения лиц разного пола, гендера, статуса, возраста и т.п. критериев. Поскольку проблема гендера в целом в языке поставлена, но не решена окончательно, на наш взгляд, уместно будет не разделять проявления толерантности по отношению к гендеру на отдельные виды толерантности,

а рассматривать их в совокупности. Многие вопросы могут быть решены только после того, как будет более точно определен статус явлений, вызывающих разногласия.

А. Анисович

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ И СИСТЕМНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ПРОЯВЛЕНИЙ ХАРАКТЕРА
(на материале русского и английского языков)

Для полного изучения средств выражения проявлений характера русскоговорящих и англичан, следует уделить внимание их национальному характеру, менталитету.

Отличительные черты англичан – сдержанность и хладнокровность. Эти черты в значительной мере влияют на выражения проявлений характера. Например, лексические единицы, которые обозначают открытое проявление эмоций и черт характера, имеют негативный оттенок.

Например, *excitable* ((*легко*)*возбудимый*), *demonstrative* (*импульсивный, вызывающий, необузданный*) в английском языке имеют негативный оттенок. А слово *эмоциональность* переводится как ‘emotionalism’ и приобретает значение ‘потеря контроля над собой и своими эмоциями’, в то время как русскоговорящие воспринимают это слово нейтрально, а иногда даже и положительно. При этом, например, слово *dispassionate*, которое буквально имеет значение ‘спокойный, беспристрастный, хладнокровный’ имеет положительный оттенок, в то время как для русскоговорящих слова с таким значением скорее имеют негативную окраску.

Рассмотрим фразеологизмы английского и русского языков, выражающие отношение человека к другим: семантическая подгруппа отрицательной оценки: двуличие, лицемерие (*play a double game, show a false face, scrounger, tricky as a monkey, as slippery as an eel; двуликий Янус, волк в овечьей шкуре*); подлость (*swear black is white, paint smb black, false heart; водить за нос, черная душа, не рой другому яму*); чопорность (*stand-offish, niminy-piminy, square-toed, as stiff as a poker, boiled shirt*); фразеологические единицы, несущие положительную оценку: смелость, мужество (*as true as steel, high blood, bold (brave) as a lion, make the best of a bad bargain (business), make the best of it; не (из) трусливого десятка; храброго десятка; добрый молодец; мал, да удал*).

Можно заметить сходства (например, большое количество фразеологизмов с отрицательной оценкой отражает резко негативное отношение русских и англичан по отношению ко всему плохому) и различия (например, более сдержанные, короткие высказывания англичан по сравнению с более эмоциональными высказываниями русскоговорящих).

Изучая иностранный язык, необходимо обращать внимание на такое языковое явление, как фразеологизмы; провести параллели с родным языком, чтобы найти национальные особенности другого народа; а также выявить особенности перевода.

А. Бакшт

НАЦИОНАЛЬНОЕ СВОЕОБРАЗИЕ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ ОБОЗНАЧЕНИЯ ЖИВОТНОГО МИРА
(на материале русского и китайского языков)

Важной частью языковой картины мира и, следовательно, носителями национально-культурного компонента являются наименования животного мира. Зооним выступает как объект исследования и понимается как «лексико-семантический вариант слова, выступающий в качестве родового названия животного, и метафоричное именование при анализе лексики с точки зрения характеристики человека». Лексема *медведь* была выбрана на основании значимости соответствующего животного в культурах носителей выбранных языков.

На основании лексикографических источников («新华大字典», «Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений») и метода компонентного анализа произведено сравнение лексем. Национально-культурная специфика явно прослеживается в разнице словарных дефиниций. В представлениях русского народа образ медведя более полный, детализированный (крупное хищное, всеядное млекопитающее *с большим, грузным, покрытым густой шерстью телом и короткими ногами*), в китайском образе зафиксированы только две детали внешнего облика животного – *тело большое, хвост короткий.* В сознании носителей русского языка медведь – животное распространенное и очень важное, ценность его меха играет большую роль, данная сема включена в основное значение, чего нет в китайском языке. У китайских носителей медведь ассоциируется в большей мере с пандой, которая является для них ценным животным. Количество иероглифов, использованных для описания этого подвида, гораздо больше, чем в случае с обычным медведем. Коннотативные значения лексемы имеются в двух языках, разница заключается в том, что в русском языке зооморфизмы характеризуют и внутренние, и внешние признаки человека, чаще выделяя внешние (силу, неуклюжесть). Китайские же фразеологические единицы выражают в основном негативные оттенки значения, а также указывают исключительно на внутренние признаки, которые не совпадают с представлениями носителей русского языка (слабость, бесполезность, трусливость). При этом важно отметить, что при метафоризации китайский зооним 熊 ‘медведь’ меняет свою частеречную принадлежность. Во втором значении указывается, что слово может функционировать в качестве глагола и означает ‘порицать’.

Таким образом, были выявлены компоненты, на которых базируется национальное своеобразие данных наименований, что способствует более глубокому пониманию ментальности народов и, следовательно, может быть использовано для успешной межкультурной коммуникации.

Т. Гинтерова

ИМЯ СОБСТВЕННОЕ В ЖАНРЕ ФЭНТЕЗИ И ОСОБЕННОСТИ ЕГО ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ И БЕЛОРУССКИЙ ЯЗЫКИ

При переводе произведений жанра фэнтези одной из трудностей, безусловно, является передача имени собственного. При работе с именем собственным переводчик должен разглядеть его смысл и определить роль (функцию) в произведении.

Цель данного исследования – определить особенности перевода имен собственных в произведении Дж. К. Роулинг «Гарри Поттер и Философский камень» на русский и белорусский языки. Для сопоставительного анализа имен были использованы переводы двух русских издательств: «Махаон» и «Росмэн», а также белорусский перевод издательства «Янушкевич». Методом сплошной выборки было извлечено 150 имен собственных: антропонимы и топонимы.

В ходе исследования были выявлены наиболее частотные способы перевода, установлены закономерности их выбора, определено, чем руководствовались переводчики. У «Росмэн» и «Махаон» наиболее частотными способами перевода являются калькирование, контекстуальный перевод, транскрипция и транслитерация. У издательства «Янушкевич» – транскрипция, транслитерация. Для передачи имен, которые не содержат заложенного автором смысла, переводчики всех издательств использовали такие приемы, как транскрипция и транслитерация. Например, *Harry Potter – Гарри Поттер – Гары Потэр*. Мы выявили, что сложность вызывают имена, которые имеют важным элементом не только внешнюю оболочку, но и внутреннюю. Например, *Severus Snape*. В издательстве «Махаон» – *Злотеус Злей*. Но в имени изначально не было заложено негативной коннотации. «Росмэн» перевело имя как *Северус Снегг*. Эта фамилия вызывает ассоциацию с холодом (холодностью), но без негативной коннотации, поэтому, на наш взгляд, перевод «Росмэн» более адекватный. В белорусском переводе имя переведено транскрипцией.

Не менее интересным является перевод топонимов. Автор заключила в них свой особый смысл. Например, улица *Privet Drive* должна ассоциироваться с миром, который далек от магии. В переводе от «Махаон» – *Бирючиновая Аллея*, от «Росмэн» – *Тисовая улица*, от «Янушкевич» – *Крушынавая вуліца*.

Несомненно, на перевод имен собственных влияют не только лингвистические, но и экстралингвистические факторы, а именно – характер адресата. Если рассматривать перевод с точки зрения адресата, можно предположить, что переводы «Махаон» и «Росмэн» изначально создавались для детской и юношеской аудитории, которой важно донести ассоциации через имя.

Также важно учитывать время, когда был сделан перевод. Белорусский перевод вышел на несколько лет позже, чем русские. В это время уже было очевидно, насколько аудитория широка в возрастном диапазоне, в связи с чем имена перевели, исходя из пожеланий многочисленной аудитории, когда читателям важна оригинальная авторская оболочка слова.

И. Григорьева

НЕКОТОРЫЕ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ЛИНГВОГЕНДЕРОЛОГИИ

Лингвогендерология как любая дисциплина оперирует различными понятиями. Актуальность данного исследования вызвана неоднозначным трактованием основных понятий гендерной лингвистики.

В ходе исследования нами были разграничены определения терминов *пол*, *гендер*, *сексуальность* и сопряженных с ними терминов в социологических, психологических и лингвистических исследованиях, а именно: *гендерная роль, гендерная идентичность, гендерное проявление, феминность, маскулинность, андрогиния/андрогинность, гендерная дисфория, лингвистическая инклюзивность, сексуальная ориентация, сексуальная идентичность*.

Понятие *гендер* входит в терминологический аппарат различных наук: социологии, психологии, экономики, лингвистики и других.

Зачастую понятие *гендер* понимается с точки зрения социологического подхода, т.е. как гендерные роли, поведенческие установки, предписанные человеку в зависимости от его биологического пола, мужского или женского. Предметом данного исследования является *гендер* с точки зрения лингвистики. Сразу следует отметить, что нет единого подхода к определению этого понятия.

Например, *гендер* как важная когнитивная категория, используемая при восприятии человека человеком, «соотносится с конструируемыми в языке и закрепленными в сознании его носителей образами, качествами и характеристиками поведения, а также с совокупностью атрибутов, которые приписываются мужчинам и женщинам в определенном социокультурном сообществе» (Е. А. Картушина. Гендерные аспекты фразеологии в массовой коммуникации). Или *гендер* – это большой комплекс социальных и психологических процессов, а также культурных установок, порожденных обществом и воздействующих на поведение национальной языковой личности (В. А. Маслова. Лингвокультурология).

В рамках нашей работы возникла необходимость пересмотреть содержание понятия *гендер*, поскольку, вероятно, оно должно включать также интерсексуальный пол в дополнении к женскому и мужскому, что в определенной степени обусловлено изменениями представления о гендерных ролях в картине мира носителей языка. В связи с этим считаем целесообразным следующее определение гендера, основанное на психолингвистическом подходе: г е н д е р – это спектр семантических характеристик, отражающих категории феминности, маскулинности или андрогинности, реализованных в языковых единицах разных уровней. На наш взгляд, такой объем термина *гендер* является более полным и актуальным, несмотря на то, что такое содержание термина пока не нашло отражения в различных современных лексикографических русско- и англоязычных источниках.

Э. Гусейнова

ЛЕКСИКО-СИНТАКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ЭМОТИВНОГО ПРОСТРАНСТВА ТЕКСТА

Эмотивность – имманентное свойство языка выражать психологические (эмоциональные) состояния и переживания человека. Существуют различные средства выражения эмотивности: графические, стилистические, выразительные, морфологические, синтаксические, лексические, авторский стиль.

В рамках данного исследования на материале произведений М. Ю. Лермонтова рассматриваются лексико-синтаксические средства создания эмотивного пространства текста.

Синтаксические средства: **риторический вопрос** (*А что с них возьмешь?...*); **риторическое восклицание** (*Славное место эта долина!*); **риторическое обращение** (*Герой Нашего Времени, милостивые государи мои, точно, портрет, но не одного человека: это портрет, составленный из пороков всего нашего поколения, в полном их развитии.*); **лексический повтор** (*– Моя лошадь!.. лошадь!.. – сказал он, весь дрожа*); **синтаксический параллелизм** (*Я не умолкал: мои анекдоты были умны до глупости, мои насмешки над проходящими мимо оригиналами были злы до неистовства...*); **эллипсис** (*«Разве я похож на убийцу?..» «Вы хуже...»*); **инверсия** (*Это до меня не касается, я не смею осуждать вас, потому что дочь моя хотя невинно, но была этому причиною*); **парцелляция** (*Только не один Печорин любовался хорошенькой княжной: из угла комнаты на нее смотрели другие два глаза, неподвижные, огненные*); **антитеза** (*Я был готов любить весь мир, – меня никто не понял: и я выучился ненавидеть*); **градация** (*Вернер был мал ростом, и худ, и слаб, как ребенок*) и т.п.

Лексические средства: **фразеологические обороты** (*Несолоно хлебавши*); **синонимы** (*Плывем. Ни шороха. Ни звука. Тишина*); **антонимы** (*Страна рабов, страна господ*); **заимствования** (*Немец засмеялся, вышел совсем из двери коровника, сдернул колпак и, взмахнув им над головой, закричал: «Unddieganze*

Welthoch [И да здравствует весь свет]!); **междометия** (*Увы, он счастия не ищет и не от счастия бежит*) и ряд других средств, таких как **стилистически окрашенная лексика** (эмоционально-экспрессивная и оценочная лексика); **лексика ограниченного употребления** (диалектная, просторечная, профессиональная, жаргонная; историзмы, архаизмы, неологизмы).

Д. Данилюк

АНТИЧНАЯ МИФОЛОГИЯ В ПОЭТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ
(на материале английского и русского языков)

Мифонимы, использованные в поэтических текстах разных периодов, представляют исследовательский интерес. Определение причин их употребления и лингвистического потенциала мифологических единиц является объектом данной работы.

В качестве материала для исследования были взяты произведения английского поэта А. У. Саймонса «Современная красота» (A. W. Symons. “Modern beauty”, 1920) и русского поэта О. Э. Мандельштама «Бессонница. Гомер. Тугие паруса…» (1915). Вышеуказанные работы были выбраны на основании примерно одинаковой даты создания, а также ввиду одновременности жизни и творчества авторов. Более того, в данных работах поэты обращаются к мифологической реалии *Елена*, которая отражена в лексикографических материалах английского и русских языков. Согласно «Краткому словарю Коллинза» (2003) *Елена* характеризуется как *the beautiful daughter of Zeus and Leda, whose abduction by Paris from her husband Menelaus caused the Trojan War* («прекрасная дочь Зевса и Леды, похищение которой Парисом от ее мужа Менелая вызвало Троянскую войну»). В «Кратком словаре античности» (2001) также указывается миф о похищении *Елены*, результатом которой стала Троянская война. Также указано, что *Елена отличается чарующей красотой*. Семы *the beautiful* («прекрасная») и *красота* позволяют сделать вывод о том, что *Елена* представляется авторам как символ красоты. Помимо этого, в обоих произведениях после указания данного мифологического имени упоминается Троянская война, со ссылкой на миф о похищении *Елены*. Функционируя в тексте как языковой знак, имя *Елена* содержит в себе указание на миф, т.е. имя уже является конденсированным мифом и есть более «глубоким» по значению языковым знаком. Означаемое знака представляет собой понятие, которое основано на образе мифологической реалии. Данное понятие реализуется в поэтическом тексте при помощи метафоры, базой для которого послужил миф. Мифонимы не являются частью активного словаря представителей того или иного лингвокультурного сообщества, однако используя его в тексте, авторы доносят смысл до читателя, который им понятен. В данном случае реализуется функция диспонибельности языкового знака, которая указывает на его способность находиться в сознании представителей народа на протяжении столетий, передаваясь из поколения

в поколение, и при этом быть готовым к употреблению и пониманию в необходимый момент. Будучи представителями разных лингвокультурных сообществ, авторы использовали одинаковый элемент культурного кода, прочтение его читателем аналогично.

В перспективе исследования подробное изучение функций мифонимов как языковых знаков и их связь с когнитивной базой носителей разных языков.

Ю. Долмат

СЕМАНТИЧЕСКИЕ И СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АДЪЕКТИВНЫХ СЛОВОСОЧЕТАНИЙ С КЛЮЧЕВЫМ КОМПОНЕНТОМ *СВОБОДА* В РУССКОЯЗЫЧНОМ И АНГЛОЯЗЫЧНОМ ТЕКСТАХ

Способность лексических единиц сочетаться друг с другом является важнейшим аспектом в процессе коммуникации. Особую роль в этом играют адъективные словосочетания.

Целью данного исследования является выявление структурно-семантических особенностей адъективных словосочетаний с ключевым компонентом *свобода*.

Данные словосочетания в русском и английском языке имеют существенные различия. Особую сложность для перевода представляют сочетания «Сущ. + Сущ.». Так, словосочетание данного типа может быть переведено на русский язык следующим образом: именем прилагательным: *secret freedom* ‘тайная свобода’, существительным в родительном падеже: *broadcasting freedom* ‘свобода вещания’, именем существительным в притяжательном падеже: *Denmark’s freedom* ‘свобода Дании’.

Методом выборки из корпуса русских текстов было выявлено 133 атрибутивных словосочетания с ключевым компонентом свобода (68 – в публицистических текстах и 65 – в художественных). В свою очередь, в корпусе английских текстов было найдено 111 атрибутивных словосочетаний с ключевым компонентом свобода (40 – в публицистических текстах и 71 – в художественных). Данные словосочетания были распределены по группам: «Прил. + Сущ.», «Сущ. + Сущ.», «Сущ + Инф.», «Сущ. + Предлог + Сущ.».

Так, 16 русских словосочетаний, построенные по модели «Прил. + Сущ.», имеют эквиваленты в английском языке: абсолютная свобода – *ultimate freedom*, большая свобода – *greater freedom,* внезапная свобода – *sudden freedom*. Стоит отметить, что некоторые русские словосочетания имеют эквиваленты в английском языке в виде словосочетаний, построенных по разным моделям: свобода печати: «Сущ. + предлог + Сущ.» – *freedom of the Press*, «Сущ. + Сущ.» – *press freedom,* свобода действий: «Сущ + предлог + Сущ.» – *freedom of action*, «Сущ. + Инф.» – *freedom to operate.*

Таким образом, из 133 проанализированных русских словосочетаний 27 имеют эквиваленты найденным английским словосочетаниям. Например, относительная свобода – *relative freedom*, свобода информации – *freedom*

of information. Некоторые русские словосочетания имеют сразу несколько соответствий: определенная свобода – *certain, defined freedom*. Так, словосочетание – это единица синтаксиса более низкого уровня, чем предложение. В отличие от предложения оно не имеет коммуникативной направленности. Одну из важнейших ролей в системе языка играют атрибутивные группы. Они отображают качества, признаки и свойства, которые относятся к предметам, тем самым устанавливая, по каким нормам и параметрам мы выделяем вещи из класса.

Е. Захилько

ПОНЯТИЕ *ИНТЕЛЛИГЕНЦИЯ* В АНГЛИЙСКОЙ И РУССКОЙ ЛЕКСИКОГРАФИИ

«You are an intelligent person». «Ты интеллигентный человек». Казалось бы, два совершенно одинаковых предложения. Разница лишь в том, что написаны они на разных языках. Действительно ли отличия столь очевидны и понятны?

Для того, чтобы в этом разобраться, мы обратились к лексикографии двух языков: английского и русского, чтобы выяснить, что понимается под интеллигенцией русскими и англичанами. Данная тема исследуется уже не один десяток лет. Примечательно, что до настоящего момента она нисколько не утратила своей актуальности. Ведь сегодня мы всё чаще и чаще задаемся вопросом, кого можно назвать интеллигентом.

В ходе анализа данных самых авторитетных словарей английского языка, было установлено, кого англичане относят к интеллигенции. Например, в Оксфордском словаре дефиниций можно увидеть следующее определение: «Intellectuals – people who are well educated and enjoy activities in which they have to think seriously about things» (Oxford dictionary). Словарь Лонгмана дает такое определение: «Intellectuals – people who are well-educated and interested in serious ideas and subjects such as science, literature etc» (Longman dictionary). В Кембриджском словаре дефиниций это слово определено так: «Intellectuals – people who enjoy studying and thinking about complicated ideas» (Cambridge dictionary). Из этих определений видно, что, с точки зрения английской лексикографии, интеллигент – это высокообразованный человек, интересующийся наукой, искусством, литературой. В русской лексикографии есть специальное слово, которым обозначают таких людей – интеллектуалы.

Обратившись к толковым словарям русского языка, мы выяснили, что единообразия в толкованиях данного понятия нет.

Рассмотрим некоторые примеры. В. И. Даль в своем словаре живого великорусского языка определяет понятие интеллигенция как «разумную, образованную, умственно развитую часть жителей». Это значение уточняет С. И. Ожегов, определяя интеллигенцию как людей умственного труда, обла-

дающих образованием и специальными знаниями в различных областях науки, техники и культуры; общественный слой людей, занимающихся таким трудом.

Наиболее полное значение данного понятия отражено в Новом толково-словообразовательном словаре русского языка Т. Ф. Ефремовой. Там интеллигенция определена как «1. Социальная группа лиц, профессионально занимающихся умственным – преимущественно сложным и творческим – трудом, развитием и распространением образования и культуры и отличающихся высотой духовно-нравственных устремлений, обостренным чувством долга и чести. 2. Лица умственного труда (разг.)».

Таким образом, на основании сопоставления данных словарей английского и русского языков, можно сделать вывод о том, что в английской лексикографии интеллигенция (intellectuals) понимается как совокупность людей, имеющих высшее образование, интересующихся наукой, техникой, культурой, занимающихся умственным трудом; в то время как в русской лексикографии интеллигенция – это социальная группа людей, обладающих специальными знаниями в областях науки, техники, культуры, профессионально занимающихся умственным трудом.

Д. Кирилова

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ О ДОБРЕ И ЗЛЕ В СОПОСТАВИТЕЛЬНОМ АСПЕКТЕ

Фразеологический состав языка является наиболее особенной частью лексикона. Фразеологические единицы отражают культурно-исторический опыт народа, особенности развития языка.

Среди фразеологизмов, связанных с осмыслением добра и зла, можно выделить несколько групп по их значению: *зло отражается во внешнем облике человека; добро проявляется в добрых поступках человека; добро проявляется в положительных чертах характера человека; добро – это благо, данное Богом*.

К первой группе можно отнести такие единицы, которые выражают значение «зло отражается во внешнем облике человека». Например, *as cross as a bear* и русский эквивалент: *зол как черт*; *смотрит зверем*. В русском фразеологизме образное значение создается за счет использования народной, разговорной лексики. Сходство данных фразеологизмов проявляется в использовании сравнения *as – как*. Во вторую группу входят фразеологизмы, которые выражают значение «добро проявляется в добрых поступках человека». Например, *do good* и его русский эквивалент: *быть полезным кому-либо, оказывать помощь*. Далее рассмотрим фразеологизмы, которые выражают значение «добро проявляется в положительных чертах характера человека». Например, *as good as pie* и его русский эквивалент: ‘очень добрый’; *a big*

heart и русский эквивалент: *доброе сердце*. В английских фразеологизмах используется сравнительный оборот. В четвертую группу входят фразеологизмы, которые выражают значение «добро – это благо, данное Богом»: *an angel of mercy* и его русский эквивалент: *ангел милосердия*. Общим источником происхождения данных фразеологизмов является текст Библии, который приводит к образованию полных эквивалентов. В приведенных фразеологизмах наблюдается одинаковый порядок слов.

В английском языке существуют фразеологизмы, которые содержат в своем составе лексему *devil*, но сами они не связаны со злом, в них ничего не говорится о плохих поступках. Например, *Attorney-General's Devil* и его значение: «младший советник казначейства». Особый интерес вызывают фразеологизмы, имеющие противоположную оценочную модальность. Например, были выявлены выражения с негативной характеристикой, содержащие лексему good: *good for nothing* и его значение: 'никчемный'. Следует отметить, что подобных противоречий во фразеологизмах с лексемой *bad* не выявлено. *Bad* – это всегда негативная характеристика, а *good* может выражать как позитивную характеристику, так и негативную в составе фразеологизмов.

Таким образом, фразеологизмы с ключевыми компонентами *добро* и *зло* наглядно демонстрируют как общее, так и различное в оценке поведения человека, что находит отражение в национальной языковой картине мира.

В. Ленковец

ОСОБЕННОСТИ ВЫРАЖЕНИЯ ИМПЕРАТИВНОГО ЗНАЧЕНИЯ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Различные оттенки модальности в русском языке, как правило, передает повелительное наклонение, а в китайском – побудительный залог. Стоит отметить, что русский императив может брать на себя разные формы, имеет много непрямых употреблений (существует как минимум 9 способов его выражения), но и в китайском языке тоже не все так однозначно.

Рассмотрим основные способы выражения передачи значения императива в китайском языке:

1. Побудительный залог, выраженный каузативными конструкциями:

主人让客坐 – Zhǔrén ràng kè zuò – Хозяин предлагает гостю сесть;

迫使敌人退却 pòshǐ dírén tuìquè – Вынудить противника отступить.

2. Следующие глаголы:

а) модальный глагол 该 gāi: *该上蛋糕了 – gāi shàng dàngāole – Пора бы уж и пирог подавать;*

б) глагол 要 yao, выражающий объективную необходимость:

病人要加强营养，注意休息 – Bìngrén yào jiāqiáng yíngyǎng, zhùyì xiūxí – Больному нужно лучше питаться и больше отдыхать.

Переходный глагол 告诉: *告诉她立刻到我这儿来 – gàosù tā lìkè dào wǒ zhè'er lái – Скажи ему, чтобы немедленно шел ко мне.*

3. Побудительные предложения. К основной структуре такого предложения добавляются особые фразовые конечные частицы, отрицательные частицы и т. п., например:

救命啊! jiùmìng a! Спаси (меня)!来人哪！ lái rén nǎ! Подойди и помоги!;

不要生气了！ Buyaoshengqile! Не ругайся!;

快一点了！你们快一点了！ – Поторопись! Вы, ребята, поторопитесь!.

4. Редупликация глаголов:

你好好想想吧！Ni haohao xiangxiang ba! Хорошенько подумайте!.

5. Побуждение, не выраженное никакими частицами*: 滚出去！ Gǔn chūqù! Убирайся!*.

6. Наречие 最好: *最好上点香槟酒! zuì hǎo shàng diǎn xiāngbīnjiǔ – велика подать шампанского!*.

7. Интонация: *关门！ Guanmen! Закрой дверь!* (требование) *и 关门？ Guanmen? Закрыть дверь?* (вопрос).

Результаты проведенного анализа позволяют заключить, что способы выражения императивного значения в китайском языке разнообразны, а также сделать вывод о том, что грамматическое значение императива в китайском языке выражено вне слова, синтаксическим путем: с помощью определенных конструкций, служебных частей речи, порядка слов и интонации и т.п.

Т. Макриденко

ТРАНСФОРМАЦИЯ ФРАЗЕОЛОГИЗМА В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ

Реклама стала неотъемлемой частью нашей повседневной жизни. В рекламе визуальный образ товара усиливается вербальным. Вербальная часть состоит из четырех компонентов: слоган, заголовок, основной рекламный текст, эхо-фраза.

Слоган – это лаконичная, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения. Успешность рекламы нередко определяется успешностью слогана, в состав которого входят ФЕ.

Фразеологизм (ФЕ) – это семантически несвободное сочетание слов, которое воспроизводится в речи как нечто единое с точки зрения смыслового содержания и лексико-грамматического состава.

Согласно классификации В. В. Виноградова, ФЕ делятся на 3 группы по степени идиоматичности компонентов, входящих в их состав: фразеологические сращения (*попасть впросак, бить баклуши*); фразеологические единства (*зайти в тупик, плыть по течению, брать в свои руки*); фразеологические сочетания (*потупить взор*).

В рекламе фразеологизмы могут использоваться как в кодифицированном виде, так и в трансформированном.

Трансформация фразеологизмов – это сознательное нарушение языковых норм. Ее основными типами являются преобразования семантики и преобразования структуры ФЕ.

Проанализировав рекламные тексты и слоганы, мы отобрали 25 рекламных текстов, содержащих ФЕ. Было установлено, что 5 ФЕ не подверглись трансформации и употребляются в кодифицированном виде, в то время как 20 ФЕ были изменены. Их можно разделить на две подгруппы, в зависимости от способа трансформации: семантическую и аналитическую.

Семантическая трансформация используется для выражения иронии, достижения комического эффекта: «*Свежее решение»* («Mentos»).

Аналитическая трансформация вносит изменения в словесный состав фразеологизма. Она сводится к двум основным типам: синтаксическому и лексическому: «*Береги платье снову!»* («Zara»).

Лексическая трансформация – самый распространенный вид изменения ФЕ. Он используется с целью актуализации фразеологизма, коренного изменения его значения. «*В Любви вся техника покорна!»* («М.видео»).

Тщательно изучив все полученные данные, было сделано 2 основных вывода: 1) трансформации подвергаются фразеологические единства и фразеологические сочетания; 2) наибольшее количество фразеологизмов подвергается лексической трансформации: 12 из 25 анализируемых единиц.

К. Паляница

СТАТУСНЫЕ ОБРАЩЕНИЯ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Система обращений китайского языка богата и сложна и ее корни уходят в глубокую древность. Огромное количество обращений, именований и самоименований как древнего, так и современного китайского языка регулирует нормы речевого поведения китайцев в самых различных ситуациях. Обращение в китайском языке может быть выражено именами собственными, терминами родства, специальными словами-регулятивами, местоимениями, словами, обозначающими должность, звание, а также различными формулами с ними.

В сфере профессионального общения в качестве обращений зачастую используются существительные, обозначающие профессии и должности. Ср.: *律师* ‘адвокат’, *经理* ‘директор’, *教练* тренер’, *医生* ‘врач’, *工程师* ‘инженер’, *教授* ‘профессор’, *老师* ‘учитель’ и другие. При этом существуют следующие варианты обращения по должности, а именно: а) обращения только по должности (20 %) *工程师* ‘инженер’; б) указание фамилии перед должностью (38 %) *李教授* ‘профессор Ли’; в) фамилия + префикс + должность (26 %); г) префикс + должность (8 %) *总经理* ‘генеральный директор’; д) фамилия + префикс (3 %) *张副* ‘заместитель Чжан’ и е) должность + гос-

подин/госпожа (5 %). Так, например, в сферах образования и медицины к конвенциональным формам обращения, распространенным среди носителей китайской культуры, относятся обращения, образованные по модели «фамилия + должность». Например, *李老师* ‘учитель Ли’, *张大夫* ‘доктор Чжан’, *黄医生* ‘врач Хуан’. Если же китайцы обращаются к человеку впервые и не знают его фамилии, как правило, они используют модель «должность + господин/госпожа». Например, *法官先生* ‘господин судья’ или *会计女士* ‘госпожа бухгалтер’. Данные формы обращений особенно распространены среди представителей престижных для китайской нации профессий. Не менее важное место в национально-культурной системе обращений китайцев занимает корпоративная этика. При обращении коллег друг к другу на работе сразу определяется статус сотрудника. При этом акцентируются уважительное отношение младшего поколения к старшему, а также субординация в коллективе. Так, к высшему начальству на предприятии принято обращаться, используя префикс 总 ‘главный’, ‘генеральный’. Например, *总经理* ‘генеральный директор’.

Таким образом, очевидно, что система обращений китайского языка весьма многогранна и обусловлена среди прочих факторов национально-культурными особенностями страны, а также типом коммуникативного взаимодействия, который задает выбор адресантом тех или иных языковых моделей построения форм обращения.

А. Родик

СЕМАНТИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ, РЕПРЕЗЕНТИРУЮЩИХ КОНЦЕПТ «УЧЕНИЕ» В БРИТАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

Тема перевода фразеологизмов выделяется своей актуальностью. По мнению многих специалистов в области перевода, определение универсалий и национальной уникальности фразеологизмов в языковой картине мира двух народов является одной из ключевых задач.

Проведенный сопоставительный и лингвокультурологический анализы выбранных фразеологизмов двух языков дали возможность выявить общие и специфичные черты.

1. Полные эквиваленты – это русские эквиваленты, в большинстве своем являющиеся моноэквивалентами английских фразеологизмов, совпадающие с ними по значению, по лексическому составу, образности стилистической направленности и грамматической структуре. Подобные соответствия немногочисленны, к этой группе относятся преимущественно фразеологические единицы интернационального характера. Например, фразеологизм *Knowledge is power*/*Знание – сила* является полностью идентичным как в русском

и английском языке, так и во многих остальных (итальянский, немецкий, английский), так как он является заимствованием из латинского языка (*Scientia potentia est*).

2. Частичные эквиваленты содержат лексические, грамматические или лексико-грамматические расхождения при наличии одинакового значения одной и той же стилистической направленности. Например, фразеологизмы *пройти школу жизни*/*to be disciplined by the school of hard knocks* содержат незначительные лексические расхождения: *hard knocks* ‘сильные, серьезные постукивания’ в английском языке и *жизнь* – в русском:

To learn something by heart – учить наизусть;

To learn the hard way – учиться на собственном опыте.

3. В одном из рассматриваемых языков нет фразеологизма-эквивалента:

To get the hang of it – научиться делать что-либо;

to lecture or teach somebody – Учить уму-разуму.

Отметим употребление разных стилистических пластов лексических единиц в паремиях русского и английского языков. Фразеологические единицы английского языка отличны использованием в них просторечных лексических единиц. Например, *to grind away at one’s studies.* Данному фразеологизму в русском языке соответствует *грызть гранит науки*.

Таким образом, реализация концепта «учение» во фразеологических картинах русского и английского языков имеет общие черты, обусловленные антропоцентрическим фактором. Наличие соответствий в русских и английских в плане содержания, но не в плане выражения говорит о разном восприятии окружающей действительности.

С. Фан

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КВАНТИТАТИВНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Национально-культурные особенности рассматриваются в данной работе на примере тех русских фразеологических единиц (ФЕ), у которых в китайском переводе имеется эквивалент – чэнъюй, образная составляющая которого указывает на национально-культурные особенности мышления китайцев. Материал к данной работе был отобран из «Русско-китайского идиоматического словаря» под редакцией Чжоу Цзишэн и др. Всего установлено 53 случая наличия чэнъюев, 13 случаев – среди ФЕ с эксплицитным значением квантитативности и 40 случаев – среди ФЕ с имплицитным значением квантитативности; при этом общее количество различных чэнъюев – 51. Расхождение в цифрах связано с двумя явлениями: во-первых, ряд русских фразеологизмов имеет более 1 китайского фразеологического соответствия, во-вторых, в ряде случаев разные русские идиоматические выражения имеют общий китайский фразеологический эквивалент. В ходе исследования нами было выявлено 5 тематических групп ФЕ, включающих чэнъюи.

Группа ФЕ, которая оказалась особенной ввиду общности ключевой семы и ввиду многочисленности входящих в нее русских ФЕ и их китайских эквивалентов, – это группа с условным названием «квантитативное значение ФЕ с финансовой составляющей». Она отличается тем, что в большинстве случаев и в русских, и в китайских ФЕ присутствует элемент «денежная единица», номинация которой в ряде русских ФЕ заимствована из разных культур (*сантим, алтын, грош*): *ни сантима, ни алтына за душой, (медный (ломаный)) грош цена (в базарный день)*, а в китайских эквивалентах – имеет непосредственное отношение именно к китайской культуре (*фэнь, вэнь, цянь*): 一文不名 (文 – вэнь), 身无分文 (分 – фэнь), 认为...一钱不值 (钱 – цянь). Это может быть объяснено геополитическими и историческими факторами развития общества, а соответственно и языка.

Следует отметить, что некоторые ФЕ были распределены в несколько тематических групп (一无所有，空空如也 – *отсутствие всякого присутствия,* 蜂拥而来（去） – *валом валит:* 1. «Наличие либо отсутствие», 2. «О людях», подгруппа «Количество»).

Были выделены группы с совпадающей образной составляющей (без счета – 不计其数 (数 – *счёт, считать*)) или частично совпадающей образной составляющей (*по уши (горло) в долгах* – 债台高筑 (债台 – *башня-убежище от кредиторов*, 债 – *долг*)).

Практическая значимость данного исследования заключается в том, что его результаты позволят специалистам в области русско-китайского и китайско-русского перевода находить наиболее адекватные способы передачи ФЕ с учетом их национально-культурных особенностей.

А. Чиркун

МОТИВИРОВАННОСТЬ АНТРОПОНИМОВ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Современный антропонимикон китайцев включает в себя как древние, так и современные компоненты. В состав китайского имени и фамилии могут входить как слова со знаменательным значением – имена существительные, прилагательные, глаголы, местоимения и числительные так и служебные слова – предлоги, частицы, счетные слова.

Результаты семантического анализа китайских фамилий свидетельствуют о том, что наиболее частотными в китайском антропонимиконе являются а) фамилии, образованные от названий царства, места происхождения и феодальных владений (47 %), б) фамилии, образованные от имен выдающихся людей (16 %), в) фамилии, образованные от предметов и явлений животного и растительного мира (14 %). Среди китайских фамилий первой группы доминируют фамилии, которые мотивированы названиями царств, входивших в состав Древнего Китая. Структурной особенностью этих фамилий является их полное совпадение по форме с мотивирующими географически-

ми названиями. Например, 马 Ма; 应 Ин; 将 Цзян; 沈 Шень; 韩 Хан; 秦 Цинь и др. Кроме того, в китайском языке выделяется подтип фамилий, фиксирующих место проживания. При этом фамилия мотивирована местом в городе, где проживала семья. Так, фамилии 东郭 Донгуо ‘восточная стена’ и 南郭 Нангуо ‘южная стена’ свидетельствуют о том, что их носители проживали соответственно возле восточной и южной частей стены, окружающей город.

Мы установили, что в основе второй группы лежат фамилии выдающихся людей, к которым относятся в первую очередь императоры и их потомки 包 Бао; 曹 Цао и др., врачи 简 Цзянь; 闻 Вэнь; 苗 Мяо и др., дворяне 袁 Юань и др., казначеи 龙 Лун и др., герцоги 丁 Дин и др.

Природа занимает важное место в жизни китайцев, о чем свидетельствует богатое наполнение сфер «Флора» и «Фауна» в китайском антропониконе. Мир флоры и фауны, отраженный в китайских фамилиях, представлен названиями деревьев 枫 Фен; 杜 Ду и др., растений 豆 Доу; 麻 Ма и др.; цветов 花 ‘цветок’; 兰 ‘орхидея’; 荷 ‘лотос’; 珠兰 ‘жемчужная орхидея’; 木兰 ‘магнолия’ и др. Среди животных в китайских фамилиях фиксируются 狼 Лан ‘волк’; 豹 Бао ‘леопард’; 熊 Сюн ‘медведь’; 猪 Чжу ‘свинья’ и др.

Таким образом, очевидно, что фамилия для китайца – это не просто знак идентификации, а нечто гораздо большее, один из важнейших способов гармонизации человека и окружающего его мира, одна из нитей, которая их связывает.

Ю. Антонович

СПЕЦИФИКА ПОЯВЛЕНИЯ ИНОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИКИ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Обогащение лексического фонда языка является неотъемлемой частью развития любого языка. Основным источником пополнения лексики являются иностранные заимствования.

Заимствование – полное или частичное использование лексических единиц других языков. Если говорить о причинах появления иноязычной лексики, можно выделить две основные причины:

1) необходимость выражения новых значений и реалий;
2) необходимость заменить старые лексические единицы новыми (Семенас, 2005).

Способы заимствования:

1) фонетический (**幽默** ‘юмор’);
2) семантический (动产 ‘движимое имущество’);
3) семантически-фонетический (**生日卡** ‘поздравительная открытка с Днем рождения’);
4) фонетически-семантический (**卡**带 ‘магнитофонная лента’);
5) фонетический + родовое слово (**沙丁**鱼 ‘сардина’) (Семенас, 2005).

Китайский язык менее насыщен заимствованиями по сравнению с другими языками. У этого явления есть две причины: *лингвистическая* и *историческая*. Лингвистическая причина заключается в том, что структурные особенности китайского языка препятствуют проникновению иноязычной лексики. Исторической причиной является то, что Китай длительное время был закрытой страной, и у китайского языка было пересечений с другими языками. Однако такие изменения в жизни Китая, как Синьхайская революция, переход к республиканской форме правления, политика реформ и открытости, обогатили китайский язык иноязычной лексикой (Сушкова, Сунь Найсюй, 2013).

Проанализировав найденные примеры, мы разделили иностранные заимствования по сфере употребления на 7 групп.

Сфера употребления	Пример
Повседневная жизнь	**咖啡** ‘кофе’, **沙**发 ‘диван’, **模特儿** ‘модель’
Культура и спорт	**迪斯科** ‘диско’, **保**龄球 ‘боулинг’, 乌托邦 ‘утопия’
Религия	**菩**萨 ‘Будда /божество’, **阿**罗汉 ‘алохань’, **比丘** ‘бонза’
Научно-техническая сфера	**麦克**风 ‘микрофон’, 蓝牙 ‘блютус’, **居里** ‘кюри’
Медицина	**凡士林** ‘вазелин’, **阿司匹林** ‘аспирин’, 吗啡 ‘морфий’
Политическая и экономическая сферы	**卡特儿** ‘картель’, 卢布 ‘рубль’, **生活**质量 ‘качество жизни’
Военное дело	**喀秋莎**‘«катюша»’, **后**卫 ‘арьергард’, **坦克**车 ‘танк’

Таким образом, мы видим, что под влиянием интенсивных контактов и произошедших изменений в экономической, политической и культурной жизни Китая иноязычная лексика проникла во все сферы жизни китайцев.

К. Батуро

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИЕРОГЛИФА 心 В МЕДИЦИНСКИХ ТЕРМИНАХ

В связи с растущим в последнее интересом к китайскому языку и культуре, все больше людей испытывают интерес и к китайской медицине, изучение терминов который вызывает заинтересованность среди специалистов, владеющих китайским языком как средством профессионального общения. Анализ показал, что среди медицинских терминов китайского языка достаточно большой процент содержит иероглиф 心, вследствие чего мы решили провести детальное исследование данных терминов.

Нами был проведен анализ более 100 терминов, который позволил нам отнести единицы анализа к 10 смысловым группам (таблица).

Смысловые группы медицинских терминов, содержащих иероглиф 心

«Заболевания сердца/отклонения в развитии сердца» – 42 %	*右室心肌病* ‘кардиомиопатия правого желудочка’. *心*+*肌* ‘ткань’ = «миокард»
«Психические заболевания» – 25 %	*心理治疗* ‘психотерапия’. *心*+*理* ‘разум’ = психика
«Способы лечения и диагностики сердечных заболеваний» – 18,6 %	*心脏电除颤* ‘дефибрилляция’. *心*+*脏* ‘орган’ = сердце (орган)
«Психофизиология» – 3,7 %	*心理生理学* ‘психофизиология’ = *心理*+*生理* ‘физиология’
«Психосоматические заболевания» и «Психосоматика» – 2 %	*心身疾病* ‘психосоматические заболевания’ = *心*+*身* ‘тело’
«Особенности работы организма» – 1,8 %	*固有心率* ‘внутренняя частота сердечных сокращений’ =*心*+*率* ‘показатель’
«Психобиология» – 0,9 %	*心理生物学* ‘психобиология’ = *心理*+*生物* ‘биология’
«Раздел медицины» – 0,9 %	*心内科* ‘кардиология’ = *心内*+*科* ‘наука’
«Медицинское отделение» – 0,9 %	*心血管内科* ‘отделение васкулокардиологии’ = *心*+*血管* ‘вены’

Как видим, наиболее полно представлена смысловые группы «Заболевания сердца/отклонения в развитии сердца», «Способы лечения и диагностики сердечных заболеваний», так как одним из значений иероглифа 心 является

‘сердце’, ‘кардио-’. Также достаточно представленной является группа «Психические заболевания», вследствие того, что иероглиф 心 также имеет значение ‘душа’, и входит в состав термина *心理 психика, душевная (нервная) деятельность; психический*, компонентный анализ которого дает нам значение ‘упорядочивание + души’.

В. Вайдер

ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ АНГЛИЦИЗМОВ В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Целью нашего исследования стало изучение особенностей процессов адаптации англицизмов в турецком арго. Анализ материала проводился с помощью «Большого словаря турецкого арго» под редакцией Х. Актунча, методом сплошной выборки из которого нами было отобрано 43 единицы. Адаптация англицизмов происходит на фонетическом, грамматическом, графическом, лексико-семантическом уровнях языка.

Фонетическая адаптация (20 единиц). Особенностью фонетики турецкого языка является закон гармонии гласных, согласно которому гласные в рамках одного слова уподобляются, как правило, корневому гласному (*kilo* ‘килограмм’ – *kolo* ‘килограмм’). Учитывается также отсутствие сочетаний двух или более гласных или согласных в слоге. Следовательно, при заимствовании слова частым явлением может быть эпентеза (*sport* ‘спорт’ – *s(ı)por* ‘спорт’). Еще одним способом является элизия (*exhaust* ‘выхлопные газы’ – *egzoz* ‘выхлопные газы’).

Графическая адаптация (13 единиц). В турецком алфавите присутствуют буквы «ç», «ğ», «ı», «ö», «ş», «ü», не встречающиеся в английском языке, тогда как в алфавите английского языка есть буквы «q», «w», «x», не характерные для турецкого. Например, английское слово *fix* ‘фиксированный’ перешло в турецкий язык как *fiks* ‘фиксированный’, то есть с передачей его звучания, поскольку буква «x» отсутствует в турецком языке. Слово *ful* ‘полный, укомплектованный’ пришло от английского *full* ‘полный’ – двойная согласная «ll» в процессе заимствования передается одной буквой «l», так как в турецком языке, как правило, не на стыке морфем не встречаются две согласные подряд.

Грамматическая адаптация (8 единиц). Четыре единицы образовано с помощью обрамляющих аффиксов *-lA* и *-mAk*. Аффикс *-lA* образует глаголы от существительных, а *-mAk* – инфинитивный аффикс. Например, слово *camperlemek* ‘ускакать’ пришло в турецкий от английского слово *jumper* ‘прыгун’ аналитическим способом, с помощью турецких глаголов *olmak* ‘быть’ *etmek* ‘делать’, образовано 4 единицы, в частности, *fayrap etmek* ‘начать, хватать’ заимствовано от английского глагола *fire up* ‘разжигать’, к которому добавляется турецкий глагол *etmek* ‘делать’. Кроме этого, выражение *fire up* ‘разжигать’ подверглось также фонетической и графической

адаптации. Английская буква «u», передающая звук [ʌ] заменена соответствующей турецкой буквой «a». Происходит слияние двух английских слов в одно турецкое.

Лексико-семантическая адаптация. Лексико-семантическая адаптация состоит в спецификации значения. Например, английское слово *score* ‘счет, долг, множество’ в турецком заимствовалось только в одном значении ‘счет в спортивной игре’. В слове *fayrap etmek* ‘начать, взять, хватать’ от английского *fire up* ‘разжигать огонь’ наблюдается действие механизма метафоризации.

Н. Василевская

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Модальность – категория, выражающая отношение сообщения к действительности, устанавливаемой с точки зрения говорящего лица. Средствами выражения модальных значений являются специальные слова и грамматические конструкции с модальной семантикой или же модальные слова. Модальные слова выражают отношение говорящего к содержанию речи. При помощи этих слов говорящий соотносит информацию и реальность. В отличие от частиц и других служебных слов модальные слова служат средством введения в высказывание дополнительной, вставной информации, не претендуя при этом на роль компонента с синтаксической функцией.

В турецком языке в качестве модальных слов могут выступать следующие:

- ***Belki*** ‘возможно, может быть, по-видимому’: *Belki başka bir şehre taşınmak ona iyi gelir.* ‘Возможно, переезд в другой город пойдет ей на пользу’.
- ***(Daha) doğrusu*** ‘точнее сказать, по правде говоря’: *Daha doğrusu, sizinle iyi vakit geçirdik.* ‘Точнее сказать, мы приятно провели время с вами’.
- ***Demek, demek ki*** ‘стало быть, значит, следовательно, оказывается’: *Demek ki Volkan başından beri haklıydı.*’Стало быть, Волкан был прав с самого начала’.
- ***Galiba*** ‘вероятно’: *Galiba unutmuşsundur, ama bu gül sana bir deneme yazmana yardım etti.* ‘Вероятно, ты забыл, но это Гюль помогла написать тебе сочинение’.
- ***Gel gelelim*** ‘например, допустим, представь(-те) себе’: *Gel gelelim bizim flört tarihini bir gazetede basılmış.* ‘Представьте себе, историю нашего знакомства напечатали в газете’.
- ***Herhalde*** ‘вероятно’: *Herhalde bu, pek de asılsız değildi.* ‘Вполне вероятно, что эти утверждения не были лишены основания’.
- ***Sanki*** ‘предположим, что; допустим, что’: *sanki tüm ev işlerini yaptık.* ‘Предположим, что мы сделали все дела по дому’.

Модальные слова грамматически не связаны с предложением и не могут функционировать самостоятельно, так как являются авторским комментарием к высказыванию. Модальные слова не претендуют на синтаксическую функцию в предложении и употребляются преимущественно в начале предложения, реже их можно наблюдать в конце предложения, зачастую в устной речи.

Таким образом, мы видим, что модальные слова придают предложению определенную эмоционально-смысловую окраску, в зависимости от того, как автор намерен выразить свои мысли.

Е. Власова

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ НАГИБА МАХФУЗА: ТРУДНОСТИ ИХ ПЕРЕДАЧИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Актуальность данной работы обусловлена проблемами популяризации арабской литературы в странах Европы: несмотря на полное соответствие романов арабских писателей стандартам современной европейской литературы, она недостаточно известна и мало изучена в отечественном литературоведении.

Нагиб Махфуз – египетский писатель, крупнейший представитель арабской прозы XX века, один из создателей египетского романа. Он – единственный из арабских писателей, кто в 1988 г. «за прозрачный реализм и богатство оттенков арабского рассказа, который имеет значение для всего человечества», был удостоен Нобелевской премии.

Романы и рассказы Нагиба Махфуза – это произведения искусства. Они изображают египетскую среду с древнейших времен до современной повседневной жизни, занимаются вопросами, вызывающими широкий интерес человека, поднимают философские и экзистенциальные вопросы. Работы Махфуза отличаются такими особенностями, как бесплотная техника создания текста и раскрытие общечеловеческих ценностей. При прочтении романов Нагиба Махфуза, читатель может представить себе абсолютно любую локацию произведения и временной период действий, так как автор не описывает героев, среду, исторические события. В романах много действий, различных диалогов, выяснений отношений, но полностью отсутствуют слова автора, описания очень скупы, мало деталей. Махфуз уводит читателя далеко от реальности при помощи различных метафор, культурных ассоциаций, говорящих имен героев и стран. Благодаря всем вышеперечисленным особенностям, романы имеют небольшой объем, но максимум смысла.

Перевод названия произведения Нагиба Махфуза “Afrah al-Qubbah” также представляет трудность из-за своей двусмысленности (слово *afrah* ‘радость’, на диалекте – ‘свадебное торжество’, слово *qubbah* ‘купол’, на диалекте – ‘высшее общество’). В английском переводе звучит, как “Wedding

song” и концентрируется на диалектном переводе. В русском переводе – «Торжество возвышенного» – переводчик сделал упор на более абстрактное значение, которое более подходит художественным установкам самого автора.

Как можно заметить на примере этого доклада, арабская литература – это многосторонняя, не похожая на другие литература, включающая в себя различные приемы и стилистические особенности, позволяющая оторваться от реальности и погрузиться в мир, позволяющий задуматься об общечеловеческих ценностях. И произведения Нагиба Махфуза – яркий тому пример.

Е. Воспукова

ОБРАЗ ЖЕНЩИНЫ В ПОЭЗИИ ТААББАТА ШАРРАН, АШ-ШАНФАРА, УРВА-ИБН-АЛЬ-ВАРД

Тааббата Шарран (VI век). Поэт-воин, большая часть жизни которого, согласно легенде, прошла в странствиях по пустыне и в набегах на вражеские племена. Настоящее имя поэта – Сабит ибн Джабир, а прозвищем своим «Тааббата Шарран» (буквально: ‘Несущий под мышкой зло’) он обязан тому обстоятельству, что постоянно носил под мышкой острый меч.

Урва Ибн аль-Вард (VI век). Бедуинский поэт из племени абс. Предание гласит, что поэт отличался удивительной щедростью, собирал вокруг себя бедняков своего и соседних племен, кормил их и водил в набеги на вражеские становища.

Аш-Шанфара (буквально переводится ‘губастый’ (рубеж V–VI вв.) – арабский поэт. Жил на юго-западе Центральной Аравии. Согласно сообщениям арабских средневековых источников аш-Шанфара принадлежал к числу «изгнанников» («салуков») по каким-то причинам покинувших племя, и совершал набеги на бедуинские кочевья.

Арабская поэзия V–VII веков была периодом расцвета и стала в арабской литературе своеобразным эталоном поэтического языка, надолго определив тематику и художественные приемы. Помимо красноречия и художественной ценности, доисламская поэзия представляет собой важный источник классического арабского языка как в грамматике, так и в лексике, а также в качестве надежного исторического свидетельства политической и культурной жизни того времени.

Доисламская арабская поэзия дает представление о становлении и развитии женского социально-психологического типа, наделенного такими качествами, как доброта, мягкость, готовность к помощи, сопереживанию, сочувствию. По стихотворным описаниям можно воссоздать доисламские представления о женской красоте. Мы неоднократно находим сравнения лица, фигуры, походки с объектами и явлениями природы. Источником для сопоставления являлась окружающая среда: от представителей локальной аравийской флоры и фауны до эпизодов повседневного быта.

В заключение отметим, что в доисламской поэзии образ женщины имеет несколько репрезентаций, основными из которых являются образ возлюбленной и образ сестры.

Е. Выборная

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ РОССИЙСКИХ ФИЛЬМОВ НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК

Вслед за развитием российского кинематографа выросло и количество переводов российских фильмов на различные иностранные языки, в том числе и китайский. Название – ориентир при выборе фильма, поэтому оно должно быть запоминающимся и содержательным, чтобы пробудить интерес зрителя. Следует придерживаться аналогичной тенденции и при переводе названий фильма на иностранный язык. Выделяют три основных способа перевода названий фильмов: прямой перевод, трансформация и замена (Бальжинимаева, 2009).

При рассмотрении ста российских фильмов последнего десятилетия, переведенных на китайский язык, было выяснено, что все три способа перевода названий фильмов активно используются (прямой перевод – 40 %, трансформация названий – 33 %, замена названий – 27 %).

Прямой перевод используется при отсутствии непереводимых культурно-специфических компонентов. Например, «*Легенда №17*» ‘传奇17号’ (2013), «*Серебряные коньки*» ‘银色溜冰鞋’ (2020). К прямому переводу прибегают так же в тех случаях, когда в названии присутствуют имена собственные. Например, «*Собибор*» ‘索比堡’ (2018), «*Стрельцов*» ‘斯特列利佐夫’ (2020).

При трансформации названий используются различные приемы, такие как замены, опущения или добавления лексических элементов. Таким способом компенсируется смысловая или жанровая недостаточность дословного перевода. Например, трансформация названия с помощью замены: «*Марафон желаний*» ‘七个愿望’ (2020). Наряду с заменами переводчики практикуют прием добавления, например, «*Битва*» ‘舞力决战’ (2019) (добавлено уточнение ‘танцевальная’), «*Ржев*» ‘勒热夫战役’ (2019) (добавлено 战役 ‘битва, операция’).

Несмотря на то, что при переводе названий фильмов переводчики стараются сохранить оригинальное название, случаев полной замены названий фильмов довольно много. Часто это происходит из-за отсутствия той или иной культурной реалии, что будет мешать восприятию носителям другой лингвокультуры. Например, название фильма «*Холоп*» (2019) было переведено как 富二代 ‘отпрыск богатых родителей, мажор’. Холопами называли несвободных людей на Руси, поскольку данная реалия отсутствует в китайской культуре, замена названия вполне оправдана, а получившееся название ‘мажор’ соответствует содержанию фильма. При переводе названия фильма

«*Горько*» (2013) была также использована полная замена названия, так как возгласы «Горько!» можно услышать только во время русского, белорусского, украинского или польского свадебного застолья. Название было переведено как 亲吻 ‘целовать’.

Таким образом, при переводе названий российских фильмов на китайский язык в равной степени используются все три способа перевода с преобладанием прямого перевода, а также учитываются лингвокультурные особенности Китая.

Е. Гончаров

ОСОБЕННОСТИ ДИАЛЕКТОВ АРАБСКОГО ЯЗЫКА В СТРАНАХ АРАВИЙСКОГО ПОЛУОСТРОВА

В данной работе представлены краткие сведения о самых основных морфологических и лексических особенностях некоторых аравийских диалектов арабского языка.

Хиджазский диалект (ХД) арабского языка является одним из самых распространенных диалектов на западе современной Саудовской Аравии. В ХД для обозначения настоящего длительного времени используется префикс بـ или قاعد, например: *بيدرس* ‘он учится’. Все числительные за исключением числительного один (*واحد* и *وحدة*) не имеют грамматической категории рода, например: *عشرة سيارات* ‘десять машин’. Стоит отметить, что для ХД характерна потеря гендерной спецификации в формах множественного числа глаголов, например: *يركبوا* ‘они едут’ вместо *يركبون* м.р. и *يركبن* ж.р. Некоторые носители ХД не произносят финальный звук [h] в третьем лице мужского рода, например: *بيته* ‘его дом’. Местоимения в ХД несколько отличаются от местоимений в арабском литературном языке (АЛЯ). Носители ХД используют формы احنا и نحنا как местоимение *мы*, заменяя ими местоимение نحن. Словарный состав городского ХД отличается от словаря других диалектов полуострова. Например, в ХД меньше терминов, связанных с жизнью в пустыне, однако больше слов связанных с рыболовством, морской торговлей и мореплаванием. Некоторые заимствованные слова, которые пришли в ХД достаточно давно, были заменены синонимами АЛЯ. Например, слово *كنديشن* ‘кондиционер’, которое пришло из английского языка, было заменено на слово арабского происхождения مكيّف.

Арабский диалект Персидского залива распространен на востоке Аравийского полуострова: вдоль побережья Персидского залива в Кувейте, Бахрейне, Катаре, ОАЭ, а также в восточных провинциях Саудовской Аравии и на юге Ирака. Многие носители диалектов Персидского залива используют местоимение إنْتُ ‘ты’ для обозначения мужской и женской формы второго лица. Носители языка, не различающие мужскую и женскую формы второго лица множественного числа, используют форму هُمْ‘они’ для обозначения обоих полов. Распространено использование энклитика بـ для обозначения будущего времени вместо префикса سـ, например: بعرف ‘он узнает’. В отличие

от многих других диалектов арабского языка в лексический состав диалектов Персидского залива входят множество иностранных заимствований (в основном из хинди, урду, персидского и английского языков).

Таким образом, можно сделать вывод, что диалекты Аравийского полуострова в достаточной мере отличаются от АЛЯ как на синтаксическом, так и на лексическом уровне. Изучение данных диалектов дает представление об этапах и особенностях развития арабского языка в регионе.

В. Голговская

СЕМАНТИКА ДВУХКОМПОНЕНТНЫХ ИЕРОГЛИФИЧЕСКИХ ЗНАКОВ С РАДИКАЛОМ «ЧЕЛОВЕК» (на материале китайского языка)

Иероглифический знак, в составе которого имеет место радикал «человек», образует семантическую разветвленную систему единиц. В данную систему входят иероглифы, именующие объекты, процессы, признаки, относящиеся к различным категориям окружающей человека действительности. В частности, это такие категории, как название лиц, животных и географических мест (*仙* xiān ‘божество’); слова, описывающие характер и внешность человека (*仁* rén ‘гуманный’); слова, описывающие действия, физическое состояние (*休* xiū ‘останавливаться’); слова, передающие значение контактов, информации (*伸* shēn ‘докладывать’); слова, описывающие финансово-экономическую деятельность (*佃* ‘арендовать землю’); слова, относящиеся к военной сфере (*仗* zhàng ‘война’); слова, указывающие на местоположение (*仲* zhòng ‘средний’); слова, передающие значение сходства (*像* xiàng ‘похожий’).

Подсистема двухкомпонентных иероглифических знаков с радикалом «человек», таким образом, сформирована из иероглифов, которые отображают 9 категорий. Анализ данных категорий позволил выделить исследуемые иероглифические знаки по соответствующим лексико-семантическим группам в зависимости от их значений. Наиболее многочисленной лексико-семантической группой является группа с названиями лиц, животных и географических мест. В состав данной группы вошли 19 иероглифических знаков. Эту группу я разделила на 10 подгрупп (неодушевленные предметы: *傀* kuǐ ‘кукла’; религиозные, мифологические и сказочные существа: *仙* xiān ‘небожитель’; социальные свойства, личные и общественные отношения: *伙* huǒ ‘товарищ’; отношение родства: *伯* bó ‘дядя’; животные: *仔* zǐ ‘сын/ребенок либо детеныш животного’; совокупность лиц: *伍* wǔ ‘пять человек’; творческая деятельность: *伎* jì ‘профессиональная певица/танцовщица’; государственная деятельность: *仕* shì ‘чиновник’; фамилии: *佘* shé ‘Шэ’;

географические места: 仑 lún ‘горная система Кунь-Лунь’). Например, иероглиф 仙 xiān ‘небожитель’ состоит из радикалов 亻rén ‘человек’ + 山 shān ‘гора’.

Таким образом, детерминатив иероглифического знака позволяет отразить понятия, связанные с самыми разными областями жизнедеятельности человека. При этом анализ семантических групп показал, что салиентными и релевантными становятся разные признаки, характеризующие окружающий человека мир.

Г. Данилюк

ЧЕРТЫ АРАБСКО-ЕВРЕЙСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В ТВОРЧЕСТВЕ АЛЬ-САМАУАЛЬ

Изучение доисламской арабской культуры невозможно без самого пристального внимания к поэзии. В обществе кочевников доисламской Аравии устная поэтическая традиция являлась главным историческим достоянием и неотъемлемой частью жизни.

В качестве примера для описания черт арабско-еврейской кульуры в данной работе будет выступать аль-Самауаль.

Девять стихотворений и фрагментов, приписываемых аль-Самауалю, были собраны средневековым мусульманским филологом Нифтавайхом. Большинство ученых сходятся во мнении, что эти стихи были написаны евреем, но сомневаются, что все они были написаны Самауалем. Первое стихотворение называется «Ламийят аль-Самауаль» и по мнению Георга Якоба оно считается образцом классической арабской поэзии. Оно излагает добродетели чистоты крови, великодушия, чести и силы. Восхваляются битвы его народа, что свидетельствует о степени культурной ассимиляции евреев в арабское общество. Второе стихотворение, однако, выражает его веру в воскресение и прославляет царей и пророков Израиля, также упоминая о расколе Красного моря. Его филологическое значение заключается в рифмовании некоторых строф наподобие Корана и в признаках арабского диалекта еврейских племен. Стихотворение № 6 возвеличивает крепость отца аль-Самауаля и его верность поэту Имрухал-Кайсу. 26-строчное стихотворение, приписываемое Самауалю, появляется в сборнике под редакцией Луи Шейхо, который интерпретировал строку «наш пророк пришел и принес мир всем людям» как свидетельство христианского происхождения поэта. Его мнение было оспорено, поскольку стихотворение обладает кораническим стилем и, следовательно, указывает на его более позднюю композицию евреем, опровергающим мусульманские предположения насчет религиозной принадлежности автора. Фрагмент из каирской «Генизы», подписанный Самауалем из племени Курайда (аль-Курайи), ранее приписывался Самауалю аль-Адии. Хиршберг Хаймзью, однако, предполагает, что автор этого фрагмента написал его в период борьбы между евреями и Мухаммедом, и поэтому не является Самауалем аль-Адией.

Таким образом, можно сделать вывод, что в произведениях аль-Самауаля чертами арабско-еврейской литературы являются: отсутствие связи с еврейским происхождением, превалирование количества арабских тем по сравнению с еврейскими, прославление военного ремесла, царей и пророков Израиля, коранический стиль, который проявляется в фонетическом строе, темброво-фонетической стройности, лексико-синтаксическом совершенстве, смысловой и композиционной цельности, лаконичности слога и емкости смысла.

Е. Захилько

КУЛЬТУРНЫЕ ТРАДИЦИИ, СВЯЗАННЫЕ С ОМОФОНИЕЙ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ, И ИГРА СЛОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Китайский язык сегодня весьма популярен среди студентов, в том числе и в нашей стране. Этому способствует ряд причин. Прежде всего стоит отметить, что многие студенты считают это направление наиболее перспективным для себя.

Система китайского языка сама по себе уникальна. Достаточно лишь того, что представлена она иероглифами. Иероглифы – это далеко не единственная особенность китайской языковой системы. Несмотря на огромное количество иероглифов, в китайском языке существуют слова, звучащие абсолютно одинаково, но при этом передаваемые разными иероглифами – омофоны. Они широко распространены в китайском языке. Разумеется, данное явление характерно не только для китайской языковой системы, слова с одинаковым звучанием встречаются в разных языках, в том числе и в русском, что также может доставлять сложности иностранным студентам при изучении русского языка как иностранного. Здесь важно не забывать о тесной связи языка и культуры страны. Невозможно выучить как сам язык, так и составные его элементы, включая, омофоны, не зная и не учитывая основных культурных традиций и обычаев народа, который на данном языке говорит.

Например, у китайцев принято в канун праздника весны – китайского Нового года вывешивать на входе в дом перевернутый иероглиф 福 fu ‘счастье’, ведь по-китайски 福到了 ‘счастье перевернулось’ звучит так же, как и 福到了 ‘счастье пришло’. Блюда, появляющиеся на новогоднем столе китайцев, также символизируют то, чего люди больше всего желают друг другу. Здесь омофония тоже не остается в стороне: Yu ‘рыба’ 鱼 – yu ‘достаток’ 余, Ji ‘курица’ 鸡 – ji ‘удача’ 吉, nian gao ‘торт из клейкого риса’ 黏糕 – nian gao ‘год лучше предыдущего’ 年高.

Во время свадебной церемонии также часто обыгрывается омофония. Например, невесте предлагается съесть сырой 生 *shēng* ‘пельмень’ и воскликнуть «шэн», показывая тем самым, что она может и хочет рожать детей. Еще она должна съесть яблоко 苹果 *píngguǒ* и перешагнуть через седло 鞍 *ān* – это звучит как 平平安安 *píngpíng ān’ān* – ‘мир и спокойствие’.

Есть и неблагоприятные совпадения. Самое, пожалуй, известное – число четыре. Его китайцы стараются, по возможности, избегать. Дело в том, что ‘четыре’ 四 *sì* звучит почти как 死 *sǐ* ‘смерть’

Как мы уже отмечали ранее, в русском языке существует масса выразительных средств, основанных на игре слов, в том числе и на омофонии. Слова-перевертыши *шалаш*; палиндром *А роза упала на лапу Азора*.

Таким образом, в своей статье мы рассмотрели явление омофонии в китайском языке, а также игру слов в русском языке, с целью сообщить что-то большее об изучаемом языке, а также вызвать больший интерес у иностранных студентов, изучающих русский язык или желающих приступить к его изучению.

М. Зубова

СПОСОБЫ ЯЗЫКОВОГО ВЫРАЖЕНИЯ РАСПОЛОЖЕНИЯ ПРЕДМЕТОВ В ПРОСТРАНСТВЕ НА ОСНОВЕ АРАБСКОГО ЯЗЫКА

Пространственное изучение языкового сознания является одним из наиболее активно развивающихся направлений языкознания, однако многие проблемы этого направления, трактуются неоднозначно. Был изучен синтаксис арабских предлогов в целом, а также пространственных предлогов в частности, так как тема исследования оставляет множество пробелов в нашем понимании предложной системы арабского языка.

В процессе познания и отображения окружающего мира языковыми средствами пространству принадлежит важная, если не сказать исключительная, роль, поскольку, как показывают результаты многочисленных исследований, именно пространственные представления лежат в основе формирования многих фундаментальных концептов человеческого сознания.

В современном мире понятие пространства рассматривается как расстояние между предметами или порядок их расположения от объекта осязания до наблюдателя. Ссылаясь на это, пространству придается некоторое количество свойств, обусловленных психологией, данные свойства делают его доступным для восприятия и осознания человеком: измеримость, протяженность, предельность, связность, прерывность, динамичность и другие.

В арабском языке предлоги и наречия в качестве объекта исследования занимают лидирующее положение: именно эти языковые единицы, как известно, являются специализированными средствами выражения пространства и пространственных отношений.

Ценностная сторона концепта в виде внешних оценочных характеристик отражена во вторичных значениях специализированных слов и представляет собой набор квалификативных признаков. При этом комбинаторика типичных квалификативных признаков с пространственными компонентами в арабском и русском языках частично отличается.

В числе универсальных квалификативных признаков в содержании пространственных единиц выделены следующие компоненты: «цель», «причина», «источник информации», «средство/способ осуществления действия», «состояние/положение», временные признаки «период протекания действия», «определенный момент времени», «последовательность», «одновременность событий» и «приблизительность». Их понятийная структура в исследуемых картинах мира обладает общим сходством и возможным наличием уникальных уточняющих компонентов.

Выполненная работа позволяет расширить список рассматриваемых концептов в арабской и русскоязычной картинах мира, выделить некоторые актуальные аспекты в освещении концептов параметрического типа, еще раз осмыслить взаимоотношения таких феноменов, как язык, мышление, пространство.

Я. Какаджанов

ИСТОРИЯ ПРЕПОДАВАНИЯ АРАБСКОГО ЯЗЫКА В СТРАНАХ СРЕДНЕЙ АЗИИ

Актуальность. Сегодня день арабский язык – один из важнейших и наиболее распространенных мировых языков. Он является одним из шести официальных языков Организации Объединенных Наций и ассоциированных с ней организаций, рабочим языком региональных и международных учреждений, носит статус официального языка в двадцати двух странах. Также следует упомянуть, что арабский язык получил широкое распространение в неарабских государствах. К примеру, он является языком общения и деловой переписки ряда представителей международного академического сообщества.

Арабы попали в Среднюю Азию в результате нескольких волн переселений, которые происходили в промежутке между VII и XVII веками, то есть на протяжении 10 веков. Впервые они появились здесь в VII–VIII веках, во время арабских завоеваний Средней Азии. Для контроля над регионом в таких крупных городах, как Бухара и Самарканд, были размещены большие военные гарнизоны.

Сегодня среднеазиатские арабы подразделяются на 2 субэтнические группы: шайбони и санони. Большинство потомков арабов уже не знают родного языка, и в основном говорят на узбекском или таджикском. Но есть еще некоторые люди, которые говорят на языке, который ученые называют среднеазиатским арабским. Он является диалектом арабского языка, который имеет много заимствований из местных языков

Общая численность укоренившихся арабских групп Средней Азии составляет не более 10 тыс. человек, в том числе в Таджикистане свыше 4 тыс. (перепись 2010 г.) и в Узбекистане 2,8 тыс. Человек (перепись 1989 г.). А также небольшое количество арабов проживает в Туркменистане в окрестности Турменабада (Чарджоу) и Дянев.

Среднеазиатские диалекты арабского языка, среднеазиатский арабский язык (араб. العربية الآسيوية الوسطى) – разновидности арабского языка, распространенные среди немногочисленных арабов Афганистана, Таджикистана и Узбекистана.

В 632 г. в процесс развития арабоязычной культуры включилось множество разных этносов. Вместе с исламом получил распространение арабский язык, принявший на себя роль языка религии, государственного управления, образования и науки.

Д. Каташук

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ СИТУАЦИИ В СТРАНАХ АРАБСКОГО МАГРИБА

Варианты арабского народно-разговорного языка Магриба представляют собой смесь арабского и берберского языков с элементами французского, испанского, итальянского, турецкого и других языков, и являются родными языками арабского населения данного региона. Они, таким образом, обладают наибольшей распространенностью в масштабе всего Магриба; за ним в порядке значимости для повседневной жизни следуют тамазигхтский, французский, арабский литературный и другие языки.

Все магрибские диалекты подразделяются на две группы: дохилалские и хилалские. Все дохилалские диалекты распространены преимущественно в городах или же на тех территориях, которые были населены в ранний период арабизации. Хилалские, в основном, представлены бедуинскими диалектами.

Одна из интригующих тем, возникающих в области арабского народно-разговорного языка – это проблема «чистоты». Некоторые утверждают, что основная причина отказа от придания арабскому народно-разговорному языку статуса государственного языка заключается в том, что он перегружен французской лексикой. Поэтому существуют призывы бороться с французскими заимствованиями как с фактором угрозы национальной идентичности и замены европейских заимствований лексикой из арабского литературного языка. Заимствование выражений и конструкций из литературного языка уже не редкость. При этом произносятся они с местным акцентом, т.е. преимущественно с опущением кратких гласных и сокращением долгих.

Арабский литературный язык является официальным языком региона более 10 веков. Однако нескольких десятилетий западной колонизации было достаточно, чтобы изменить языковой ландшафт. Во всех странах Магриба, за исключением Ливии, французский язык до сих пор сохраняет значительное положение в сферах экономики и высшего образования, несмотря на то, что с приходом эпохи глобализации, английский вторгается в мир бизнеса, промышленности, торговли и услуг.

Подводя итоги, языковую ситуацию можно охарактеризовать следующим образом: народно-разговорные варианты арабского языка в настоящее время – самое распространенное средство коммуникации, используемые широкими слоями населения стран Магриба, которые считают естественным употребление территориальных диалектных форм в повседневном общении. Это стало главной причиной того, что арабский народно-разговорный язык претендует на роль государственного языка, пытается окончательно закрепиться в средствах массовой информации, научной и общественной жизни.

А. Королёва

СОВРЕМЕННЫЕ ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ В АМЕРИКАНСКОЙ И КИТАЙСКОЙ НАУЧНОЙ ФАНТАСТИКЕ

В современной литературе активно развивается жанр «мягкой», или гуманитарной, научной фантастики, которая, в отличие от «твердой», делает акцент на социальных и философских проблемах. Современные авторы стремятся охватить серьезные вопросы об обществе, о судьбе человечества и осветить актуальные проблемы (Насимова, 2018).

В результате анализа современных американских и китайских произведений, было отмечено, что в рамках научно-фантастического повествования авторы часто поднимают тему социального неравенства. Например, в серии книг Джеймса Кори «Пространство» раскрывается история политической борьбы между условно разными расами. В романе Энн Леки «Слуги правосудия» изображается модель агендерной вселенной. Китайская писательница Хао Цзинфан в своей новелле «Складной Пекин» поднимает острую тему социального расслоения, изображая китайский город будущего. Современные фантасты также широко освещают экологические проблемы. Например, Паоло Бачигалупи в романе «Водяной нож» изобразил будущее, где расточительное использование водных ресурсов привело к глобальной засухе. В романе «2312» Ким Стенли Робинсон одновременно затрагивает социальный вопрос гендера и пола и описывает спасение истощенной Земли путем «обратного терраформирования». Китайский автор Чэнь Цюфань в романе «Мусорный прибой» также затрагивает тему загрязнения планеты и вытекающие из этого последствия. Автор трилогии «Воспоминания о прошлом Земли» Лю Цысинь неоднократно поднимает тему экологии, сравнивая губительное использование пестицидов с Культурной революцией 1966−1976 гг. Переживания по поводу современного состояния окружающей среды сливаются с переосмыслением исторического прошлого. Также автор раскрывает тему об отношении человечества к глобальным проблемам, изображая общество инфантильным и растерянным перед угрозами будущего. Тем не менее автор сохраняет оптимистичный взгляд на развитие технологий и общества в целом, что выделяет романы Лю Цысиня на фоне других фантастов, которые чаще изображают негативные последствия прогресса (Караев, 2015).

Несмотря на общие темы и затрагиваемые проблемы, китайский футуризм отличается от американского попытками передать западному читателю красочное своеобразие современного Китая. Главным приемом является выстраивание сюжета на основе социальной системы, отличной от европейской цивилизации, и на ее фоне создается мир будущего с принципами данной системы. Кроме того, наблюдается тенденция размытия жанров, характерная как для американской, так и для китайской научной фантастики: всё сложнее определить, к какому жанру следует отнести то или иное произведение.

А. Костян

СИМВОЛИЗМ РАСТЕНИЙ В КИТАЙСКОЙ КУЛЬТУРЕ

Растения сопровождают человечество на протяжении всего его существования. За этот период времени многие из них приобрели символическое значение. Наличие символов, культурных кодов облегчает человеку толкование поступков и участие в коммуникации. Культурные коды разных народов отличаются друг от друга, поэтому для понимания иной культуры, построения диалога культур следует изучить системы знаков этого этноса (Барт, 2003).

Символизм растений – отдельная система знаков, которая у каждого народа своя, поэтому прежде чем преподносить в подарок цветы, нужно узнать, какое значение они в себе несут.

Согласно великим учениям Китая (буддизму, конфуцианству, даосизму) цветы тесно связаны с жизнью, счастьем и плодородием, поэтому соблюдение системы знаков символизма растений очень важно для китайцев.

Мы выбрали 10 растений, которые встречаются как в Беларуси, так и в Китае, и сравнили их символическое значение, что отражено в таблице.

10 растений и их символическое значение
в белорусской и китайской лингвольтурах

№ п/п	Название растения (植物名字)	Символическое значение в белорусской лингвокультуре	Символическое значение в китайской лингвокультуре
1	Слива (梅 méi)	Охрана, мудрость…	Почет, очарование, красота, стойкость, выносливость…
2	Роза (玫瑰 méigui)	Выздоровление, любовь, охрана…	Молодость, благоухание, процветание, победа…
3	Жасмин (茉莉 mòli)	Вежливость, элегантность, грация…	Женственность, привлекательность, сладость…
4	Тюльпан (郁金香 yùjīnxiāng)	Признание в любви…	Приход весны, элегантность, утонченность…

5	Мак (罂粟 yīngsù)	Радость, утешение, кратковременное счастье…	Уход от дел, отдых, успех, распад, зло…
6	Пион (牡丹 mǔdan)	Благородство…	Великолепие, богатство, счастье, знатность, достоинство…
7	Лилия (百合 bǎihé)	Юность, невинность…	Приносит сыновей, единение, дружба, избавление от печалей…
8	Хризантема (菊 jú)	Освобождение от печали, стойкость перед испытаниями…	Совершенство, осеннее спокойствие, изобилие…
9	Сосна (松 sōng)	Путь, судьба…	Сила духа, прямота, целостность в независимости от обстоятельств…
10	Нарцисс (水仙 shuǐxiān)	Весна, плодородие…	Доброта, чистота, счастливый брак, процветание, перемена, весна…

На основании полученных данных мы сделали вывод: в белорусской и китайской лингвокультурах системы знаков символизма растений сходны, но есть и принципиально важные отличия. Растения в Китае имеют большее количество символических значений, и все они обладают более позитивной коннотацией в отличие от белорусских эквивалентов.

С. Кротов

ЧЕТЫРЕ БУДДИЙСКИХ ГОНЕНИЯ В КИТАЕ

Буддизм – одно из трех китайских учений (三 教), которое повлияло на формирование современного китайского общества, до сих пор занимая собственную нишу в культуре Китая. На примере четырех буддийских гонений можно рассмотреть вопрос религиозных преследований и их последствий в контексте межконфессионального диалога, проанализировав культурное влияние на мышление общества.

Из всех трех китайских учений (三 教) лишь буддизм имеет паназиатские корни и берет свое начало из Индии еще в III веке до н.э. Как следствие этого, последователи двух остальных учений, даосизма и конфуцианства, пытались ликвидировать потенциального иноземного соперника в гонке за политическое и культурное влияние. Первые три гонения вместе известны как Бедствия У (三武之 禍), они были названы так потому, что посмертные имена каждого из трех императоров содержали в себе иероглиф 禍 (бедствие). Каждый император имел своего фаворита, а также опасался влияния буддизма (Кеннет, 1972).

В предложенной таблице отражены предпосылки буддийских гонений в Китае.

Буддийские гонения	Период	Причина	Император
Первое бедствие Ву	446–452	Опасения императора Тай У из-за хранения оружия в буддийских храмах привели к запрету буддизма	Император Тай У из Северной Вэй
Второе бедствие Ву	567–578	Бывший буддийский священник Вэй Юаньсун агитировал императора У Ди запретить буддизм, считая, что храмы этой религии стали слишком богатыми и могущественными	Император У Ди из Северной Чжоу
Третье гонение (Великое антибуддийское преследование)	841–845	Император Вуцзун инициировал гонения с целью присвоения финансового богатства буддийских храмов	Император Вуцзун из династии Тан
Четвертое гонение	955 г.	Потребность в меди, уничтожение статуй Будды	Император Шицзун из Позднего Чжоу

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что, несмотря на кровопролитные преследования буддистов и попытки ликвидировать Буддизм, паназиатская религия смогла укорениться в сознании китайского общества. Это не прошло бесследно: буддизм и его последователи потеряли бесчисленное количество храмов и понесли большие убытки, получив взамен на политическую независимость и самостоятельность.

К. Кузьмич

СОМАТИЗМЫ В КИТАЙСКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ: СВЯЗЬ МЕЖДУ ОРГАНАМИ ЧЕЛОВЕКА И ЕГО ХАРАКТЕРОМ, ЧУВСТВАМИ

Китайское мировоззрение – система космолого-онтологических и антропологических воззрений. Такие концепции помогают людям осознать себя в этом мире. В данном исследовании рассматривается одна из категорий пятичленной космологической модели – естественнонаучная типология пяти анатомических цзан-фу органов (Кравцова, 1999) и характерная для медицины средневековой Европы – заимствованная из античной греческой философии гуморальная теория о темпераментах Гиппократа, которая устанавливает связь между 4 жидкостями тела и поведением человека.

В качестве материала исследования было отобрано 10 названий внутренних органов человека и выражения в китайском и английском языках,

содержащие данные соматизмы. Примеры сочетаний с соматизмами: 1) «сердце»: а) **黑心** ‘черная душа’; б) 问心有愧 ‘испытывать угрызения совести’; в) **真心** ‘чистосердечный’; г) *a heart of gold* ‘золотое сердце’; д) *heart of oak* ‘смелый человек’; е) *a heart of flint* ‘каменное сердце’; 2) «селезенка»: а) **有脾气** ‘иметь дурной характер’; б) **左脾气** ‘капризный характер’; в) **使脾气** ‘сердиться’; г) *a fit of spleen* ‘приступ раздражения’; д) *to vent one‘s spleen (up)on sm.* ‘сорвать злобу на ком-л.’; 3) «печень»: а) **肝火** ‘злой, вспыльчивый'’; б) **肝气** ‘раздражимость’; в) **心肝** ‘благородство’; г) *hot liver* ‘страстный темперамент’; д) *white/lily liver* ‘малодушие’; 4) «желчный пузырь»: а) **胆小怕事** ‘робкий’; б) **胆大包天** ‘отчаянный’; в) **胆大妄**为 ‘сорви-голова'’; г) *to have the gall to do smth*. ‘иметь наглость делать что-л.’; д) *to vent one‘s gall on smb*. ‘изливать на кого-л. свою злобу’; 5) «кишка»: а) **花花**肠子 ‘интриган’; б) **直**肠子 ‘прямой нрав’; в) **古道**热肠 ‘быть добрым и отзывчивым’; г) *a man with plenty of guts* ‘человек с сильной волей’; д) *to have a gut feeling* ‘чувствовать нутром’; 6) «мозг»: а) **土**头土脑 ‘простак’; б) **鬼**头鬼脑 ‘коварный’; в) **死**脑筋 ‘упрямый’; г) *to have one‘s brains on ice* ‘сохранять ледяное спокойствие’; д) *to crack one‘s brains* ‘спятить, свихнуться’. В китайском языке были выражения с соматизмом «лёгкие»: а) **狼心狗肺** ‘волчье сердце и собачьи легкие (обр. в знач.: жестокий, свирепый, бесчеловечный, бессовестный)’; б) 发自肺腑 ‘от всей души’; в) **没心没肺** ‘легкомысленный’, а в английском языке – с соматизмом «почки»: а) *a man of the right kidney* ‘стоящий человек’; б) *to be of the same kidney* ‘быть одного поля ягодами’. Соматизм «мочевой пузырь» не обнаружен в выражениях в китайском и английском языках.

Таким образом, наиболее негативное значение в китайском языке имеют соматизмы «селезенка», «печень» и «мозг», а в английском – «селезенка», «печень» и «желчный пузырь». Соматизм «желчный пузырь» в китайском и английском языках имеет противоположное значение, а такие соматизмы, как «легкие» и «почки» встречаются в выражениях одного из языков.

Н. Лейчик

САЛИЕНТНОСТЬ ПРИЗНАКОВ В СЕМАНТИКЕ ИЕРОГЛИФИЧЕСКИХ ЗНАКОВ
(на материале радикала «человек»)

Релевантность информации находит отражение в китайской иероглифической системе с помощью разных средств: детерминативов, идеографических и фоноидеографических элементов.

Анализ материала исследования показал, что в 40 % рассмотренных иероглифов появление фонетического элемента обусловлено не только фоне-

тическим, но и семантическим фактором, что переквалифицирует элемент в фоноидеографическую категорию. В то же время материал исследования показывает разную степень выделенности признаков описываемых объектов с помощью разных компонентов иероглифов.

Например, в иероглифе 仕 shì ‘делать карьеру чиновника, служить’ выбор добавляемой новой графемы семантически обусловлен. Иероглиф состоит из компонентов 人 rén ‘человек’ и 士 shì ‘воин’. При этом этимологически значение восходит не к ключевому знаку-детерминативу, а к фоноидеографу 士 shì ‘воин’. 从+人= 众. Исходный иероглиф 众 zhòng ‘толпа’ ранее был пиктограммой, на которой можно было заметить трех человек, которые работают в поле под солнцем. По мнению древних китайцев, много – это количество равное минимум трем. 仁+ 女=佞. 仁 rén означает ‘человеколюбие; сострадание’. А иероглиф 佞 nìng – ‘льстец; зло’ или ‘талантливый, красноречивый человек’. Цай Юй в трактате о воспитании своей дочери «Уроки для женщин» писал, что доброжелательность и благоразумие составляли женскую красоту, возможно, это и стало причиной появления в иероглифе 佞 nìng ‘льстец; зло’ соответствующей графемы.

В иероглифе 娶 qǔ ‘взять в жены, жениться’ 女 nǚ ‘женщина’ является ключевым компонентом. Степень выраженности семантического признака 女 nǚ ‘женщина’ в иероглифах 佞 nìng ‘льстец; зло’ и 娶 qǔ ‘взять в жены, жениться’ разная, что говорит о разном влиянии семантики базовых элементов китайского языка на значение иероглифа.

Таким образом, появление графемы обусловлено не только фонетическим, но и семантическим фактором, материал исследования показывает разную степень выраженности признака, описываемого тем или иным компонентом иероглифа в значении цельной единицы. Салиентность свойств объекта находит отражение как в детерминативе иероглифического знака, так и в других его элементах.

В. Лукашевич

ОБРАЗЫ ДРАКОНА И ФЕНИКСА КАК ОТРАЖЕНИЕ ДАОССКОЙ КОНЦЕПЦИИ ИНЬ-ЯН

Дракон и феникс являются одними из наиболее широко распространенных образов в китайской культуре. Образ дракона символизирует мужское начало Ян, силу и авторитет. Феникс – это символ женского начала Инь, женственности, благородия. Даосская концепция Инь-Ян является центральной философской концепцией китайской цивилизации и занимает особое место в китайской культуре (Чжан Цзин, 2020).

Мужское начало дракона и женское начало феникса находят отражение во многих областях жизни китайского народа. Комбинация этих образов символизирует два взаимодополняющих образа, красоту и силу, гармонию Инь и Ян. Данные образы часто используют как символ счастливого брака. Отражение дракона и феникса как элементов Инь и Ян существует и в китайском языке и наиболее ярко выражается через китайские фразеологизмы чэнъюй (成语). В ходе исследования было проанализировано 79 чэнъюев, содержащих образы дракона и феникса, и выделено 6 основных групп их значений. Наиболее распространенной группой значений чэнъюев стало *описание процветающего императора и величественности императорского дворца* (25,5 %), например, *龙兴凤举 lóngxīngfèngjǔ* ‘о возвышении и процветании императора’. Вторыми по распространенности стали фразеологизмы, *описывающие красивую внешность, сильный характер и мелодичный голос человека* (20 %), например, *龙章凤姿 lóngzhāngfèngzī* ‘красавец, мудрец’, *龙眉凤目 lóngméifèngmù* ‘об очень красивой и благородной внешности’. Следующими по распространенности стали группы чэнъюев со значением *красивый стиль в каллиграфии* (16 %) и *изысканные блюда и деликатесы* (15,5 %). Например, *龙翔凤舞 lóngxiángfèngwǔ* ‘об исключительно красивом почерке; о небрежном скорописном почерке’, *龙肝凤髓 lónggānfèngsuǐ* ‘изысканные яства, деликатесы’. Группа чэнъюев со значением *талантливый человек* составила 11 %: *凤表笼姿 fèngbiǎolóngzī* ‘выдающийся и талантливый человек’. 6 % составляет группа фразеологизмов, означающих *счастливые взаимоотношения: 跨凤乘龙 kuàfèngchénglóng* ‘быть всегда и везде вместе; вместе жить, вместе летать’.

Исходя из анализа чэнъюев, можно сделать вывод, что взаимодействие образов дракона и феникса в фразеологизмах всегда несет в себе положительное значение. Наиболее часто встречаются чэнъюи, описывающие жизнь императора и императрицы. В значениях можно заметить гармоничное взаимодействие образов дракона и феникса, что действительно отражает концепцию Инь-Ян как на культурном, так и на языковом уровне.

А. Матиева

АРАБСКИЕ ЛЕКСИЧЕСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Языковое заимствование представляет собой процесс и результат восприятия и интеграцию в контактирующих языках единиц или явлений одного языка (языка-донора) в другой (язык-реципиент). При этом заимствование может затрагивать все уровни языка фонетический, морфологический,

лексический, синтаксический. Однако в наибольшей мере явление заимствования распространено в лексике. Лексика, являясь наиболее подвижным компонентом системы языка, находится в процессе постоянного изменения.

Словарный состав непрерывно обогащается и трансформируется, отражая тем самым изменения в общественной, экономической, культурной жизни коллектива его носителей. Подобные изменения в лексике могут возникать как в результате внутреннего развития системы языка, так и внешнего, иноязычного, влияния, т.е. заимствований. Пути проникновения заимствованной лексики могут быть как непосредственными – т.е. в результате прямых бытовых, торговых, культурных, военных контактов носителей языков, так и опосредованными, т.е. через третий язык, выступающий в качестве посредника между первыми двумя.

Турецкий язык относится к огузо-сельджукской подгруппе огузской группы тюркских языков. На протяжении нескольких веков турки пользовались арабским алфавитом. В процессе развития турецкий язык испытывал на себе сильное воздействие разносистемных языков, прежде всего арабского и персидского. В синтаксисе в значительной степени проявилось влияние арабского, так и персидского языка; например, появились словосочетания, построенные по типу арабского изафета с препозицией главного слова, сложные предложения с формальными средствами связи (артикли, союзы и т.д.).

Некоторые арабские лексические заимствования сохранились и в современном турецком языке. Большинство ранних заимствований относилось к мусульманской религиозной терминологии, сословной и социальной номенклатуре, научной и специальной терминологии.

Имя существительное стало самой многочисленной по количеству арабских корневых заимствований частью речи: *zafer* ‘победа’, *mütercim* ‘переводчик’, *nazar* ‘взгляд’, *zarar* ’вред’, *fikir* ‘мысль’, *şirket* ‘компания, общество, общность’, *maksat* ‘цель, намерение, желание’, *mahalle* ‘район’, *manzara* ‘пейзаж’, *mahkeme* ‘суд’, *mevsim* ’сезон’, *misafir* ‘гость’.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что большинство лексических единиц в турецком языке арабского происхождения заимствовались на определенную букву алфавита. Больше всего заимствований на букву «М», также турецкая лексика в литературном языке составляет до 70–80 %.

К. Морозова

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИЕРОГЛИФОВ-ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Иероглифы-прилагательные в китайском языке включают разные типы детерминативов. Среди исследуемого материала наиболее частотными смысловыми графемами являются 艹 ‘трава’, 舌 ‘язык’ и 氵 ‘вода’.

В иероглифе 薄 ключевой компонент 艹 ‘трава’, с помощью данного иероглифа можно описать самые разные признаки: тонкий, слабый, исто-

щенный, например: *薄纸* ‘тонкая бумага’, *薄酒* ‘слабое вино’, *薄田* ‘истощенная земля’, при этом в каждом из значений прослеживается семантическая связь с детерминативом, поскольку салиентными оказываются в каждом конкретном случае разные свойства объекта, репрезентированного детерминативом 艹.

В иероглифическом знаке 甜 ключевой компонент 舌 ‘язык’ указывает на релевантность соответствующего органа человека при описании результата действия (ощущение сладости). Примечательно, что данный иероглифический знак используется в значении ‘милый’ благодаря ключевой графеме, имеющей широкую семантику и процессам семантической деривации: *甜西瓜* ‘сладкий арбуз’, *甜句儿* ‘милая фраза’.

Смысловой компонент 青 ‘зеленый’ в иероглифическом знаке 静 указывает на салиентность этого признака при описании соответствующих объектов. Так, зеленый цвет символизирует гармонию, доброту, чистоту и свободу. Например: *静湖面* ‘спокойное озеро’, *静地方* ‘тихое место’.

В иероглифическом знаке 老 ключевой компонент 耂 ‘старость’ обозначает старого/дряхлого человека и по ассоциации с этим значением выражает идею старого, ветхого и т. п. Основное значение иероглифа – ‘старший’. В других значениях – ‘долговечный’ и ‘устаревший’: *老狗* ‘старый пес’, *老脾气* ‘врожденный характер’, *老儿子* ‘младший сын’. Однако не всегда можно точно определить значение, зачастую необходимы экстралингвистические данные и фоновые знания. Например, *老儿子* ‘младший сын’ является особым случаем. Истолкование как ‘старший сын’ оказывается неверным. *老儿子* обозначает самого младшего сына в данном поколении или же рожденного в старости от старых родителей.

Таким образом, анализ иероглифов-прилагательных показал, что ключ иероглифического знака, обозначающего какой-то признак, семантически по-разному отражает этому признак: релевантными становятся такие характеристики, как размер (глубина – вода), форма (трава – тонкий) и т.п.

А. Мымрикова

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИЕРОГЛИФОВ С СИНОНИМИЧНЫМ ЗНАЧЕНИЕМ

Различия между существующими в мире процессами, объектами и признаками приводит к отражению иероглифической системой не только областей, к которым могут относиться понятия, но и многочисленных их признаков, при этом различия фиксируются в том числе и в сфере иероглифов-синонимов. Смысловой компонент иероглифа – детерминатив, несмотря на общность значений, в ряду иероглифов-синонимов разный.

Анализ 44 синонимических рядов, состоящих из односложных (однокомпонентных) синонимов, показал, что среди рассматриваемых иероглифических рядов детерминатив сохраняется в 8, например, глаголы 拔 – 抽 – 拉 объединены общим значением ‘тянуть что-то в определенном направлении’, отраженном в детерминативе 扌 ‘рука’, прилагательные 冷 и 凉 объединены значением ‘холодный (о низкой температуре)’, и одинаковым детерминативом 冫 ‘лед’. У двух синонимических рядов ключ совпадает только в двух иероглифических единицах, например, синонимический ряд прилагательных 低 – 矮 – 短, объединенных значением ‘небольшой’, или синонимический ряд глаголов 摆 – 搁 – 放, объединенных значением ‘поместить что-то в определенное место’.

В 80 % проанализированных рядах иероглифов-синонимов детерминатив различен, например, синонимы 传 и 递 объединены значением ‘переходить от одного человека к другому’, однако их детерминативы отличаются друг от друга, как и у числительных 样 и 种, объединененных значением ‘вид, сорт’, или прилагательных 贫 и 穷, объединенных значением ‘бедный’ или ‘испытывающий нужду’.

Таким образом, анализ материала исследования показал, что в образовании синонимичных значений могут участвовать разные детерминативы, при этом полученные данные демонстрируют значительные расхождения относительно их выбора, что обусловлено различными экстралингвистическими основаниями.

Дж. О. Мырадова

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТВОРЧЕСТВА АРАБСКИХ ПОЭТОВ АНДАЛУСИИ

Актуальность данной работы обусловлена на происхождении и образовании поэзии в Андалусии. Арабский период в Андалусии эпоха широких и глубоких литературных взаимодействий условно называемых западной и восточной, точнее говоря, романской и арабской культур. Значительную роль в развитии арабской средневековой литературы сыграло население арабской Андалусии. За восемь столетий своего пребывания в Испании арабские завоеватели совместно с берберами и арабизированным местным испано-римским и вестготским населением сумели создать высокую культуру, выдвинувшую Андалусию в один ряд с наиболее развитыми областями арабского мира. Арабы пришли в Испанию во втором десятилетии VIII в. При поддержке североафриканских берберских племен они за три года (с 711 до 714 г.) завоевали большую часть Пиренейского полуострова.

Историю арабской литературы в Андалусии разделяется на три периода: время становления андалусской литературы (с VIII в. до конца X в.); время ее расцвета (XI – вторая половина XII в.) и время упадка (конец XII–XV в.).

Одним из самых известных жанров поэзии в Андалусии считается мувашшах, и оно возникла к концу IX века. Строфическая поэзия не была известна арабам Востока, и ее появление в Андалусии обычно связывают с влиянием романских народно-песенных традиций, привнесенных в поэзию арабизированным населением Испании. Стиль мувашшаха был уникальным по-своему, так как не только зародился благодаря испанскому литературному влиянию, но в свою очередь, согласно некоторым ученым-арабистам, имел обратное действие, повлияв на развитие строфического стиля испаноязычной поэзии. Каждая строфа мувашшаха состояла из куплета, включавшего несколько строк, рифмующихся между собой, но не рифмующихся со строками других строф, и куфли – припева – с несколькими строками, которые рифмуются или не рифмуются между собой, но обязательно рифмуются с соответствующими строками куфлей других строф. Обычно в полном мувашшахе было шесть припевов и пять куплетов. Форма мувашшаха использовалась во всех традиционных жанрах арабской поэзии, и они сочинялись как с соблюдением традиционных размеров арабской метрики, так и в силлабической метрике, характерной для испанской поэзии. Таким образом, проникнув в Испанию, арабская литература испытывала влияние новой среды: влияние чарующей красоты природы, а также национальной культуры различных этнических групп.

Е. Ризванова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА
(на материале классического романа «Сон в красном тереме»)

Фразеология признана одним из наиболее уникальных явлений китайского литературного языка. Проникая практически во все сферы жизни общества, фразеологические единицы на протяжении тысячелетий отражают культурные особенности китайской нации, ее устойчивые традиции и менталитет. Именно поэтому переводчикам необходимо разбираться и в вопросах фразеологии.

Принято считать, что наибольшую трудность, вместе с тем наибольший интерес представляет перевод поговорок 俗语 (Корнева, 2014). Поскольку большинство фразеологизмов берет свое начало в классической литературе, мы решили проанализировать несколько наиболее известных китайских поговорок из классического романа «Сон в красном тереме» в переводе В. Панасюка. Результаты нашей работы отражены в следующей таблице.

Способы перевода фразеологических единиц 俗语

Фразеологическая единица 俗语	Перевод	Способ перевода
万两黄金容易得，知心一个也*难求。*	‘Проще раздобыть десять тысяч лянов серебра, чем найти одного верного друга’	Дословный
千里搭*长棚，没有个不散的筵席。*	‘Даже под навесом в тысячу ли пир кончается’	Дословный
任凭弱水三千，我只取一瓢*饮！*	‘Пусть будет хоть три тысячи озер со стоячей водой, мне достаточно одного ковша, чтобы напиться’	Дословный
得*饶人处且饶人，得将就的就省事。*	‘Если можно, надо простить человека – меньше хлопот’	Дословный
机关算尽太*聪明，反算了卿卿性命。*	‘Когда все нервы, силы – до предела – // Подчинены лишь разуму – и только, // Судьба идет наперекор удачам, // И от ума не радостно, а горько!’	Поэтический
天下无*难事，只怕有心人。*	‘Терпенье и труд все перетрут’	Функциональная замена
不*经一事，不长一智。*	‘Со стороны виднее’	Функциональная замена
丈八的灯台，照*见人家，照不见自家。*	‘[Баоюй] он как фонарь на длинном шесте, на других светит, а сам в темноте [думает, все плохие, один он хороший]’	Дословный перевод в сочетании с описательным
身后有*馀忘缩手，眼前无路想回头。*	‘Раз от благ земных и после смерти // отрешиться люди не хотят, – // То, когда пути глаза не видят, // взгляд разумно обратить назад’	Поэтический
人居两地，情*发一心。*	‘Можно находиться в разных местах, но одинаково чувствовать’	Дословный

Таким образом, мы можем заметить, что для перевода китайских поговорок, кроме часто используемых способов – дословного перевода (55 %), описательного перевода (5 %) и функциональной замены (20 %) (Щичко, 2004) – в данном романе наблюдается и поэтический перевод (20 %) (Сорокин, 2003). Преобладание дословного перевода можно объяснить стремлением переводчика передать специфику мышления китайской нации, уникальность китайских культурных реалий, таких, например, как меры длины и денежные единицы, а также сохранить прием гиперболизации, позволяющий выразить глубину и силу чувств персонажей романа.

Е. Романовская

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ТУРЦИИ В ОБЛАСТИ ЗАИМСТВОВАНИЙ

После провозглашения Турецкой Народной Республики 29 октября 1923 г. правительство молодого государства начало политику преобразования во всех сферах жизни страны. Наиболее важным и срочным стал языковой вопрос. На протяжении всего существования Османской империи, культура правящих классов в Турции основывалась на изучении арабского и персидского языков. Первый был языком богословия и права, второй – языком художественной литературы. До Младотурецкой Революции 1908 г. язык литературы и прессы был почти полностью заполнен словами арабского и персидского происхождения (около 70 %). Такое сильное языковое влияние на османский язык вызывало трудности при чтении и письме. Это отражалось на грамотности простого населения, которое просто не могло освоить сложную арабскую вязь, а в устной речи пользовалось исконно турецкими словами.

Первым этапом в языковой реформе стала замена арабской вязи на латинский алфавит, а также переход с арабских цифр на их западные эквиваленты. Кроме этого, Турецкое лингвистическое общество, основанное М. К. Ататюрком, ставило перед собой принципиальную задачу: очистить турецкий язык от многочисленных арабских и персидских грамматических конструкций, а также некоторых лексических единиц. Предполагалось, что всем арабским и персидским заимствованиям будут найдены турецкие эквиваленты: *rezil – ayıp* ‘позорный’, *zeki – akıllı* ‘умный’, *paşa – general* ‘генерал’ и др. Турецкому правительству удалось частично заменить арабские и персидские слова турецкими эквивалентами, однако некоторые из них все же сохранились в языке: *edebiyat* ‘литература’, *fikir* ‘мысль’, *teşekkür* ‘благодарность’ и др.

Однако стремление правительства молодой республики к европеизации, тесное сотрудничество с передовыми странами Старого Света привело к проникновению новых слов из европейских языков. Английские и немецкие заимствования появляются главным образом в конце XIX в. и используются в специальных областях: современная морская техника, спорт и некоторые другие: *hentbo – handbal* ‘гандбол’, *boks – box* ‘бокс’, *hokey – hockey* ‘хоккей’. Французские используют в сфере культуры, искусства, техники и кино: *patron* ‘начальник’, *plaj* ‘пляж’, *flüt* ‘флейта’.

Продолжающаяся экспансия инокультурных ценностей, влияние западной культуры, роль Турецкой Республики на мировой политической и экономической арене являются причинами проникновения иностранных слов в турецкий язык. Однако не стоит забывать, что заимствования являются нормальным явлением. Это показатель того, что страна, нация, культура и язык продолжают развиваться.

Д. Рябко

РОЛЬ КООРДИНАЦИОННОГО БЮРО ПО АРАБИЗАЦИИ В РАСПРОСТРАНЕНИИ И РАЗВИТИИ АРАБСКОГО ЯЗЫКА

Одним из важных факторов распространения арабского языка в наши дни можно упомянуть ислам как религию, при принятии которой человек обязан знать литературный арабский язык для чтения Корана, а также правильной молитвы. Мы считаем, что именно этот фактор является основополагающей причиной распространения арабского языка.

Работа Координационного бюро по арабизации в сфере распространении арабского языка не сравнима с работой, проделанной Праведными халифами, но играет важную роль для арабского языка в современном мире. Бюро было создано в 1961 году по инициативе Организации Лиги арабских государств по вопросам образования, культуры и науки (ALESKO). Штаб-квартира располагается в Рабате, Марокко.

Создание данного органа было необходимо, поскольку в те годы в арабском языке наблюдалось отсутствие специальных терминов почти во всех технических сферах: возобновляемой энергии, электронной и водной инженерии, автомобильной промышленности, строительства и т.п. Из-за этого одной из основных целей нового органа стал подбор эквивалентной лексики, английским/немецким/французским терминам. На данный момент ученые Бюро в сотрудничестве с европейскими коллегами опубликовали около 100 технических словарей для различных отраслей.

Примечательно также то, что с начала XXI века сотрудники Бюро занялись разработкой онлайн-словаря, который является бесплатным, а также включает в себя лексику основных современных технических отраслей. Слова в нем представлены на 4 языках: французском, немецком, английском и арабском.

С лингвистической точки зрения Координационное бюро решает острый в наши дни вопрос заимствования специальной лексики. Словарное разнообразие арабского языка позволяет комиссии координационного бюро подобрать исконно арабский эквивалент. Конечно же это оказывает влияние на распространение арабского языка, как чистого и независимого.

Итак, Координационное бюро играет одну из ключевых ролей в развитии арабского языка в наше время. Мы не осмелимся сказать, что благодаря работе данного органа арабский язык распространяется географически, но из-за работы сотрудников язык сохраняет свою оригинальность и своеобразие, в то же время идя в ногу с непрестанным развитием технологий и сопутствующей потребности в новых терминах.

А. Пинчук

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ТЕКСТОВ МЕНЮ
(на материале китайского и русского языков)

Каждой стране присуща определенная, специфичная гастрономическая картина мира, которая находит свое отображение через различные аспекты кулинаронимов.

Как показал анализ названий блюд из ресторанов «Шанхай», «Юшан» и «Сезоны» в кулинаронимах используются иероглифы, указывающие на следующие семантические характеристики:

- особый способ обработки пищевого сырья (*拔丝苹果* ‘фрукты, жаренные в карамели’ содержит *拔丝* ‘сваренный в сахаре’);
- название посуды, с помощью которой было приготовлено блюдо (*干锅牛腩* ‘жареная говядина’ содержит *锅* ‘котелок’);
- цвет готового блюда (*红烧大虾* ‘тигровые креветки в панцире в имбирно-чесночном соусе’ содержит *红* ‘красный’).

В последнее время наблюдается особый интерес к китайской культуре и, соответственно, к китайской кухне. Как следствие, появляется всё больше и больше ресторанов, специализирующихся на данной кухне. Однако при переводе наименований блюд на китайский язык встречаются определенные трудности, которые обусловлены различием гастрономических картин мира.

Например, в ходе анализа передачи кулинаронимов китайского языка на русский в ресторане «Сезоны» было выявлено, что основными способами являются:

- калькирование (*西红柿鸡蛋汤* ‘суп с помидорами и яйцом’);
- перевод с помощью эквивалентов (*八爪鱼* ‘осьминог’, *土豆* ‘картофель’);
- опущение (*羊肉卷* ‘баранина’ было опущено слово *卷* ‘завиток’);
- сочетание опущения и расширения (*椒麻鹌鹑* ‘перепел с кунжутным маслом в остром соусе’ было опущено слово *椒麻* ‘онеметь’ и добавлено ‘кунжутное масло’).

Таким образом, кулинаронимы в китайском языке обладают этнокультурными характеристиками, которые находят отражение в названии в виде особого способа обработки пищевого сырья, названия посуды, цвета блюда и т.п. При передаче на русский язык этнокультурная специфика не всегда сохраняется, что выражается через опущение какой-либо части кулинаронима либо расширения, сочетание опущения и расширения, что позволяет подчеркнуть и указать на оригинальность и особенность гастрономической картины Китая.

А. Савинич

АНГЛИЦИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ КИТАЙСКОМ ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГЕ

В современном Китае идет активное использование иностранных слов в повседневной жизни (Bolton, Botha, Zhang, 2015). Особенно активен этот процесс в молодежной среде. Это объясняется несколькими причинами: во-первых, глобализация, расширение контактов с другими странами; во-вторых, стремление китайской молодежи изучать английский язык. В последнее время в китайскоязычном коммуникативном пространстве Интернета можно выделить несколько тенденций.

1. Увеличение фонетически заимствованных слов из английского языка. Молодые люди предпочитают заменять кальки на звуковые заимствования, сохраняющие эффект новизны и удобства. Примерами могут служить слова *爱豆 àidòu* ‘идол’ (англ. *idol*), что довольно часто заменяет кальку ***偶像*** *ǒuxiàng*, ***伊妹儿*** *yīmèir* ‘электронное письмо’ (англ. *email*) – *电子邮件 diànzǐ yóujiàn* (Озимчук, Сидорова, 2014).

2. Стяжение многосложных заимствованных слов, заключающееся в выпадении из многосложного слова или терминологических словосочетаний значимых компонентов. Например, *电子邮件 diànzǐ yóujiàn* ‘электронное письмо’ – *电邮 diànyóu*; ***网上银行*** *wǎngshàng yínháng* ‘интернет-банкинг’ – ***网银*** *wǎngyín*. Это объясняется стремлением коммуникантов к увеличению скорости обмена информацией.

3. Широко распространены аббревиатуры английских лексических единиц, образованные из начальных букв слов или словосочетаний: WWW (World Wide Web), DIY (Do It Yourself). Используются и сокращения путем замены слога или целого слова созвучной цифрой или буквой, например, *4U (for you)* ‘для тебя’, *B4 (before)* ‘раньше’.

4. При написании фонетически заимствованных слов и словосочетаний специально используются не первоначальные переводные иероглифы, а фонетически и семантически схожие с ними единицы с особой эмоциональной окраской. Такое образование созвучий с иностранными словами является языковой игрой, иероглифы в сумме дают юмористичное по лексическому значению сочетание. В частности, ***血拼*** *xuèpīn* ‘кровавое сражение’ от англ. *shopping* ‘шоппинг’; *爱老虎**油*** *àilǎohǔyóu* ‘люблю жир тигра’ от англ. *I love you* ‘я люблю тебя’; *马杀鸡 mǎshājī* ‘лошадь убивает курицу’ от англ. *massage* ‘массаж’; ***狗***带 *gǒudài* ‘собачий ремешок’ от англ. *go die* ‘иди умри’ (Словарь китайского интернет-сленга онлайн).

В лексической системе современного китайского языка происходят изменения, вызванные адаптацией к современным потребностям общества. Некоторые слова, изначально появившись в молодежном сленге, могут войти в повседневное использование. Многие же попадут в разряд архаичной лексики, а на их место придут новые лексемы.

А. Сачковский

ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКИХ СОКРАЩЕНИЙ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В китайском языке существует большое количество разнообразных сокращений и аббревиатур. Современная политическая аббревиация в языке начала формироваться в первой половине XX века вместе с появлением сокращений в европейских языках. Появление сокращений в китайском языке было связано с появлением новых организаций и партий. Сокращения в китайском языке обычно относят к следующим группам: 简称 (сокращение, аббревиатура) и合成 (составной термин) и их модели (Семенас, 2005).

В результате проведенного анализа 52 единиц политической лексики (а именно названий партий, ведомств, правительственных структур, политических объектов) было выявлено, что наиболее частотным является тип сокращения 简称 (таблица).

Модели политических сокращений

Тип	Кол-во единиц	Модель	Пример
简称	6	Соединение второго слога первого компонента и первого слога второго компонента (первая модель)	1. 武警(民武装警察部队) ‘Народная вооруженная милиция Китая’
	9	Соединение первого слога первого компонента и второго слога второго компонента (вторая модель)	2. 外长 (外交 + 部长) ‘Министр иностранных дел’
	14	Соединение первого слога первого компонента и первого слога второго компонента (третья модель)	3. 中共(中国共产党) ‘Коммунистическая партия Китая’
	4	Соединение второго слога первого компонента и второго слога второго компонента (четвертая модель)	4. 侨务 (华侨事务) ‘Дела эмигрантов’
合成	23	Объединение двух видовых компонентов при одном общем видовом (первая модель)	1. 监察民政部=监察部 +民政部 ‘Министерство по надзору и гражданским делам’
	4	Объединение слов по равноправному типу связи (вторая модель)	2. 亚非拉 = 亚洲、非洲、拉丁州 ‘Азия, Африка, Латинская Америка’

Таким образом, большинство китайских политических аббревиатур образуется по моделям, а именно *соединения первого слога первого компонента* (简称) и *объединения двух видовых компонентов при одном общем видовом* (合成). Употребление аббревиатур намного облегчает функционирование и использование политической лексики в китайском языке.

А. Слепцова

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗВУКОПОДРАЖАНИЙ ГОЛОСАМ ЖИВОТНЫХ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Фонологическая система каждого языка накладывает свой отпечаток на восприятие носителями этого языка звуковых явлений, однако ономатопеическая лексика лишь отчасти объясняется различием фонологических систем. Теория звукоподражания выдвинута в III в. до н.э. стоиками, утверждавшими отприродную связь между звучанием и значением слова (Большая российская энциклопедия, 2000). Мы сравнили звукоподражания голосам животных в следующей таблице.

Сравнение звукоподражаний голосам животных
в русском и китайском языках

Животное	Звук в русском языке	Звук в китайском языке
Кот	*Мяу-мяу*	*喵喵 miāomiāo, 咪呜 mīwū*
Собака	*Гав-гав, ав-ав*	*汪汪 wāngwāng*
Змея	*Шшш*	*咝咝 sīsī*
Свинья	*Хрю-хрю*	*哼哼 hēnghēng*
Конь	*И-го-го*	*潇潇 xiāoxiāo*
Корова	*Му-у*	*哞哞 mōumōu*
Лягушка	*Ква-ква*	*呱呱 guāguā, 合合 gégé, 和和 héhé*
Курица	*Ко-ко-ко, куд-куда*	*喔喔 wòwò, 咯咯哒 gēgēdā*
Пчела	*Жжжж*	*嗡嗡 wéngwéng*

В результате проведенного анализа выделены следующие тенденции:

1) в обоих языках существуют фонетически похожие звукоподражания, например, овца – *ме-е* и *咩 (miē)*, гусь – *га-га* и *嘎嘎 (gāgā)*, змея – *шшш* и *咝咝 (sīsī)*;

2) в китайском языке часто встречается несколько вариантов для обозначения звука одного животного, например, кот – *喵喵 (miāomiāo)*, *咪呜 (mīwū)*, лягушка – *呱呱 (guāguā)*, *合合 (gégé)*, *和和 (héhé)*, курица – *喔喔 (wòwò)*, *咯咯哒 (gēgēdā)*;

3) в русском языке чаще всего встречаются звукоподражания голосам домашних животных (свинья – *хрю-хрю*, корова – *му-у*) и птиц (курица – *ко-ко-ко*, *куд-куда*, гусь – *га-га-га*);

4) в китайском языке встречаются звукоподражания голосам животных и птиц, аналогов которым не существует в русском языке, например, олень – *咿呦 (yīyōu)*, обезьяна – *啾啾 (jiūjiū)*, иволга – *呖呖 (lìlì)*, лебедь – *鹄鹄 (húhú)*;

5) в китайском языке существует обобщенное звукоподражание всем голосам животных – *历鹿 (lìlù)*.

Проанализировав звукоподражания в русском и китайском языках, можно сделать вывод, что в обоих случаях чаще используются звуки, которые в речи ребенка появляются первыми (гласные, губные и заднеязычные звуки), теория звукоподражания объясняет его природу, звукоподражание в китайском языке представлено более широким рядом лексем.

А. Сурма

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ВЫСТУПЛЕНИЯ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ КНР СИ ЦЗИНЬПИНА НА ГЛОБАЛЬНОМ САММИТЕ ЖЕНЩИН

Выступления председателя КНР Си Цзиньпина специфичны не только с точки зрения смыслового содержания, но и относительного лингвистического наполнения. Анализ представленного текста показал, что исторически сложившиеся особенности в области положения женщин в обществе коренным образом не изменились в китайском обществе. Это важно учитывать при переводе выступления Си Цзиньпина на другие языки, поскольку в задачи переводчика входит максимально точно донести информацию, не упустив важные лингвокультурологические элементы.

Лексической особенностью китайского языка является само слово **男女平等** nánnǚ píngděng ‘равноправие мужчин и женщин’. В китайском языке есть слово **性**别 xìngbié ‘гендер’, от которого образуется сочетание **性**别平等 xìngbié píngděng ‘гендерное равноправие’, однако в выступлениях политиков и лидеров Китая, в научных трудах и публицистических текстах чаще употребляется термин **男女平等** nánnǚ píngděng, что дословно переводится как ‘равноправие мужчин и женщин’, при этом салиентным является именно компонент **男女** nánnǚ ‘мужчины и женщины’, отражающий конкретных субъектов. Важно отметить, что значимость мужчины находит отражение путем определенного порядка следования компонентов **男女** nánnǚ ‘мужчины и женщины’, именно **男** nán ‘мужчина’ является первоочередным.

Переводчику также следует использовать те термины, которые являются частоупотребимыми, ведь применение редких и неактуальных выражений вызывает сомнение относительно прагматики их функционирования, например, **家庭暴力** jiātíng bàolì ‘домашнее насилие’, термин ‘семейное насилие’ также является словарным эквивалентом, но он вовсе не актуален.

Таким образом, переводчику необходимо понимать, где происходит выступление, при каких обстоятельствах и с каким посылом. Важно разбираться в сфере перевода, не просто механически переводить, а разбираться, понимать ситуацию, владеть фоновыми экстралингвистическими знаниями.

В. Тимохоцев

К ВОПРОСУ О СЛОЖНОСТЯХ ТРАНСКРИБИРОВАНИЯ НЕКОТОРЫХ ЗВУКОСОЧЕТАНИЙ РУССКОГО ЯЗЫКА ЯПОНСКОЙ АЗБУКОЙ КАТАКАНА

Среди отличий систем русского (РЯ) и японского (ЯЯ) языков, важных для понимания сущности заданной темы, можно указать: 1) разницу в звуковых составах; 2) отсутствие в ЯЯ силового ударения; 3) качественное различие систем письменности. Вопрос затрагивает особенности функционирования слоговой азбуки катакана, одной из задач которой является запись слов неяпонского происхождения. В частности, нас интересует ее использование для создания транскрипции к словам РЯ в понятной и привычной для японца графической оболочке.

Трудности транскрибирования связаны с разницей количества и качества звуков: по некоторым оценкам, японская азбука содержит 46 слогов и 22 звука, РЯ – 33 буквы и 42 звука. Нужно учитывать, что система ЯЯ практически не допускает стечения согласных и оперирует морами.

Мы заинтересовались следующими вопросами: 1) существуют ли закономерности в транскрипциях; 2) если таковые есть, то какие комбинации символов употребляются стабильно; 3) каковы возможные причины такого выбора знаков. В качестве первичного материала исследования был взят разговорник для японцев, не изучающих РЯ или же владеющих им в недостаточной степени: в иных случаях транскрипция азбукой будет отсутствовать. Мы отметили следующие явления: 1) использование знака долготы «ー» для передачи силового ударения РЯ: ヴラーチ ‘врач’; 2) «вынужденная» редукция гласного, вероятно, для сохранения и передачи качества согласного РЯ: スヴェートゥルィ ‘светлый’, リヴァリューツィヤ ‘революция’; 3) транскрибирование русского «е» зависит от его позиции в слове: イッショー ‘еще’, ィエーハチ ‘ехать’; 4) есть некоторые закономерности в записи гласного «ы»: パスィールカ ‘посылка’, トゥィークヴァ ‘тыква’, スムイスル ‘смысл’.

Многие комбинации сложно уверенно отнести к стабильным, однако просматривается некоторый набор частотных сочетаний (так, «ы» = ウ +イ). Также присутствуют закономерности, связанные с целевой редукцией гласных в морах для более полного приближения звучания слова при произнесении к оригиналу. Заметная вариативность способов записи сочетаний

со звуками [й], [ы], [е] позволяет предположить, что такие слова являются проблемными. К подобным сложным сочетаниям звуков также можно отнести стечения согласных – например, на конце слова с присоединением полугласного [й] или гласного [ы].

О. Томилова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПРЕЦЕДЕНТНЫХ ИМЕН С КИТАЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

В контексте перевода с китайского на русский язык национальные прецедентные имена (ПИ) представляют большой интерес для переводчиков, так как их привязанность к национальному контексту создает дополнительные сложности при переводе.

Существуют различные варианты перевода ПИ в зависимости от жанровой разновидности текста, значимости прецедента в контексте, характера самого прецедентного феномена, его места в лексических системах, словообразовательных возможностей языков и реципиента перевода.

Так в кинодискурсе, когда отсутствует возможность привести пояснения, может использоваться уподобляющий перевод. Например, в одной из сцен фильма гонконгского режиссера Стивена Чоу «Разборки в стиле кун-фу» («功夫 Gōngfū») ПИ 杨过 Yángguò и 小龙女Xiǎolóng nǚ (Ян Го и Сяо Луннюй, легендарные мастера кун-фу) были переведены как «Парис и Елена Троянские» в связи с отсутствием широкой известности этих персонажей за пределами Китая.

В китайском политическом дискурсе переводчик не может воспользоваться приемом замены, чтобы избежать потери национального характера текста. В то же время использование приемов транскрипции и калькирования может привести к осложнению понимания реципиентом, поэтому при переводе текстов политического дискурса часто используется разъяснительный перевод или прием транскрипции с добавлением пояснений.

Например, перевод ПИ Адоу, отсылающего к одному из героев романа «Троецарствие», в китайскоязычных СМИ зависит от значений данной лексической единицы и контекста. Значение ‘бесперспективный, беспомощный’ передано следующим образом: 长此以往， 国企就是患了软骨病的阿斗，永远扶不起来。Chángcǐyǐwǎng, guóqǐ jiùshì huànle ruǎngǔ bìng de ādǒu, yǒngyuǎn fú bù qǐlái. (*Если так дело пойдет, госпредприятия останутся мягкотелым Адоу, которому никогда не подняться.*). Также можно встретить значение «руководитель, лишенный реальной власти»: 第五代不是阿斗。Dì wǔ dài bùshì ādǒu. (*Представитель пятого поколения руководителей КНР Си Цзиньпин не Адоу*.).

Таким образом, границы вариативности подбора переводных эквивалентов ПИ зависят не только от жанра, но и от стилистики текста. Переводчику необходимо учитывать при передаче ПИ как экстралингвистические факторы, так и прагматические особенности.

Х. Халмедов

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТВОРЧЕСТВА СИРИЙСКОГО ПОЭТА НИЗАР КАББАНИ

Творчество поэта Низара Каббани представляет собой необыкновенный пример единства поэзии и судьбы. Сама судьба сирийского поэта становится символом времени и обретает обобщающий смысл. Его творчество интересно с точки зрения наблюдателя за событиями в арабском мире в течение многих лет.

Многообразная и многослойная поэзия Низара Каббани всегда привлекала внимание. Более сорока пяти лет он создавал свою собственную поэтическую школу, которая пополняет свои ряды талантами нового поколения арабских поэтов. Простота языка, богатство мелодий и новизна стиля лирики – это те факторы, которые способствовали популярности незаурядного сирийского поэта.

Материалом исследования послужил оригинальный сборник Низара Каббани «Сто любовных писем», изданный в 1970 году в Бейруте, а также ряд политических стихотворений, написанных поэтом. Актуальность данной темы обусловлена возрастающим интересом к изучению творчества представителей современной арабской литературы, которые в произведениях выражают свое отношение к действительности, затрагивают острые наболевшие темы.

Низар Каббани получил широкую известность в арабском мире благодаря как лирическим стихам и поэмам, где он большое внимание уделял воспеванию женщины, так и произведениям патриотического содержания. Первые стихи Каббани пишет, используя классические формы арабской поэзии, но затем он перешел к свободным стихам, став, таким образом, один из основателей современной арабской поэзии. Стихи Каббани, по большей части, написаны простым языком, часто отражают реалии сирийского языка, современных Каббани. В общей сложности за свою жизнь Каббани опубликовал 35 сборников стихов.

В арабской «свободной поэзии» есть и рифма, и размер, но ее представители уже не придерживаются довольно строгих и сложных канонов домодернистской арабской поэзии.

П. Ходасевич

ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ АББРЕВИАТУР С ЦИФРАМИ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Язык не статичен: постоянно исчезают старые понятия и появляются новые. Тенденции социальной мобильности в современном обществе и повышенный темп жизни позволяют сокращениям и аббревиатурам проникать во все сферы нашей жизни и, следовательно, в язык.

Выделяется несколько причин появления аббревиатур, имеющих в своем составе цифры: 1) краткость – использование многосложных слов затрудняет как устную, так и письменную коммуникацию, что снижает ее эффективность; 2) специфика развития китайского языка – тенденция перехода от односложных к двухсложным словам.

Аббревиатуры с цифрами наиболее часто встречаются в общественно-политической сфере китайского языка. Анализ 20 единиц показал, что наибольшей продуктивностью обладают модели, имеющие первым компонентом числительные **两、双** ‘два, оба’, **三** ‘три’, **四** ‘четыре’, **五** ‘пять’ (Семенас, 2005), что отражено в следующей таблице.

Примеры аббревиатур с числительными *два*, *три*, *четыре*, *пять*

双、两	**三**	**四**	**五**
双方 ‘две стороны’ **两国** ’две (обе) страны’	**三**军 ‘три рода войск’ (армия, флот, авиация） **三同** ‘трое вместе’	**四同** ‘четверо вместе’ (имеется в виду совместный труд, учеба, проживание)	**五保**户 ‘лица, входящие в систему пять обеспечений’ **五**业 ‘пять отраслей’ (земледелие, лесное хозяйство, животноводство, подсобный промысел и рыбное хозяйство)

При употреблении аббревиатур с цифрами следует:

1) учитывать актуальность их использования: в результате развития языка появилось множество аббревиатур с цифрами, однако многие из них на данный момент вышли из активного употребления;

2) ограничивать количество употребления аббревиатур в речи: зачастую официальные случаи требуют торжественности, поэтому иногда лучше воздержаться от чрезмерного использования аббревиатур;

3) употреблять реально существующие аббревиатуры, составленные по четким правилам;

4) отбирать для коммуникации аббревиатуры, уместные в данной сфере употребления. Вследствие того, что терминология разных отраслей отличается, использование некоторых аббревиатур может вызвать непонимание со стороны слушателя.

Таким образом, аббревиатуры с цифрами непрерывно появляются в языке. Из-за своей лаконичности они быстро принимаются обществом, однако имеют свою специфику использования, которые необходимо учитывать при осуществлении коммуникации.

Е. Холяво

ВЛИЯНИЕ ПРОБЛЕМЫ КОРОНАВИРУСНОЙ ИНФЕКЦИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГА

Проблема коронавирусной инфекции, возникшая в 2020 году, является предметом обсуждения в рамках всех общественных групп, что создало благоприятную среду для возникновения новых языковых явлений, лексических единиц в различных формах существования языка (в первую очередь в молодежном жаргоне и интернет-сленге).

Основным способом снижения риска заражения коронавирусной инфекцией является использование веб-пространства в качестве универсальной платформы. Лексическая единица **云** ‘облачные вычисления’ (предоставление вычислительных служб через Интернет («облако»)) стала одним из самых часто встречающихся составных элементов популярных в 2020 году слов и новых сленговых единиц. Приведем примеры.

1. **云**监工 ‘онлайн-надсмотрщик, дистанционный прораб’. Сленговая единица возникла при строительстве больниц **火神山医院** и **雷神山医院** в Ухане для профилактики и лечения инфекционных заболеваний. Количество онлайн-наблюдателей достигло 10 миллионов.

2. **云医**疗 ‘облачная медицина’. Посещение врачебных консультаций в интернет-больницах и на онлайн-платформах. Согласно статистическим данным в период предотвращения эпидемии количество проведения диагностики и лечения через Интернет увеличились в 20 раз по сравнению с тем же периодом прошлого года.

3. **云会展** ‘облачная выставка’. Из-за ограничений по посещению массовых мероприятий, компании начали проводить торговые онлайн-выставки через специальные приложения.

4. **云**课堂 ‘облачный класс’. Обучение в режиме онлайн. Учебным заведениям не нужно приобретать какое-либо оборудование и программное обеспечение. Используются технические услуги интерактивной прямой трансляции, высококачественное синхронное и асинхронное обучение.

5. 逆行者 ‘никому не известный человек, рискующий своей жизнью ради других’, ‘человек, завоевавший всеобщее уважение’. В 2020 году термин стал использоваться для называния врачей, работающих в период карантина, вследствие сложившейся эпидемической ситуации.

6. 不约而同 ‘принятие решения без предварительной консультации’. Из-за введения карантинных мер чэньюй приобрел новое значение: ‘отказ от свиданий и собраний стал обычным правилом, которому должны следовать все’.

Таким образом, проблему коронавирусной инфекции нужно отнести к глобальным социальным факторам, влияющим на обогащение интернет-лексики, формирование новых сленговых единиц, появление смысловых интерпретаций уже существующих слов.

Е. Якубецкая

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ВЫСТУПЛЕНИЯ СИ ЦЗИНЬПИНА НА 73 АССАМБЛЕЕ ВОЗ О COVID-19

Перевод политических текстов с китайского на английский язык представляет собой определенные трудности. Специфика перевода в данном случае связана как с лексическими, так и с грамматическими, синтаксическими, стилистическими особенностями.

Анализ перевода выступления председателя КНР Си Цзиньпина на 73 ассамблее ВОЗ о COVID-19 показал, что широко использованы лексические трансформации: семантическая замена (*各位代表* ‘Dear Delegates’), конкретизация (*现在* ‘Even as we meet’), генерализация (*资金投入* ‘financial support’), опущение (*打赢疫情阻击战* ‘defeat the virus’).

В области грамматики происходит: 1) замена активного залога пассивным (*防控仍需努力* ‘…more must be done to bring it under control’), обусловленная особенностями формального стиля английского языка; 2) добавление модального глагола (*全力搞好疫情防控* ‘…we must do everything we can for COVID-19 control and treatment’).

Наиболее частотными синтаксическими трансформациями являются: перестановки главных и второстепенных членов предложения (*要加强国际宏观经济政策协调* ‘international macroeconomic policy coordination should be stepped up’), членение предложений (*我们要坚持以民为本、生命至上，*

科学调配医疗力量和重要物资，在防护、隔离、检测、救治、追踪等重要领域采取有力举措，尽快遏制疫情在全球蔓延态势，尽力阻止疫情跨境传播。
‘We must always put the people first, for nothing in the world is more precious than people’s lives. We need to deploy medical expertise and critical supplies to places where they are needed the most. We need to take strong steps in such key areas as prevention, quarantine, detection, treatment and tracing. We need to move as fast as we can to curb the global spread of the virus and do our best to stem cross-border transmission’).

Стилистика поддерживается с помощью таких приемов, как усиление значения (*疫情还在蔓延* ‘…the virus is still raging’) и нейтрализация (*中国始终秉持* ‘China stands for’).

Таким образом, при переводе выступления Си Цзиньпина на английский язык переводчик использует трансформации различного характера, при этом отмечается неизбежное одновременное использование нескольких приемов для более точной передачи идей председателя КНР Си Цзиньпина.

СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

А. Ващук

СПЕЦИФИКА НОВОЙ МЕДИЦИНСКОЙ ЛЕКСИКИ В АНГЛИЙСКОМ И ИТАЛЬЯНСКОМ ЯЗЫКАХ

Сфера медицины всегда была самой быстро развивающейся областью, в которой постоянно осуществляются научные исследования, разработки новых лекарств и способов лечения, что влечет за собой появление новых имен для этих явлений. Чтобы проследить неологические тенденции в медицинской терминологии, из словарей «WordSpy» и «El Antenario» были отобраны и разделены на лексико-семантические группы 50 английских и 50 испанских неологизмов. В результате исследования в обоих языках были обнаружены 3 тождественные лексико-семантические группы: *Coronavirus* и *Covid-19* ‘коронавирус’, *Diseases* и *Enfermedades* ‘заболевания’, *Medical practices and substances*/*Prácticas e sustancias médicas* ‘медицинские практики и вещества’.

Некоторые из выделенных групп довольно однородны по содержанию: так, в группах *Coronavirus/Covid-19* описываются схожие явления, связанные с коронавирусом. Однако среди испанских неологизмов преобладают наименования, заимствованные из английского полностью или частично: *emergencia – emergency* ‘неотложная медицинская помощь’, *gel antibacterial – antibacterial gel* ‘антибактериальный гель’, *covidiot* (одинаково в английском и испанском) ‘тот, кто игнорирует предупреждения относительно общественного здоровья или безопасности’.

В группе *Diseases* и *Enfermedades* активно представлены неологизмы, образованные морфологическим путем (при помощи словосложения и слияния): *chemofog* ‘потеря памяти и снижение умственного функционирования после химиотерапии’, *Síndrome de Gilles de la Tourette* ‘синдром Туретта’.

В третьей группе, называющей виды медицинских практик и используемых в медицине веществ (*Medical practices & substances/Prácticas e Sustancias médicas),* также наблюдается много англицизмов (полных, частично адаптированных и частично калькированных): *Sérum/Serum* ‘косметический продукт, состоящий, как правило, из водного раствора с высокой концентрацией активных ингредиентов, выполняющих определенную функцию, особенно восстанавливающую или антивозрастную’, *Superalimento/Superfood* ‘пища, богатая витаминами, клетчаткой, минералами и другими питательными веществами, которые считаются особенно полезными для здоровья’, *antirretroviral/antiretroviral* ‘то, что действует против ретровирусов’.

Таким образом, в сфере новой медицинской терминологии английский часто оказывается языком-источником, а испанский – языком-реципиентом. Медицинская терминология в английских и испанских языках обладает силь-

ным словообразовательным потенциалом: неологизмы активно употребляются и создаются, так как каждый год появляются новые медицинские практики и новые болезни.

Д. Волкова

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА РИТУАЛЬНОГО ЖАНРА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (на материале рождественского обращения Елизаветы II 2020 г.)

Рождественские обращения политического лидера страны играют немаловажную роль в репрезентации державы на мировой арене. За свою полувековую историю существования рождественских видеообращений и их неотъемлемое присутствие в жизни современного общества их лингвокультурные особенности остаются не до конца изученными, обосновывая актуальность темы исследования. Проанализируем обращение 2020 года королевы Елизаветы II, в котором можно выделить следующие смысловые блоки.

1. Роль Рождества: *Every year we herald the coming of Christmas by turning on the lights. And light does more than create a festive mood – light brings hope.* ‘Каждый год, зажигая свет, мы возвещаем о наступлении Рождества. И свет не просто создает праздничное настроение – свет приносит надежду’.

2. Идеи единства: *Remarkably, a year that has necessarily kept people apart has, in many ways, brought us closer.* ‘Как ни удивительно, год, разлучивший людей, на самом деле сблизил их’.

3. Благодарность: *To our young people in particular I say thank you for the part you have played.* ‘В частности, я говорю спасибо нашей молодежи за ту роль, которую вы сыграли’.

4. События/итоги уходящего года: *Across the Commonwealth, my family and I have been inspired by stories of people volunteering in their communities, helping those in need.* ‘Меня и мою семью вдохновляли истории о людях, которые добровольно работали в своих общинах, помогая нуждающимся по всему Содружеству’.

5. Празднование юбилеев/годовщины значимых исторических событий: *This year, we celebrated International Nurses’ Day, on the 200th anniversary of the birth of Florence Nightingale.* ‘В этом году, в 200-летие со дня рождения Флоренс Найтингейл, мы отметили Международный день медсестры’.

Поздравление: *Let the light of Christmas – the spirit of selflessness, love and above all hope – guide us in the times ahead. It is in that spirit that I wish you a very happy Christmas.* ‘Пусть свет Рождества – дух самоотверженности, любви и, прежде всего, надежды – ведет нас в грядущие времена. Именно в этом духе я желаю вам счастливого Рождества’.

Проведенный анализ показал, что рождественское обращение – воодушевляющее выступление, направленное на единение народа, создание у слу-

шателей положительного эмоционального настроя, уверенности в своих силах, выдвигающее на первый план достижения и пути решения общих проблем.

Е. Вольф

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТВИТ-ДИСКУРСА
(на материале твитов американских и нидерландских политиков)

Социальные сети завоевывают все бóльшую аудиторию не только в сфере повседневного общения, но и в политической сфере. Осознав огромную силу воздействия виртуального пространства, современные политики активно начали его освоение. Таким образом, мы предположили, что политики в своих обращениях используют особые речевые приемы, позволяющие им привлечь больше внимания к той или иной проблеме. Материалом для анализа послужили твиты таких политиков, как Ронна Макдэниел и Джейми Харрисон (США) и Герт Вилдерс и Сигрид Кааг (Нидерланды).

Мы сделали выборку самых популярных твитов за последний год и проанализировав их, получили следующие результаты. Мы обнаружили, что политические деятели довольно часто используют в своих твитах идиомы. Например, *to get one's head out of the sand* – 'вынуть голову из песка' (Р. Макдэниел); *all hands on deck* – 'любая помощь' (Дж. Харрисон); *oog houden voor elkaar* – 'присматривать друг за другом' (С. Кааг). Фразеологизмы в данных случаях придают языку яркую эмоциональную окраску. Также, в одном из твитов Р. Макдэниел мы могли наблюдать использование идиомы с некоторой степенью иронии, так, говоря про Байдена, она написала *Joe Biden's* ***see no evil, hear no evil, speak no evil*** *policy will not solve the crisis his agenda is creating at the border.* – 'Политика Джо Байдена, основанная на принципе «не видим зла, не слышим зла, не говорим зла», не сможет решить миграционный кризис на южной границе США', хотя данный фразеологизм символизирует собой идею недеяния зла и отрешенности от неистинного, Р. Макдэниел использует его в обратном значении. Также нами было отмечено намеренное изменение устойчивого выражения: *Over* ***politieke*** *lijken gaan* – 'Идти по **политическим** головам' (Г. Вилдерс). Устойчивые выражения придают речи живость и образность, позволяя говорящему выразить свое отношение к тому, о чем он говорит.

Вне зависимости от политического течения и государства, политики в равной степени используют повелительное наклонение. Повелительное наклонение в твитах можно рассматривать как призыв к действию: *Heb lef, grijp je kansen en hou nooit je mond!* – 'Имейте мужество, используйте свои шансы и никогда не молчите!' (С. Кааг).

Таким образом, в ходе исследования было установлено, что чрезвычайно популярным лексическим средством у всех исследуемых политиков является использование фразеологизмов. Использование повелительного наклонения

никак не зависит от политического течения или страны, а вот использование иронии в твитах в большей степени свойственно представителям правого крыла политики.

В. Гриник

ИМПЛИЦИТНЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ АВТОРСКОЙ ПОЗИЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ИНТЕРВЬЮ

На протяжении последних десятилетий в языкознании наблюдается усиление интереса к изучению прагматической стороны языка, а именно: языковых средств и закономерностей речи, которые используются для влияния на психику и поведение людей. В связи с этим актуальным представляется выявление и анализ имплицитной информации, закодированной в дискурсе. Кроме того, отсутствует единая концепция в понимании имплицитности, что можно объяснить различием исходных положений и разнообразием применяемых исследовательских подходов при изучении этого феномена. Так, в узком понимании рассматривается лексико-грамматическая имплицитность, а в широком – когнитивно-коммуникативная.

Категория имплицитности изучается нами на материале дискурса СМИ, а именно: 20 интервью из англоязычных периодических изданий за 2020–2021 гг.: «The Guardian», «The Times» и др. Жанр интервью предполагает обмен информацией, как эксплицитной, так и имплицитной. Под имплицитной понимается та информация, которую автор сообщения имеет в виду, выражает опосредствованно. Так, установлено, что интервьюируемый может прямо не сообщать о своих интенциях, а лишь намекать, вызывая при этом у интервьюера определенные ассоциации, ориентируя его на необходимые причинно-следственные связи. В результате анализа нами выявлена типология языковых средств выражения категории имплицитности в речи интервьюируемого:

1) идиомы (*The arguments are getting dumber and dumber every day because they are* ***grasping straws*** (The Guardian. 18.04.20) ‘Аргументы становятся всё глупее и глупее день ото дня, потому что они хватаются за соломинку’;

2) разговорные синтаксические конструкции (***Anyone feel like they’ve got their country back yet? No?*** (The Guardian. 27.06.20) ‘Кому-нибудь кажется, что он получил назад свою страну? Нет?’);

3) метафоры (*We shouldn’t be letting ourselves get dragged in to* ***pantomime*** *that consists of the same two empty plays* (The Guardian. 05.02.21) ‘Мы не должны позволить втянуть себя в пантомиму, состоящую из двух дешевых пьес’);

4) сравнения (*Boris Johnson, the charismatic former London mayor <…> lies after awful lie, like a* ***nightmare clown*** *in a pulp horror film* (The Guardian. 10.09.20) ‘Борис Джонсон, харизматичный бывший мэр Лондона, <…> выдает ложь за ложью, как кошмарный клоун из дешевого фильма ужасов’);

5) ирония (*What is the best model for the UK economy post Brexit?* ***Prayer*** (The Guardian. 14.03.21) ‘Какова наилучшая модель британской экономики после Брексита? Молитва’).

При переводе языковых единиц, имплицитно выражающих авторскую позицию или отношение, с английского языка на русский мы использовали такие приемы, как генерализация и конкретизация, синтаксическое уподобление, а также грамматические замены, транслитерация и калькирование.

В. Дорошевич

СПЕЦИФИКА НОВЫХ СПОРТИВНЫХ ТЕРМИНОВ В АНГЛИЙСКОМ И ИСПАНСКОМ ЯЗЫКАХ

Процесс пополнения системы языка новой лексикой всегда представлял особый интерес для лингвистов. В современном мире очень активно развивается лексика спортивного дискурса, поэтому в качестве материала исследования были выбраны 50 английских и 50 испанских неологизмов, связанных со спортивной тематикой. Источниками для отбора неологизмов стали электронные словари новой лексики: английский «Word Spy» и испанские «NEOMA» и «Antenario».

В процессе исследования семантики было выделено 5 лексико-семантических групп неологизмов английского языка: *Sport activities* ‘спортивные занятия’, *Kinds of sport* ‘виды спорта’, *Physical condition* ‘физическое состояние’, *Names of sportsmen* ‘названия спортсменов’, *Miscellaneous* ‘разное’ и 6 групп испанского языка: *Tipos de deporte* ‘виды спорта’, *Actividades deportivas* ‘спортивные занятия’, *Nombres de los atletas* ‘названия спортсменов’, *Equipo deportivo* ‘спортивные принадлежности’, *Términos futbolísticos* ‘футбольные термины’, *Misceláneo* ‘разное’. Такие группы, как ‘Спортивные занятия’, ‘Виды спорта’, ‘Названия спортсменов’ совпали, однако более уникальными в испанском языке оказались группы *Términos futbolísticos* ‘футбольные термины’ и *Equipo deportivo* ‘спортивные принадлежности’.

Сравнивая семантические группы неологизмов данных языков, необходимо отметить, что преобладающей группой английского языка является *Sport activities* ‘спортивные занятия’: *runcommute* ‘пробежка с дома на работу или обратно’; *racecation* ‘каникулы, состоящие из посещения соревнований’. В то время как группа *Tipos de deporte* ‘виды спорта’ доминирует в испанском языке. Данное явление связанно с тем, что возникновение современной спортивной лексики находится под влиянием самого английского языка, поэтому названия новых видов спорта часто оказываются англицизмами: *acuagym* – новый вид аквааэробики, *skeet* – один из видов стрельбы.

Выделение отдельной испанской группы *Términos futbolísticos* ‘футбольные термины’ дает понять, что футбол в Испании занимает первое место среди самых популярных видов спорта мира. Именно футбол является областью, где в настоящее время наблюдаются наиболее новые тенденции развития

испанского языка. Например, выражение *colgar las botas* означает, что игрок оставляет карьеру футболиста, а неологизм *espanyolista* относится к спортсменам, которые входят в состав футбольного клуба «Эспаньол».

Таким образом, в ходе анализа выяснилось, что английский и испанский, несмотря на принадлежность к разным языковым группам, относительно близки по лексическому составу. Это еще раз дает нам понять, что, изучая закономерности в сфере актуальных подсистем языка спорта, можно получить представления о современном состоянии языка в целом.

А. Захар

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕДИЦИНСКИХ НОВОСТЕЙ О COVID-19 НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Тема коронавируса превратилась в главный инфоповод по всему миру. В последнее время эта тематика является наиболее актуальной. Было замечено некоторое несоответствие между англоязычным и русскоязычным вариантами новостей. Было отобрано 4 статьи, опубликованные в период с декабря 2020 года по март 2021 года на электронных ресурсах *https://news.sky.com, https://www.imperial.ac.uk, https://www.sciencefocus.com, https://www.rbc.ru, https://iz.ru*. Сравнение текстов статей выявило следующие закономерности: переводчики достаточно свободно обращались с цифрами и обозначениями временных промежутков, при переводе выбрасывались целые предложения и абзацы.

Примером вольной передачи числовых данных может служить следующий параллельный текст: *However, around **60 % of infected people** did not report any symptoms in the week leading up to their test*. ‘При этом **две трети зараженных** указали на полное отсутствие симптомов болезни в течение недели перед сдачей анализа’.

Присутствует и неточный перевод обозначений промежутков времени: *What we’ve seen over the course of a five or six-week period* ‘…в последнее время’.

При переводе опускались целые предложения и абзацы. Так, в переводе на русский отсутствует предложение *The coronavirus variant – named VUI-202012/01 – was revealed to be in circulation last week by Health Secretary Matt Hancock and is said to be behind the recent surge in infections, including in London and much of southeast England.*

Не был переведен на русский и целый абзац: *The shortage has largely been limited to the EU, which was slower than its Western allies in ordering and approving the vaccines, and it has raised tensions between the bloc and the U.K. and the U.S.*

Разная подача информации, на наш взгляд, может быть обусловлена различиями в менталитете, традициями подачи научной информации, мнениями переводчиков, разницей в отношениях государств к коронавирусу и коли-

чеством заболевших. Мы считаем подобные трансформации при переводе имеющими право на существование, но правильнее было бы передавать ее максимально точно.

В. Зоценко

ЗООНИМИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ *СОБАКА* В ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА БЕЛОРУСОВ И НИДЕРЛАНДЦЕВ (на материале пословиц)

Пословицы и поговорки являются важной частью любого языка, они отражают традиции, формировавшиеся на протяжении столетий. С точки зрения стилистического толкования пословицы и поговорки относятся к категории языковых клише, семантика которых эксплицирует набор культурных стереотипов, составляющих национальную картину мира. Именно поэтому пословицы являются интересным объектом для исследований. Нами были рассмотрены и проанализированы белорусские и нидерландские пословицы с зоонимическим компонентом *собака*. Проведенный анализ выявил следующие схожие идеи:

Blaffende honden bijten niet. – ≈ букв. *Лающие собаки не кусают.* – *Не бойся сабакі звяглівага, а бойся маўклівага.*

Wie een hond wil slaan kan licht een stok vinden. – *Любой, кто хочет ударить собаку, может легко найти палку.* (Толкование: Als je iets tegen iemand wil doen kun je altijd wel iets bedenken. – Если хочешь поставить кого-либо в затруднительное положение, то и способ найдешь). – *Хто хоча сабаку ўдарыць, то кій найдзе. Як хочаш сабаку ўдарыць, то і кія знойдзеш.*

Twee kwade honden bijten elkaar niet. = Razenden honden bijten malkander niet. – *Злые собаки не кусают друг друга.* (Толкование: Kwade mensen zijn het snel met elkaar eens als ze beiden boos zijn op een ander. – ≈ Плохие парни легко находят общий язык, когда имеют зуб на кого-либо еще). – *Сабака сабаку (сабацы) брат.*

Een haastige hond werpt blinde jongen. – ≈ *Торопливой собаке – слепые щенки.* (Толкование: Je kunt beter iets langzaam goed doen dan haastig iets slecht afraffelen. – ≈ Поспешай медленно. Букв. Лучше сделать что-либо медленно, но качественно, чем быстро, но с менее удачным результатом). – *Сабака скора дзеці робіць, ды сляпыя родзяцца. Сабакі хутка робяцца, да доўга сляпыя.*

Een hond is stout op zijn eigen dam. – букв. *Собака смела на своей территории.* ≈ Всякая собака на своем дворе хозяйка. (Толкование: Op je eigen gebied kun je je het best verdedigen. – ≈ Лучше всего защищаться на собственной территории). – *На сваім падвор'і і сабака пан*.

Проведенное исследование позволило, таким образом, предпринять попытку описания значимого для человека фрагмента языковой картины мира, связанного с компонентом-зоонимом *собака*.

А. Карпеш

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ ЛЕКСИЧЕСКОГО ЗНАЧЕНИЯ ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ, ИМЕНУЮЩИХ ЦВЕТЫ
(на материале английского, итальянского и русского языков)

Лексическое значение (ЛЗ) слова в современной антропоцентрической лингвистике включает такие компоненты, как понятийный, структурно-лингвистический и (лингво)культурный.

Согласно точке зрения известных лингвокультурологов (Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров и др.), культурный компонент (КК) может входить в структуру лексического значения на разных его уровнях: 1) денотата, 2) коннотата.

В работе исследуется культурный компонент флоронимов в трех языках (английском, итальянском и русском), который проявляется как символ, а также в виде производных значений наименований цветов.

Рассмотрим результаты проведенного сопоставительного анализа коннотативно выраженного культурного компонента лексического значения флоронимов на примере 3 коррелятивных существительных: русского *мак*, итальянского *papavero* и английского *poppy*.

В англоязычной культуре *мак* стал символом Дня памяти жертв Первой мировой войны. Ежегодно 11 ноября (известный как День перемирия, неофиц. *Poppy Day* ‘День мака’) его прикрепляют к одежде как знак памяти и скорби.

В итальянском языке слово *papavero* ‘мак’ ассоциируется с растением, обладающим снотворным действием. Римская мифологическая традиция передает сведения о маке как о цветке утешения, мрачного мечтательного забвения. В переносном лексико-семантическом варианте этого слова, именующем человека, занимающего видное социальное положение *è un papavero della finanza’* (*досл.* он – *мак* финансовой сферы), реализуется коннотативный компонент слова *papavero* ‘мак’ ‘заметный, выделяющийся среди других’. Еще одним, хотя редким, переносным значением является ‘скучная вещь или педантичный человек’: *un oratore che è davvero* ***un papavero*** (‘действительно скучный оратор’), где на уровне коннотации присутствует компонент главного значения ‘вызывающий сон’.

В русской поэзии, как и в итальянской, *мак* встречается при описании ночи, сна, тишины и молчания, что свидетельствует о связи этих культур. На формирование значений существительного *мак* в русском языке оказала влияние также русская народная культура. Так, в словаре В. И. Даля приводятся примеры употребления этого слова в значении внешней, физической красоты (обычно женской). О молодой красивой девушке говорили: «Краснее маку; что мак красна», «Красная девка в хороводе, что маков цвет в огороде».

Таким образом, лингвокультурный компонент лексического значения слова, именующего понятие *мак*, оказался разным в трех неблизкородственных английском, итальянском и русском языках, обладающих выраженными лингвокультурологическими особенностями.

Е. Ковалёва

ПРАГМАТИЧЕСКИ МАРКИРОВАННЫЕ ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЮРИДИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Юридический дискурс ориентирован на все слои общества и является одним из самых актуальных и востребованных дискурсов современности. К числу его важных характеристик могут быть отнесены связь с ценностными системами общества, с политической, религиозной и экономической сферами, значительная историческая и культурная обусловленность. Всем этим, собственно, и определяется особая прагматическая «заряженность» юридического дискурса.

Проанализировав различные точки зрения на изучение дискурса как сложного коммуникативного явления и учитывая природу развития юридической науки в целом, мы рассматриваем юридический дискурс как особый тип институционального дискурса, семиотическое пространство которого характеризуется совокупностью (не)вербальных знаков, формирующих различные формы общения, в которых субъект, адресат или содержание имеют отношение к сфере юриспруденции и/или встречаются в рамках пересечения данного дискурса с другими типами дискурса. Сфера функционирования юридического дискурса – область права; тема и ведущий мотив – содержание закона и соответствие закону рассматриваемого события; коммуникативная направленность – регулирование общественных отношений; общая когнитивная специфика – примат фактов над ценностями.

Язык юридического дискурса представляет собой один из наиболее своеобразных кодов, традиционно использующихся в институциональной среде. Его уникальность выражается в широком употреблении понятийно-смысловых языковых средств/терминов (*prosecution witness* ‘свидетель обвинения’, *defamation* ‘диффамация; разглашение позорящих другое лицо правдивых сведений’), клише и канцеляризмов (*according to the prosecution* ‘по версии обвинения’, *preliminary investigation* ‘предварительное расследование’), сложностью синтаксических структур (*Higher courts’ powers to quash or alter binding and enforceable judicial decisions should be exercised for correction of fundamental defects* ‘Полномочия вышестоящих судов отменять или изменять окончательные и вступившие в законную силу судебные решения должны осуществляться с целью исправления существенных ошибок’), низкой контекстуальностью, отсутствием экспрессивных средств и т.п. Весь характерный для юридического дискурса набор языковых средств свидетельствует об их подчиненности цели юридического дискурса – нормализации отношений между индивидами.

При переводе прагматически маркированных языковых единиц с английского языка на русский мы использовали такие приемы, как генерализация и конкретизация, описательный перевод, транслитерация и т.п.

Л. Ковалёва

ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ СЛОЖНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ С БЕССОЮЗНОЙ СВЯЗЬЮ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ СТИЛЕ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

В немецком и русском языках бессоюзные сложные предложения (далее БСП) могут выражать следующие семантические отношения: подлежащные, предикативные, объектные, атрибутивные, темпоральные, причинно-следственные, противительные, уступительные, условные, пояснительные и присоединительные, а также образа действия.

Иногда невозможно однозначно определить, какие именно семантические отношения выражаются между частями бессоюзного предложения, из-за чего появляется возможность интерпретации бессоюзного предложения в союзное в нескольких вариантах: *Du hast ein gutes Werk getan, du hast ihr die Chance zur Flucht gegeben* ‘Ты сделал хорошее дело, ты дал ей шанс сбежать’ (S. Link, Die Entscheidung). Здесь могут выражаться: 1) причинно-следственные отношения: *Du hast ein gutes Werk getan, weil du ihr die Chance zur Flucht gegeben hast* ‘Ты сделал хорошее дело, потому что дал ей шанс сбежать’/ *Du hast ein gutes Werk getan, denn du hast ihr die Chance zur Flucht gegeben* ‘Ты сделал хорошее дело, так как ты дал ей шанс сбежать’; 2) темпоральные отношения: *Du hast ein gutes Werk getan, als du ihr die Chance zur Flucht gegeben hast* ‘Ты сделал хорошее дело, когда дал ей шанс сбежать’; 3) семантика образа действия: *Du hast ein gutes Werk getan, indem/dadurch, dass du ihr die Chance zur Flucht gegeben hast* ‘Ты сделал хорошее дело, дав ей шанс сбежать’. Однако при рассмотрении предложения в контексте проблема интерпретации разрешается. Также существуют такие БСП, которые невозможно однозначно интерпретировать ввиду семантической отдаленности предикативных частей.

Исследование показало, что БСП более употребительны в русском языке (809 примеров), чем в немецком (411 примеров). Количественная представленность отдельных типов БСП сопоставляемых языков также расходится. Наиболее распространены в исследуемом материале немецкого языка БСП с объектными (29,4 %), с причинно-следственными (18,5 %) и темпоральными (15 %) отношениями. Наименее распространены – БСП с уступительной семантикой (1 %) и семантикой образа действия (1,9 %). Доля бессоюзных предложений с семантически отдаленными частями – 1,9 %. Наиболее употребительны в исследуемом материале русского языка БСП с причинно-следственной (28,7 %), темпоральной (27 %) и объектной (13,1 %) семантикой. Наименее употребительны в исследуемом материале предикативные (0,3 %), уступительные (0,9 %) и БСП образа действия (0,5 %). Количество БСП с семантически отдаленными компонентами составляет 5,4 %.

Несмотря на расхождения в количественной представленности БСП, БСП в прямой и в авторской речи в художественных текстах одинаково частотны в сопоставляемых языках.

А. Костюченко

ТЕРМИНЫ РОДСТВА В ФУНКЦИИ ОБРАЩЕНИЯ В РАЗНЫХ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

(на материале русского, белорусского, английского и немецкого языков)

В языке любого народа особый интерес представляет группа слов, служащих для обозначения родственных отношений между людьми. Результаты анализа дефиниций и контекстуальных употреблений терминов родства в русском, белорусском, английском и немецком языках свидетельствуют о том, что терминам родства свойственно употребление не только по отношению к родственникам, но и в качестве обращения к чужим, часто незнакомым людям. В русском языке в данной функции обращения к незнакомым людям используются термины кровного родства, как прямого – *мать, отец, дочка, дедушка, внучок*, так и бокового родства – *сестра, брат, дядя, тетя: Нет,* ***брат****, уж если ты даёшь освещение, то ты давай не уголёк, а что-нибудь существенное!* (А. Чехов. Свадьба); *Вам плохо? – Мне хорошо,* ***мать****, – сказал Егор. – Хорошо, что я весной сел.* (В. Шукшин. Калина красная). В белорусском языке в качестве обращения к чужим людям также используются только термины кровного родства *маць, бацька, дачка, сястрыца, брат, дзядуля, цётка* и т.п.: *А мая ж ты* ***сястрыца****! А мая ж ты галубка!* (А. Якімовіч. Казка пра смелага вожыка); *Еш,* ***унук****, еш. Бачыш, як Грыша ўмінае…* (І. Сяркоў. Мы з Санькам у тыле ворага). В английском языке функционирование терминов родства в роли обращения к незнакомым людям значительно уже. Так, в литературном английском языке использование данных терминов при обращении к неродственникам возможно лишь в церковной практике, при этом используются такие единицы, как *brother, sister, son* и *daughter* (*father* – в католической церкви). В неформальном общении возможны также обращения *Bro, Son, Sonny, Sis*: *What's your name,* ***son****?*; *Come chat down here,* ***sis*** (L. Pemberton. Platinum coast); *She ruffled the boy's hair. "Like climbing, do you,* ***sonny****?"* (L. Andrews. Hospital circles). Что касается немецкого языка, то использование терминов родства в функции обращения в немецкой лингвокультуре еще уже и менее частотно, чем в английской. Употребление лексемы *Vater* по отношению к лицу, которое не является родственником, возможно только в церковной практике, в литературной речи имеют место быть такие термины, как *Schwester, Sohn, Tochter* и др.: *Gehen Sie nur,* ***Schwester****, hatte der Alte gesagt, in Christi Namen – und bis nach einer nächsten Prügelei* (F. J. Degenhardt. Für ewig und drei Tage); *Halte durch, mein* ***Sohn****!* (W. Moers. Die 13 1/2 Leben des Käpt'n Blaubär).

Таким образом, во всех исследуемых языках в функции обращения к незнакомым людям употребляются только термины кровного родства. Тем не менее в русском и белорусском языках данная группа лексем шире, более частотна и не ограничена сферой общения, в отличие от немецкого и английского языков.

К. Котов

СЕМАНТИКА И ПРАГМАТИКА ЛИЧНОГО ДЕЙКСИСА 1-го ЛИЦА (на материале английского, русского и бразильского варианта португальского языка)

Одним из базовых компонентов речевой коммуникации является дейксис – категория указания на участников речевой ситуации – адресанта (1-е лицо), адресата (2-е лицо), а также объекта речи (3-е лицо) и их пространственную и временную локализацию относительно момента и места продуцирования высказывания.

Указание на адресанта в сопоставляемых языках реализуется личными местоимениями 1-го лица: англ. *I, we,* рус. *я, мы,* браз. порт. *eu, nós, a gente.* Данным единицам свойственны следующие семантико-прагматические сходства и различия.

Исследуемые языки допускают эллипсис местоимения 1-го л. ед. ч. в перформативных высказываниях: *Oh, **Ø beg your pardon*** ‘О, **Ø прошу прощения**’; ***Ø Обещаю** тебе, я стану другим*; ***Ø Exijo** respeito* ‘**я требую** уважения’. В русском языке опущение *я* продиктовано необходимостью сохранения единого субъектного плана собеседников в цепочке высказываний: ***Я** пишу Вам и часто, возможно, **Ø** грешу против цензуры*. В английском языке эллипсис местоимения *I* является стилистически маркированным (***Ø don’t know** why he’s so bothered* ‘Чего он так волнуется, **не знаю**’), в отличие от бразильского португальского, где наличие и опущение местоимения *eu* нейтрально (***Eu** quero continuar o meu trabalho, na área de programação. **Ø** Gosto de trabalhar com computadores* ‘**Я** бы хотела продолжить работу в сфере программирования. Мне нравится работать за компьютером’).

Местоимения 1-го л. мн. ч. сопоставляемых языков *we, мы, nós, a gente,* осуществляющие указание на коллективного адресанта, приобретают дополнительные значения в результате сужения, смещения или расширения объекта их референции.

Сужение объекта референции до фигуры говорящего обусловливает наличие:

1) *авторского we, мы, nós* в научном, официально-деловом и публицистическом дискурсах: *In this article **we** are concerned with ...* ‘В этой статье **мы** рассматриваем’; *В своей работе **мы** опирались….* В бразильском португальском такое значение часто реализуется местоименным эллипсисом и личной формой глагола 1-го лица: *Nesse trabalho, **Ø utilizamos**…* ‘В этой работе **мы используем**…’;

2) *статусное we, мы, nós* для демонстрации говорящим своего высокого положения (***We** have become a grandmother* ‘Мы стали бабушкой’; ***Мы**, Николай II…*; ***Nós** nos sentimos orgulhoso com esta homenagem* ‘Для **нас** это большая честь’). В русском языке *мы* может использоваться говорящим для понижения своего статуса: ***Мы** – люди простые…*

Смещение объекта референции местоимения 1-го л. мн. ч. на фигуру адресата обусловливает наличие в русском и английском языках:

1) *участливого we, мы* для выражения эмпатии, например, при обращении врача к пациенту (*How are **we** doing today?* ‘Как у **нас** дела сегодня?’; *Как **мы** себя чувствуем?)*;

2) *фамильярного we, мы* при обращении взрослого к ребенку (*Have **we** lost our voice?* ‘Неужели **мы** потеряли голос’; *Как **мы** выросли!*) и демонстрации ироничного, снисходительного, пренебрежительного отношения (*Saucy this mornin’, are **we**?* ‘Какие **мы** дерзкие сегодня утром?’; *Посмотрите, какие **мы** гордые!*).

Русский язык также допускает сужение объекта референции местоимения *мы* до некоммуникативных лиц, что находит отражение в речи родителей по отношению к своим детям. Такое значение можно обозначить как *родственное мы*: ***мы** уже умеем ходить (= **он** уже умеет ходить).*

Расширение семантики местоимений 1-го лица мн. ч. обусловливает невозможность осуществления ими конкретной референции, утрату дейктической функции и сближение с номинативными единицами, что приводит к возникновению в сопоставляемых языках:

1) *экзистенциального we, мы, nós* для причисления говорящим себя к коллективу с неопределенным числом лиц, объединенных тем или иным признаком: ***We**, doctors, take an oath to…* ‘**Мы**, врачи, даем клятву…’; ***Мы** – великий русский народ*; ***Nós**, escritores, somos todos um pouco megalomaníacos* ‘Все **мы**, писатели, немного страдаем манией величия’.

2) *универсального we, мы, nós, a gente* для включения говорящим всего существующего в мире множества лиц в свое референтное пространство: *If **we** don’t know our past, our future isn’t going to be interesting* ‘Если **мы** не знаем своего прошлого, наше будущее не будет интересным’; *Для чего **мы** живем?*; ***Nós** devemos ser felizes aqui na Terra a todo custo* ‘**Мы** должны стать счастливыми на Земле во что бы то ни стало’.

Таким образом, личные местоимения 1-го лица в исследуемых языках наряду с указанием на адресанта речевого сообщения приобретают спектр вторичных значений, возникающих в результате процессов сужения, смещения или расширения объекта референции, обусловленных переносом внимания адресата с фигуры говорящего на предмет речи, социальным статусом коммуникантов и их межличностными отношениями.

С. Мозуль

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ТАКТИКИ СОВЕТА В ПРОИЗВЕДЕНИИ Д. МИТЧЕЛЛА «СОН № 9»

Тактика совета в лингвистике определяется как речевой акт, представляющий собой один или несколько коммуникативных ходов, реализующее намерение адресанта побудить адресата к совершению необязательного, выгодного для адресата действия.

Языковые средства реализации тактики совета включают в себя модальные глаголы, формы сослагательного наклонения, коммуникативные формулы вежливости, фразы, включающие в себя лексику с общим семантическим значением «совет, рекомендация».

Из текста романа Дэвида Митчелла «Сон № 9» методом сплошной выборки было отобрано 118 языковых единиц, которые были использованы для реализации тактики совета, активность использования которых отражена в следующей таблице.

Распределение языковых единиц

	Способ выражения	Всего	В процентном соотношении, %
Лексико-грамматические	*Should*	66	51,16
	Must	11	8,53
	Had better	5	3,88
	The Conditional Mood	4	3,10
	Would	3	2,32
	Ought to	1	0,78
Синтаксические	*Do you think*	12	9,30
	Why not (do something)	11	8,53
	Let's	5	3,88
	How about	4	3,10
	It's (high/about) time	1	0,78
Лексические	*Suggest*	3	2,32
	Advise/Advice/Advisable	2	1,55
	Recommend	1	0,78

Наиболее активным языковым средством реализации тактики совета является использование модального глагола *should,* в значении обязательства, вытекающего из целесообразности: *Miyake-kun, I don't think you* ***should*** *come back to Ueno*. Вторые по частоте использования – предложения, начинающиеся с *Do you think*: ***Do you think*** *it would be better*? Почти так же часто были использованы предложения, начинающиеся с *Why don't you…:* ***Why don't you*** *sit on the counter?* и модальный глагол *must* в значении эмфатического совета: *You* ***must*** *admit.* Модальные глаголы составили 62,79 % от всех языковых единиц реализации тактики совета, что важно учитывать изучающим английский язык.

Стоит отметить, что тактика совета может быть реализована и на уровне абзаца, диалога. В этом случае языковым средством реализации тактики совета может служить форма повелительного наклонения, а также иные лексические и синтаксические средства, значение 'советую' которых является ситуативно обусловленным.

Е. Мойрова

СЕМАНТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ НОВЫХ ИДИОМ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

В лексической системе языка отражаются все изменения, происходящие в жизни общества. Особое место среди единиц с эмоциональной и оценочной окраской занимают идиомы. Материалом нашего исследования послужили 50 новых идиом современного английского языка, отобранных из английского электронного словаря «Word Spy» и 50 современных фразеологизмов русского языка из интернет-источников. В результате нашего исследования в обоих языках были обнаружены схожие лексико-семантические группы: «People's names» (7 и «Названия людей по определенным характеристикам» (18 %), «Abstract notions» (38 %) и «Абстрактные понятия» (30 %), а также «Social sphere» (32 %) и «Социальная сфера» (14 %) соответственно.

Сравнивая схожие ЛСГ в английском и русском языках, можно отметить, что наибольший интерес представляют группы «Abstract notions» в английском языке и «Абстрактные понятия» в русском языке соответственно, так как они являются самими многочисленными. Это связано с тем, что абстрактные понятия помогают людям выразить явления или свое отношение к чему-либо более ярко, емко, образно и кратко: *А мне фиолетово* 'все равно, безразлично', *Как всё запущено!* 'удручающая обстановка, безнадега', *black elephant* 'рискованная ситуация, о которой все знают, но никто не хочет обсуждать', *dinner table test* 'символическая проверка: является ли тема в целом приемлемой для сверстников или подходит для вежливой беседы'. Также абстрактные понятия являются неотъемлемой составляющей современной тенденции «от максимализма к минимализму».

Однако остальные схожие ЛСГ находятся в дисбалансе. Группа «Social sphere» намного шире представлена в английском языке, чем в русском: *JeSuisCharlie* 'выражение поддержки свободы слова, свободы прессы и свободы от террора', *so September 10* 'представление мнений или идей, которые были значительными или применимыми до террористических атак 11 сентября 2001 г.'. Это связано с тем, что в английском языке намного чаще дают краткие, четкие наименования социальным явлениям и их последствиям. И наоборот, группа «Наименования людей по их характеристикам» преобладает в русском языке, а не в английском: *богатенький буратино* 'состоятельный человек', *офисный планктон* 'типичный офисный сотрудник, не отличающийся высокой продуктивностью'.

Таким образом, современные идиомы в английском и русском языках тесно связаны не только с изменениями в социальной, политической, экономической, культурной сферах общества, но появление и активное применение новых идиом является результатом изменения мышления, поведения и восприятия человека.

М. Набатова

МЕЖЪЯЗЫКОВЫЕ СООТВЕТСТВИЯ В СЕМАНТИКЕ АНГЛИЙСКИХ И ИТАЛЬЯНСКИХ ЦВЕТОВЫХ ГЛАГОЛОВ

Специфика отражения концепта «цвет» в лексических единицах различных языков уже неоднократно привлекала внимание лингвистов и психологов. Такого рода исследования позволяют не только прояснить особенности семантической и структурной репрезентации этого универсального для всех языков концепта, но и дают ключ к пониманию причин уникальности национальной концептосферы и закономерностей ее функционирования.

Данное исследование посвящено установлению межъязыковых соответствий в семантике английских и итальянских отадъективных глаголов цветового обозначения. Материалом для исследования послужили 14 английских и 27 итальянских цветовых глаголов. По результатам проведенного анализа было выявлено 58 межъязыковых соответствий. Наибольшее их количество найдено в лексико-семантической подгруппе глаголов, образованных от наименования белого цвета (16 соответствий).

Большинство отадъективных цветовых глаголов в обоих языках могут быть сопоставлены по двум ядерным значениям, указывающим, с одной стороны, на приобретение цвета непроизвольным способом, а с другой – на переход к данному цвету в результате окрашивания: *to blacken* ‘to become black or dark’ и *nereggiare* ‘divenire nero, scurirsi, oscurarsi’ – *to blacken* ‘to make black or dark’ и *nereggiare* ‘rendere nero/oscuro, scurire, tingere di nero’. Помимо ядерных значений, был обнаружен и ряд периферийных. Например, отадъективные глаголы, образованные от прилагательных *green* и *verde*, имеют специфическое значение, связанное с переходом в иное физическое состояние, его улучшением, а именно с омоложением, обновлением, приобретением новой силы и энергии. Например, глагол *to green* в значении ‘to make young or youthful again: give new vigor to’ и соответствующие ему итальянские лексико-семантические варианты глаголов *rinverdire* ‘dare nuovo vigore, rinnovare’ и *verdeggiare* ‘essere forte, vigoroso’.

В ходе анализа мы также обратили внимание на тот факт, что одному лексико-семантическому варианту английского цветового глагола с более обобщенным значением может соответствовать несколько лексико-семантических вариантов итальянских глаголов с более конкретными значениями. Это связано, прежде всего, со структурными особенностями данной категории в обоих языках, так как образование английских отадъективных глаголов чаще всего является следствием конверсии, а итальянских – результатом прибавления к основе различных префиксов и суффиксов, придающим бóльшее разнообразие и бóльшую конкретность значений единицам последнего языка.

С. Нехлебова

МЕТАФОРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ (на материале пьес Т. Уильямса и В. С. Короткевича)

Метафорическое моделирование рассматривается в когнитивной лингвистике как метод реконструкции авторских ментальных моделей образного представления действительности. Исследование динамики метафорических моделей в 6 пьесах Т. Уильямса и в 6 пьесах В. С. Короткевича в сопоставительном аспекте позволяет определить закономерности использования метафорических моделей на протяжении конкретного этапа или нескольких этапов творчества авторов; выявить взаимосвязи или различия между метафорическими картинами мира авторов; описать конкретное языковое наполнение ряда таких моделей.

Полученные данные показывают, что характерной чертой метафорической динамики Т. Уильямса является вариативность сочетаемости таких наиболее частотных концептов метафорических моделей, как Существо, Психическая сфера, Орган, Свет, Пространство. Для концептов Существо, Психическая сфера, Время, Пространство наблюдаются значительные изменения сочетаемости на разных этапах творчества. *Thousands and thousands of years* ***have passed him right by****, and there he is – Stanley Kowalski – survivor of the stone age!* (Пространство – Время) («A Streetcar Named Desire») *You* ***have put*** *your heart in the marble urn with the ashes* (Предмет – Орган) («The Rose Tattoo»).

Все три периода творчества В. С. Короткевича характеризуются стабильным спектром метафорических моделей, что обусловлено малой вариативностью списка правых и левых элементов концептосферы, а именно Болезнь, Природа, Психическая сфера, Артефакт. В ядро концептосферы входят феномены, связанные с творческим поиском автора, в то время как явления, относительно которых у поэта сложилось ясное понимание их места в мире, вытесняются на периферию. *І цяпер, калі працаўнік райкома Віктар Сміхальскі, які яшчэ* ***хварэе*** *адцягненым, трохі вонкавым гераізмам…* (Болезнь – Психическая сфера) («Млын на сініх вірах»); *І што не трэба розніцы ў законе, і павінна быць усё дзеля ўсіх, а веруй, як хто хоча – гэта ім сцвярджаць не страшна? Маўляў, мы “****асуджаныя*** *праўдай вечнай”.* (Человек – Психическая сфера) («Званы Віцебска»).

Д. Новик

СЕМАНТИКА И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ АТРИБУТИВНЫХ ПОСЕССИВНЫХ КОНСТРУКЦИЙ СО ЗНАЧЕНИЕМ ‘МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ’ В НЕМЕЦКОМ И БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКАХ

В ходе анализа художественных произведений “Леаніды не вернуцца да Зямлі” В. Короткевича, „Die verlorene Ehre der Katharina Blum“ и сборника рассказов „Wanderer, kommst du nach Spa…“ Г. Белля нами были зафиксированы 322 атрибутивные посессивные конструкции со значением «межличностные отношения».

Объект посессивных отношений со значением «межличностные отношения» может быть выражен как, например, существительными *Mutter, Opa, Freund, жонка, вораг*, так и именами собственными *Ludwig, Віктар*.

Как для немецкого, так и для белорусского языка прототипическим средством выражения атрибутивной посессивности является притяжательное местоимение: данное средство было использовано в 146 конструкциях из 206 (70,87 %) в немецком языке и 75 примерах из 116 (64,66 %) в белорусском.

Особый интерес представляют конструкции с так называемым «этическим» притяжательным местоимением, которое используется в качестве стилистического средства для выражения особого отношения к субъекту.

18,45 % конструкций в корпусе примеров на немецком языке и 25,86 % на белорусском содержат генитив. В таких конструкциях есть точное указание на посессора, что исключает двусмысленность интерпретации в случае, когда ситуация предполагает присутствие двух или более посессоров. Кроме того, в отличие от конструкций с притяжательным местоимением генитивные конструкции, как правило, вводят имя, не принадлежащее к общему фонду знаний собеседников, а также которое ранее не упоминалось в контексте.

В качестве лексических средств выражения атрибутивной посессивности были использованы прилагательные *eigene, уласны, асабісты.* Данные прилагательные, хотя и выражают однозначно посессивные отношения, в художественных произведениях могут быть употреблены с притяжательным местоимением (*ihre eigene Mutter, мой асабісты вораг*) с целью подчеркнуть особую соотнесенность объекта притяжательности с посессором.

Поскольку термины родства априори выражают посессивные отношения, нами также было выделено 4 конструкции с определенным артиклем в немецком языке. Употребление определенного артикля возможно только в случае, если можно однозначно определить по контексту, кто является посессором.

В корпусе примеров на белорусском языке было зафиксировано 6 конструкций с притяжательным прилагательным. Данное средство, как правило, используется в контекстах, когда межличностные отношения очень близкие.

Таким образом, на выбор средств выражения атрибутивной посессивности в конструкциях со значением ‘межличностные отношения’ влияют следующие факторы: степень близости отношений, (не)известность посессора, некоторые стилистические и прагматические факторы.

Е. Сидорова

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОЦЕНОЧНОГО МОДУСА В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ОЧЕРКЕ

Значение модуса для верного понимания дискурсивных смыслов и интенций трудно переоценить. Мысль о необходимости выделения модуса (в другой терминологии – модальности) в качестве одной из главных сторон текстообразования и необходимого элемента строительства текста, а также ведущая роль модуса в исследовании антропоморфизма языка в его ипостаси законченных речевых произведений подчеркивалась многими учеными. Тем не менее изучение модуса в силу его непрозрачности, имплицитности, «тонкой» природы так и не приобрело к настоящему времени четких очертаний.

Термины *модус* и *модальность* признаются нами разноплановыми: если м о д у с – это весь спектр субъективных смыслов, которые могут существовать в высказывании/тексте и окружать диктумное содержание высказывания и тема-рематическое основание текста, то м о д а л ь н о с т ь ю – грамматикализованное отношение высказывания к действительности. Под оценочным модусом понимается ценностное отношение автора дискурса к внеязыковому объекту (лицу, предмету, явлению действительности), выражаемое с целью оказания воздействия на адресата.

Реализация оценочного модуса анализируется нами на материале дискурса СМИ, а именно: 20 очерков из англоязычных периодических изданий за 2020–2021 гг.: «The Guardian», «The Times» и др. Установлено, что в репрезентации оценочного модуса в англоязычном очерке участвуют:

1) оценочные лексические единицы (*So has he had a **drastic** personality overhaul in the two years since he stepped down following all that 2017 election **unpleasantness*** (The Guardian. 21.06.20) ‘Так что за два года, прошедшие с его отставки после всех этих неприятностей, связанных с выборами 2017 года, произошла коренная перестройка его личности’);

2) вводные слова и выражения, маркирующие отношение автора (***Unfortunately**, that is the true* (The Daily Telegraph. 01.03.21) ‘К сожалению, это правда’);

3) коннекторы (***However** there is a problem here: an own goal so enraging, it makes you wonder if women aren’t their own worst enemies* (The Independent. 21.03.21) ‘Однако здесь есть проблема: собственная цель настолько бесит, что заставляет задуматься, не являются ли женщины злейшими врагами самих себя’);

4) стилистические средства (*Delacroix envisaged **Liberty as a bare-breasted free spirit** storming the revolutionary barricades* (Guardian. 12.05.20) ‘Делакруа представлял Свободу как свободный дух с обнаженной грудью, штурмующий революционные баррикады’).

При переводе языковых единиц, репрезентирующих оценочный модус в англоязычном очерке, на русский язык мы использовали такие приемы, как генерализация и конкретизация, синтаксическое уподобление, а также грамматические замены.

Н. Слабко

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ДЕМОНОЛОГИЧЕСКИХ ПЕРСОНАЖАХ В НИДЕРЛАНДСКОЙ И РУССКОЙ КОММУНИКАТИВНЫХ КУЛЬТУРАХ
(на материале сказочного дискурса)

Народная демонология часто рассматривается исследователями как комплекс представлений о демонах, духах, нечистой силе и людях, которые наделены сверхъестественными способностями.

Изучение народной демонологии нидерландцев и русских представляет для исследователей особую ценность, поскольку высвечивает базовые смысловые зоны, способствующие реконструкции общей традиционной картины мира этих народов. На современном этапе изучения этого фрагмента культуры важным оказывается выявление особенностей вербализации соответствующих представлений, системное описание всего круга мифологических персонажей, их классификация (часто по месту проживания и основным функциям).

В христианстве демонологические персонажи считаются падшими ангелами. В них могли превратиться люди, похищенные лешим, водяными, русалками и дети, проклятые родителями. Нечистью могли также стать дети, прижитые с нечистой силой. В русских сказках встречаются: черт (бес), Баба Яга, Кикимора, Кощей Бессмертный, Чудо-юдо.

Есть сказки о призраках и духах – душах умерших людей, которые не могут найти покоя, потому что им необходимо завершить дело, начатое при жизни: Мавка – злой дух, русалка, дух умершего некрещенного ребёнка; *Witte Wieven* ‘Белые Ведуньи’ – призраки ведьм или других женщин, совершивших некое зло: они появляются только ночью в виде расплывчатой женской фигуры; *Nekker (de waterduivel)* ‘неккер’ – дух, преимущественно женского пола, обитающий в водоемах. В Брабанте существовало поверье, что утопленники имеют синий цвет, потому что неккеры высасывают из них кровь, а также могут заманивать к себе имитируя детское пение; *een alf* часто изображается как ‘гоблин’, ‘гном’, ‘эльф’ или демонический дух.

Демоны играют роль искусителей, которые жаждут заполучить человеческие души: *de duivel* ‘черт’, ‘дьявол’. Дьявол часто является в обличии собаки *de duivelshond* ‘собака дьявола’, *de hellehond* ‘адский пес’, ‘собака из ада’ часто черного цвета, с огненными глазами.

Ведьмы и колдуны считаются служителями дьявола (*de heksenmeester* ‘колдун’, *de heks* ‘ведьма’). По народным поверьям, ведьмы могли превращаться в кошек: *een heksenkat* ‘ведьма-кошка’.

Таким образом, наше исследование выявило значительное разнообразие номинаций демонологических персонажей нидерландского и русского сказочных дискурсов.

А. Телицина

ЗВУКОПОДРАЖАТЕЛЬНЫЕ СЛОВА В ЛЕКСИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ РУССКОГО, АНГЛИЙСКОГО И ШВЕДСКОГО ЯЗЫКОВ

Звукоподражание представляет собой условную словесную имитацию звучаний окружающей действительности средствами отдельного языка. В силу того, что звуковое восприятие действительности в разных языках не совпадает и зачастую характеризуется целым рядом специфических свойств, особый исследовательский интерес представляет изучение звукоподражательной лексики на материале разноструктурных и неблизкородственных языков.

Методом сплошной выборки из лексикографических источников современного русского, английского и шведского языков был выделен корпус звукоподражаний, состоящий из трех лексико-семантических групп: звуки, издаваемые человеком; звуки, издаваемые животными и птицами; звуки природы и окружающего мира. Проведенный анализ позволил выявить как специфические, так и общие свойства изучаемой группы номинаций.

В трех языках наблюдаются *различия* в объеме установленных групп звукоподражаний: в русском языке наибольшая доля звукоподражаний – звуки, издаваемые человеком (62 ЛЕ), звуки животных и звуки природы и окружающей среды представлены 32 ЛЕ и 28 ЛЕ соответственно. В английском языке звуки животных составляют большинство выделенных звукоподражаний (34 ЛЕ), в то время как на долю звуков, издаваемых человеком, приходится 29 ЛЕ, а в группе звуков природы и окружающей среды было выявлено всего 17 ЛЕ. Интересно, что в шведском языке самой большой по количеству единиц является группа звуков природы и окружающего мира (38 ЛЕ), среди которых было выявлено много уникальных звукоподражаний, не встреченных в других языка: *tjonk* ‘ящик с инструментами’, *schmaff* ‘удар по футбольному мячу’. Две другие группы шведских звукоподражательных слов оказались менее представленными: 19 ЛЕ – звуки, издаваемые человеком, 17 ЛЕ – звуки животных и птиц.

Основное *сходство* исследованных звукоподражаний наблюдается морфологической структуре английских, русских и шведских ономатопов, которым свойственна редупликация корня слова. Во всех сопоставляемых языках наибольшее количество звукоподражаний животных, обозначают звуки, издаваемые домашним скотом, а наименьшее количество – насекомыми. Более того, во всех языках есть единицы смешанного разряда (например, *zzzz* – подражание звукам, издаваемым человеком и подражание голосам животных, или *croak* – подражание голосам животных и подражания звукам, которые производят неодушевленные предметы).

В. Шелег, А. Концевая

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ УВЕРЕННОСТИ В РОМАНЕ А. БЕРНС «МОЛОЧНИК»

В английском языке существует множество способов выражения значения уверенности: наречия, модальные глаголы и устойчивые выражения. Целью нашего исследования было узнать, какой из вариантов является наиболее часто используемым в современном англоязычном художественном дискурсе. Материалом для исследования был выбран роман Анны Бернс «Молочник», из которого методом сплошной выборки были извлечены языковые средства выражения уверенности. Результаты анализа представлены в следующей таблице.

Языковые средства	Категории	Кол-во примеров	Всего по категориям, %	Всего, %
Наречия, выражающие высокую степень уверенности в английском языке	Относятся к целому предложению/ к одной части сложного предложения	94	29	35
	Относятся к однородным членам предложения	3	1	
	Относятся к второстепенным членам предложения	16	5	
Maybe/Perhaps	В начале предложения: в главной части	7	2	19
	В середине предложения: в главной части	9	3	
	В середине предложения: в придаточной части	24	7	
	В составе сложного слова	4	1	
	При однородных членах предложения	4	1	
	В составе простого предложения	10	3	
	В составе независимого придаточного предложения	6	2	
Фразы и глаголы для выражения уверенности и неуверенности	Частичная уверенность	28	9	30
	Полная уверенность	39	12	
	Неуверенность	30	9	
Модальные глаголы для выражения уверенности и неуверенности	*Must do/can't do* (95 % уверенности)	6	2	16
	Must have done/can't have done (95 % уверенности)	14	4	
	May have done (50 % уверенности)	2	1	
	Might do/could do/might have done/could have done (30 % уверенности)	31	9	

Как демонстрирует таблица, чаще всего для реализации значения уверенности автор использует наречия, выражающие ту или иную степень уверенности. Всего в исследуемом материале было зафиксировано 177 наречий, что составило 54 % от всех используемых для реализации значения уверенности языковых средств: *Equally* ***clearly****, he was furious about it* ‘Столь же очевидно, что он был взбешен этим’. В отличие от *probably, certainly* и других наречий, выражающих полную уверенность, *maybe* и *perhaps* имеют значение неполной уверенности. Наречия могут относиться как ко всему предложению: ***Perhaps*** *we should stop now though, before this gets even worse* ‘Возможно, нам следует остановиться сейчас, пока все не стало еще хуже’, так и к части фразы: *He looked intensely at me,* ***maybe*** *as he wondered was I sick or something* ‘Он пристально посмотрел на меня, возможно, размышляя, не заболела ли я’.

Вторыми по частоте использования являются специальные фразы и глаголы (*to suppose, to be clear/to be unclear, to believe, there is no doubt, to be bewildered, to be confident, guess, to be sure, have no idea, have not a clue, to be impossible, to go without saying*), которые составили 97 примеров, или 30 % от общего числа использованных языковых средств: *I* ***suppose****, that we weren’t tight-in* ‘*Я* полагаю, что мы не были тесно связаны’.

Модальные глаголы оказались самыми мало употребляемыми средствами выражения степени уверенности в исследуемом материале. На них пришлось всего 52 случая, что составило 16 %: *He* ***may*** *have been some chancer* ‘Возможно, он был рискованным человеком’.

Круглый стол
«ВОСТОКОВЕДЕНИЕ В БЕЛОРУССКОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ»

А. Алхимик

ЖИЗНЬ СЕВЕРОКОРЕЙЦЕВ В ЮЖНОЙ КОРЕЕ

В 1950–1953-х годах в Корее шла война (официально не закончена), которая разделила территорию на Республику Корею и КНДР. Конфликт выпал на период холодной войны между СССР и США: армия ООН, включающая американских солдат, воевала за Южную Корею, а СССР поддерживали Северную. Также по окончании корейской войны обе страны привели к власти проамериканских и просоветских политиков. СССР вкладывали много средств в развитие заводов, основная концентрация которых до войны была на Севере, поэтому корейцы из южной части иногда перебегали в более развитую северную часть. Сегодня же наблюдается обратная ситуация.

В Корее транслируется шоу «Now on My Way to Meet You», куда приглашают сбежавших из Северной Кореи женщин для обсуждения различных аспектов их жизни в КНДР. В интервью часто фигурируют бывшие участницы самого шоу. Одна из них родилась в зажиточной семье, но, несмотря на это, также бежала из страны. Она утверждает, что, боясь осуждения, первое время скрывала тот факт, что является беженкой, но окружающие выражали свою поддержку, узнав ее историю. Также она, как и все сбежавшие, имела возможность бесплатно обучаться в университете.

Одна из сбежавших девушек стала популярной ведущей в упомянутом шоу, но при загадочных обстоятельствах вернулась в КНДР. И хотя она утверждала, что ей нравится жизнь в Южной Корее, на пропагандистских видео Северной Кореи зрители отметили ее остриженные волосы и заплаканные глаза. В видеороликах она утверждает, что плачет из-за того, что скучала по родителям и стране в целом, но множество фактов указывает на то, что ее могли похитить спецслужбы и вернуть на родину.

Из-за того, что беженцы плохо знают свои права и корейские законы, они часто становятся жертвами мошенников, которые отбирают у них жилье. Также многие северные корейцы страдают от депрессии, поскольку они чаще всего не имеют квалификации и работают на низкооплачиваемых работах. Кроме того, им приходится выплачивать долг за помощь в побеге. Среди 30 000 северокорейских беженцев, живущих на юге полуострова, каждый год становится все больше тех, кто хочет вернуться домой. Министерство обороны Южной Кореи фиксирует примерно 12 случаев в год. Но, по словам одного из депутатов парламента, точная цифра неизвестна. Предположительно, речь идет о сотне человек в год. Также количество сбежавших из Северной

Кореи с каждым годом уменьшается, с 1502 (2014 г.) до 1049 (2019 г.). В 2009 году наблюдался пик: 2927 человек. В связи с пандемией COVID-19 число сбежавших в 2020 году опустилось до рекордно низкой отметки – 229.

Ю. Балюнова

АССИМИЛЯЦИИ В КОРЕЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Корейский язык – язык-изолят агглютинативного типа. При агглютинации аффиксы приклеиваются к основе.

Гласным в аффиксах характерен сингармонизм. Они делятся на «светлые» (ㅏ , ㅗ) и «темные» (ㅓ , ㅜ), нейтральными будут ㅡ и ㅣ . Также для корейского языка характерно фонетическое изменение согласных.

Рассмотрим наиболее частые явления:

Сингармонизм (глагольные суффиксы)	알 + 아요 → *알아요* [араё] ‘знает’, 웃 + 었어요 → *웃었어요* [усоссоё] ‘смеялся’
Сонорная ассимиляция	*십만* [щипман → щимман] ‘сто тысяч’, *거짓말* [коджитмаль → коджинмаль] ‘ложь’
Палатализация	*해돋이* [хэдоди → хэдоджи] ‘восход солнца’, *같이* [катхи → качхи] ‘вместе’
Прогрессивная ассимиляция	*음력* [ымрёк → ымнёк] ‘лунный календарь’, *설날* [сольналь → соллаль] ‘лунный новый год’
Регрессивная ассимиляция	*난로* [нанро → налло] ‘печка’, *연락* [ёнрак → ёллак] ‘общение’
Двойная ассимиляция	*압력* [амрёк → амнёк] ‘давление’, *목록* [мокрок → монгнок] ‘список’
Редукция гласных	보 + 아서 → *봐서* [поасо → пвасо] ‘посмотрев’
Выпадение гласных	가 + 아요 → *가요* [кааё → ка:ё] ‘идет’

Таким образом, при изучении любого языка нельзя забывать о фонетике, так она играет важную роль при устной коммуникации. Ведь если неправильно произнести какое-либо слово, можно не только изменить его значение, но и сказать что-то несуществующее, что помешает коммуникации с носителями.

М. Буглак

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КИТАИЗМОВ В КОРЕЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Изучив историю корейского языка, можно проследить, что заимствования входили в корейский язык с древних времен. Китайская культура, конфуцианство, китайская письменность, китайские слова, а также буддийские письменные тексты имели огромное влияние на Корею и корейский народ.

Причина возникновения китайских заимствований связана с тем, что в течение многих веков официальным языком Кореи был китайский язык. Сегодня примерно 65 % словарного состава современного корейского языка образовывают слова китайского происхождения. Влияние письменного языка на разговорный вело к заимствованию китайских слов, а обратный процесс – влияние разговорного языка на письменный – приводил к тому, что иероглифическую письменность стали приспосабливать для записи корейских слов и корейских грамматических формантов. Все слова китайского происхождения могут быть записаны как иероглифами, так и корейской азбукой. Слова китайского происхождения (иероглифические комплексы) являются существительными, при этом они могут использоваться в качестве других частей речи путем присоединения вспомогательных глаголов и суффиксов.

Для счета в корейском языке используются два типа числительных. К первому типу относятся числительные исконно корейского происхождения, куда входят цифры 1–99. Ко второму типу относятся сино-корейские числительные, иными словами заимствованные из китайского языка. Две группы числительных используются при разных обстоятельствах.

Во многих случаях исконно корейское слово и китайское заимствование могут означать одно и то же. Корейцы выбирают тот или иной вариант, чтобы достичь надлежащего регистра в речи или письме и оттенить тонкие, неуловимые оттенки значения в соответствии с национальными традициями и обычаями общения. Иногда китайско-корейское слово имеет литературный или формальный стилистический оттенок и встречается в газетах и научных статьях.

Таким образом, можно сделать вывод, что китаизмы играют важную роль в языке, обогащая его различными оттенками значений. Огромный пласт лексики китайского происхождения продолжает активно использоваться в языке, особенно в более высоких стилях, а также на письме и в публицистике.

А. Зберановская

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОРЕЙСКИХ ХАНЧА И КИТАЙСКОГО ПИСЬМА

Ханча (*한자*) – китайские иероглифы, которые используются в письменности корейского языка. В настоящее время слова китайского происхождения обычно записываются с помощью корейского алфавита (хангыля), однако в газетах и, например, юридических текстах ханча встречаются довольно часто.

Ханча имеют корейское произношение, зачастую отличающееся от китайского языка. Например: *田* [tián] – *전* [chŏn]; *作* [zuò] – *작* [chak]. Ряд слов имеют схожее произношение: *中* [zhōng] – *중* [chung]; *工* [gōng] – *공* [kong]. Также могут совпадать первые звуки: *大* [dà] – *대* [dae]; *木* [mù] – *목* [mok]. Некоторые иероглифы в корейском языке имеют два чтения. Так, ханча *不 불* [pul] ‘нет’ может читаться как *부* [pu]:*不正 부정* [pu-chŏng] ‘несправедливость’ или как *불* [pul]: *不信 불신* [pul-sin] ‘недоверие’.

В большинстве случаев значение китайских иероглифов и корейских ханча совпадает: *心* [xīn] -*心 심* [sim] ‘сердце’;*白* [bái] –*白 백* [paek] ‘белый’. Примеры смыслового различия: *气* [qì] ‘воздух’ –*氣 기* [ki] ‘энергия, дух’; *立* [lì] ‘стоять’ –*立 립* [lip] ‘создавать’.

В Корее, в отличие от Китая, не производилось упрощение китайских иероглифов. Поэтому часто китайцы могут лишь догадаться о смысле слов, но не прочитать их: *学* [xué] – *學 학* [hak] ‘наука, учение’; *买* [mǎi] –*買 매* [mae] ‘покупать’. Некоторым китайским иероглифам соответствует один и тот же корейский слог. Например, слог *사* [sa]: *십사* [sib-sa] – *十四* [shí sì] ‘четырнадцать’; *상사* [sang-sa] – *上司* [shàng si] ‘директор’.

Что интересно, существуют даже псевдокитайско-корейские слова. Например: *외상* [we-sang] ‘кредит’. Ему часто приписывают значение китайского слова *外商* [wài shāng] ‘иностранный бизнесмен’. Но это исконно корейское слово. Также *당근* [tang-kŭn] ‘морковь’. Некоторые считают, что это сочетание двух иероглифов *糖* [táng] ‘сладкий’ и *根* [gēn] ‘корень’. Однако и это слово – корейское.

Таким образом, между китайскими иероглифами и ханча существуют неоспоримые различия, как лексические, так и фонетические. Поэтому можно сказать, что ханча существуют как отдельное явление, которое нельзя приравнивать к иероглифам в китайском языке.

В. Кузьмицкая, А. Шатило

БУЛЛИНГ: МОГУТ ЛИ КОРЕЙСКИЕ ДЕТИ БЫТЬ ЖЕСТОКИМИ?

В наши дни во многих корейских сериалах часто поднимаются темы школьного насилия, или буллинга. Это понятие обозначает травлю или издевательство над людьми. Несмотря на то, что Южная Корея – одна из самых безопасных стран, где редко совершаются преступления, эта проблема не обошла и ее.

По данным исследования Корейского института здравоохранения, почти каждый третий студент (32 %) начальных, средних и старших классов школ Южной Кореи является жертвой школьного насилия.

По результатам опроса, самая распространенная причина издевательств – «просто в шутку» (30 %). Около 19 % издевательств совершались «без особой причины» или «потому что поведение и внешний вид жертв были странными». Самый высокий уровень издевательств был отмечен среди учеников начальной школы – 2 %. Для учащихся средней – 0,8 %, а для старшеклассников – 0,3 %.

Именно поэтому в Южной Корее существуют законы против школьного насилия и буллинга, а также создан Институт профилактики школьного насилия при Университете Ихва.

За последние три месяца в Южной Корее против многих корейских знаменитостей были выдвинуты массовые обвинения в школьном насилии и издевательствах. Безусловно, некоторые из них являются ложными, но большинство случаев оказались правдивыми. Под угрозой также оказалась карьера одного из известных актеров, который снялся в корейском сериале «Силачка До Бон Сун», Ким Джи Су.

В феврале 2021 года анонимный пользователь, который учился вместе с Джи Су, написал, что актер и его группа хулиганов издевалась над ним и другими ребятами в средней школе вплоть до 2008 года. По его словам, Ким Джи Су только притворяется милым и улыбается на камеру.

Той же ночью актер опубликовал рукописное извинение, в котором признал свою вину. Он извинился перед теми, кого обидел и перед фанатами. Из-за скандала крупнейшая телерадиокомпания Южной Кореи отказалась от него в качестве ведущего актера популярного корейского сериала. Сцены с его участием были удалены и пересняты с другим актером.

В свете этих событий кинопроизводителями и рекламодателями было принято решение добавить штрафы в контракты знаменитостей.

В отличие от стран СНГ, где многие знаменитости, наоборот, пытаются извлечь выгоду и прославиться за счет своих скандалов, в Южной Корее подходят к этому категорично. Скандал может испортить карьеру знаменитости или же вовсе поставить на ней крест.

Ю. Плевако

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ВКРАПЛЕНИЯ В ТЕКСТАХ ПЕСЕН ЮЖНОКОРЕЙСКОЙ ГРУППЫ BTS

Использование английского языка в текстах песен можно обосновать поразному: для благозвучия текста и создания рифмы; для эмоционально-экспрессивного эффекта; для усиления коммуникативной функции самого текста песен.

Тексты песен всегда нацелены на определенного слушателя и содержат основную мысль, которую хотят донести авторы. Например, в строках *I wanna big house, big cars & big rings But … I dun have any big dreams* мы видим использование повторения прилагательного *big* для усиления контраста между желанием «огромного дома, больших машин и массивных колец», но при этом отсутствия каких-либо «больших или грандиозных мечт». Ощущение одиночества в строке *Lonely lonely lonely whale* передано с помощью сравнения с пятидесятидвухгерцевым китом, который является самым одиноким китом в мире из-за пения на такой частоте. Слово *whalien* из строки *I'm a whalien* является слиянием слов *whale* и *alien*, которые усиливают чувство невозможности быть понятым и услышанным. В строках *All the underdogs in the world A day may come when we lose But it is not today Today we fight*; *Today we will survive* и *Together we won't die* местоимение *we* указывает на то, что совместными усилиями всё возможно преодолеть. В строках *You make I to an O You make live to a love* интерес вызывают слова *live* и *love*, использование которых обыграно отличием всего одной буквой в первом слоге, и усиливают значение «любви» в «жизни». Строки *Louder than bombs, I break, Louder than bombs, I say, Louder than bombs, I sing* эмоционально-экспрессивны за счет сравнения с «бомбами», которые отражают процесс становления группы, когда участники проходили через трудности (*I break*), говорили о своих проблемах (*I say*) и аккумулировали весь опыт, превращая его в искусство (*I sing*). Строки *Tell me your every story Tell me why you don't stop this Tell me why you still walkin' Walkin' with us* являются призывом для фанатов группы рассказать свою историю, почему, несмотря на столько трудностей и преград, они всё еще остаются вместе с участниками группы и поддерживают их. Строки *Can you look at me? 'Cause I am blue and grey* с помощью использования названий цветов *grey* и *blue* передают ощущения одиночества и растерянности.

Таким образом, использование англоязычных вкраплений не затрудняет восприятие текста песни, а наоборот, убирает межъязыковой барьер, делая смысл, заключенный в тексте доступным и понятным людям, говорящим на разных языках. В такие моменты границы и преграды между людьми размываются и появляется чувство единения.

М. Шаблинская

ВЗАИМОВОСПРИЯТИЕ СОВРЕМЕННЫХ КОРЕЙЦЕВ И ЯПОНЦЕВ (на материалах видеоинтервью)

Между народом Южной Кореи и Японии исторически сложились непростые отношения. Можно выделить три основных спорных аспекта, которые отражают проблему в настоящее время: «станции утешения», существовавшие во время колонизации японцами Южной Кореи, неоднозначность статуса острова Лианкур (Токдо) и бойкотирование японской продукции на корейском рынке.

Что касается «станций утешения», 90 % опрошенных корейцев считают, что денежная компенсация от Японии не является искренним извинением. 10 % – воздержались от комментариев по этому вопросу. По результатам опроса в Японии 40 % опрошенных считают, что японское правительство сделало все возможное, чтобы уладить ситуацию. 10 % – заявили, что извинений было недостаточно, 50 % – воздержались от комментариев.

По результатам опроса населения Южной Кореи видно, что более 90 % называют острова Лианкур географически и исторически принадлежащими Южной Корее, а 10 % – не дали однозначного ответа. Опрос в Японии показал, что 40 % – считают острова Лианкур территорией Японии, а 60 % – предпочли не комментировать ситуацию.

Говоря о бойкоте японских товаров, 90 % корейских респондентов были возмущены, что в Японии наложили ограничения на поставки в Корею редких материалов, используемых для производства электроники, а также обсуждали исключение Южной Кореи из «белого списка» дружественных государств. По результатам опроса в Японии, 65 % – заявили, что они поддерживают наложение ограничений, а 30 % – считают, что от этого пострадает экономика Японии.

Несмотря на непростые отношения между странами, опрос в Южной Корее показал, что 80% – посещали Японию, 65 % – общаются с японцами, а 20 % – обучались в Японии. Также следует отметить, что 100 % опрошенных высказались положительно о японцах, назвав их добрыми и милыми людьми. Опрос в Японии показал, что 70 % опрошенных посещали Южную Корею, 75 % – общаются с корейцами. 100 % опрошенных также положительно отзывались о народе Южной Кореи.

Подводя итоги, можно выявить следующее: ужасные исторические события, произошедшие между Южной Кореей и Японией, предъявление обеих стран прав на владение территорией островов Лианкур, а также торговая война безусловно накладывают отпечаток на взаимовосприятие корейского и японского народов. Однако следует отметить, что личное мнение простых корейских и японских граждан друг о друге является положительным.

Круглый стол
«ЧЕЛОВЕК И ЯЗЫКИ»

Ю. Березовская

РЕЛИГИОЗНЫЙ ТЕКСТ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ: МАНИПУЛЯТИВНАЯ СЕМАНТИКА

Цель данного исследования – анализ манипулятивных трансформаций семантики лексических единиц библейского текста в религиозном учении неопятидесятников и выявление закономерностей и механизмов воздействия на сознание человека посредством вербального конструирования реальности.

Материалом данного исследования послужили тексты Стандартной Библии (NASB), Синодального перевода Библии, расширенной версии Библии (Amplified Bible/AMP), а также работа апологета неопятидесятнического культа К. Хейгина «Святой Дух и его дары».

Нами самостоятельно отобраны 8 объемных контекстов из книги «Первое послание к Корфинянам» расширенной версии Библии, в которых раскрывается вероучение культа. В ходе сопоставительного анализа выявлены семантические модификации лексических единиц, отмеченные в переводе AMP (сопоставление проводилось с греческим оригинальным текстом и текстом NASB). С целью уточнения семантических данных нами привлекались также Древнегреческо-русский словарь: около 70 000 слов (в 2 т.) И. Х. Дворецкого (1958) и Macmillan English Dictionary for Advanced Learners International Student Edition (2002).

Переводческая трансформация – преобразование, с помощью которого можно осуществить переход от единиц оригинала к единицам перевода. Е. В. Мусина выделяет следующие общие категории трансформаций: конкретизация, генерализация, добавление, опущение, модуляция (смысловое развитие, причинно-следственные замены), антонимический перевод и эквиваленция. Данные лексические модификации могут быть использованы с манипулятивной целью в рамках семантизации в ходе подмены понятий.

В процессе анализа текста AMP выявлено, что апологет движения неопятидесятников К. Хейгин использует такие манипулятивные приемы, как упрощение, семантизация, дробление, стилистические средства – метафоры, эвфемизмы и др. В расширенном переводе Библии присутствуют такие лексико-семантические трансформации, как конкретизация, лексическое добавление, компенсация, модуляция, метафоризация. Чаще всего неопятидесятники подвергают трансформации лексемы *another, power, interpret, gift, unknown*, что позволяет корректировать информационную составляющую текста: так, слово *power* ‘сила’ заменяется словом с более узким значением *efficiency* ‘продуктивность’, *gifts* ‘дары’ превращается в *endowments* ‘пожертвования’ (*of supernatural energy*) и т.п. Используются синонимы, которых нет

в оригинале (*interpret* ‘интерпретировать’ – *explain* ‘объяснять’ и т.п.), в текст вводятся отсутствующие в оригинале лексемы с заданными ЛЗ (*unknown language* и т.п.).

Семантические модификации лексем в тексте обеспечивают искажение общего пропозиционального содержания на макро- и микроуровнях его семантической организации. Декодирование знаков, пропущенное через адаптивные «фильтры» АМР, приводит к трансформации картины мира адресата и его добровольной изоляции от «классического» языкового социума, живущего в согласии с текстами NASB, и общества в целом.

Д. Блудень

НЕПРОСТЫЕ СЛОВА ВИТЕБЩИНЫ

Диалектные слова – особые слова, которые употребляют в речи жители какой-либо местности. Как правило, они незнакомы носителям литературного языка, которые подобные лексические единицы в речи не употребляют. Очень часто такие слова становятся частью БРСР (белорусско-русской смешанной речи, или «трасянки») и начинают функционировать как ее составные элементы.

Витебская область находится на границе с Россией, Латвией и Литвой, и устная форма разговорной речи формировалась на данной территории под влиянием белорусского, русского и балтийских языков. По нашим данным, в языке повседневного общения данной местности функционирует также немало слов, появившихся под влиянием польского языка.

Объектом исследования являются диалектные слова Витебщины и их этимология. В ходе целенаправленного опроса респондентов нами составлен корпус лексических единиц, функционирующих в повседневной речи жителей данной местности, предпринята попытка их этимологического анализа с привлечением авторитетных лексикографических источников.

1. ***Ванзэ́лак*** – ‘вещи, одежда, чемоданы’. Выражение *собрать ванзэлки* синонимично рус. *собрать манатки*. Как правило, используется в негативном ключе, но бывают исключения: *О, глянь, ужо з ванзэлками паехала!*.

2. ***Дро́бный*** – ‘маленький, миниатюрный’ (чаще всего используется для описания лица): *У неё дробное лицо.* Преимущественно употребляется на северо-востоке Витебской области.

3. ***Дэ́нка, до́нышко*** – ‘разделочная доска, доска для нарезки чего-либо’: *Подай мне дэнку. Хочу овощи нарезать; Хлеб режь не на столе, а на донышке! Дэнка* используется по всей территории Витебской области, а *донышко* преимущественно на северо-востоке.

4. ***Заушни́цы*** – распространенное слово в БРСР от белорусского *завушніцы* ‘серьги’ (приписывается ложная русская этимология). Встречается на всей территории Витебской области.

5. ***Ки́ха, дэ́нтка*** – ‘велосипедная камера’: *Снова киху пробил!; Надо дэнтку на роверы менять.* Встречается на Браславщине.

6. ***Ништо́*** – используется как синоним для слова *хорошо*, исключительно с положительным значением: *Як у вас з уражаем? – Ништо!; Суп ништо палучыуся!*. Встречается на юго-западе.

7. ***Ро́вер*** – ‘велосипед’, заимствование польского *rower*: *Да я на роверы у магазин паеду!*. Активно используется на юго-западе.

8. ***Побо́йня*** – ‘лентяй, лодырь, неумёха’: *Ну и побойня! Ни огород не выполола, ни окна не помыла!; Эта побойня даже траву скосить не может!*.

9. ***Смуро́дзина/смуро́д*** – ‘смородина’: *Ідзі набяры смуроду.* Встречается на всей территории Витебской области, но наиболее частотно на юго-западе.

10. ***Шашо́к*** – ‘хорёк’: *Шашок парэзау курэй.* Чаще всего встречается на юго-западе Витебской области.

Данные слова формируют активный словарный запас носителя языка, особенно в сельской местности, и чаще всего используются в речи старшего поколения. Функционируя в рамках БРСР, они, как правило, исчезают при переезде говорящих в городскую среду. Интересно, что жителям разных районов может понадобиться расшифровка этих непростых слов.

А. Буренкова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ВНЕЛИТЕРАТУРНОЙ ЛЕКСИКИ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ
(на материале романа М. Петросян «Дом, в котором…»)

Отличительной чертой языка художественной литературы является использование внелитературных элементов в особой, эстетической, функции. Так, например, в романе армянской писательницы Мариам Петросян «Дом, в котором…», опубликованном в 2009 году и переведенном Юрием Мачкасовым, для формирования портретов героев активно используется внелитературная лексика, в частности просторечия.

В ходе анализа текста нами было выявлено 109 просторечных элементов. Одним из основных способов их передачи стала **замена стилистически нейтральными языковыми средствами**. Приблизительно 50 % всех случаев употребления не были переданы в переводе романа (*«А вы говорили, помер!» – «Who said he was dead?», «Нанетта дрыхнет» – «Nanette is sleeping», «дал ему по морде» –* «*broke his face»*). Иногда переводчик компенсировал это, используя **сниженную английскую лексику для передачи нейтральных русских слов** (*«Они же невменяемые!» – «They’re all completely loony»*). Около 30 % просторечных слов и выражений были переданы благодаря **подбору эквивалентов из разговорной, сленговой или табуированной лексики** английского языка (*«Чертовы Логи» – «Damn Logs»; «Заткнитесь, придурки!» – «Shut up, you morons!»; ублюдки – bastards*). Следует отметить, что в тексте прослеживается тенденция к **использованию**

сленговых единиц, характерных для американской версии английского языка (*братишка – pardner, «Шуты гороховые» – «assclowns»*). **Описательный перевод** применялся значительно реже (около 7 %) и в основном использовался **для перевода фразеологических единиц** (*«Вечно на нас все шишки валят» – «They always try to blame us for everything»*). В единичных случаях перевод просторечия отсутствовал (*«Какой это к черту лист» – «That's no leaf»*).

Таким образом, основной задачей переводчика при работе с просторечной лексикой является достижение максимальной эквивалентности и сохранение возложенного на нее коммуникативного эффекта. Тем не менее следует заметить, что использование стилистически нейтральной лексики оказалось самым распространенным способом перевода просторечий данного текста. Проведенный анализ показал, что различие языковых систем не позволяет свести переводческую деятельность к механической замене единиц исходного языка на единицы языка перевода. Если переводчик не может подобрать эквивалент в одном месте, то он вправе использовать замену в другом. В таком случае эквивалентность обеспечивается не на уровне языковых единиц, а на уровне всего текста.

К. Вераскоўская

КАШЭЧЫ СЛЕД У ЕЎРАПЕЙСКАЙ І АЗІЯЦКАЙ ФРАЗЕАЛОГІІ
(на матэрыяле англійскай, беларускай і японскай моў)

Фразеалагізм (фразеалагічная адзінка, ФА) – уласцівае толькі дадзенай мове ўстойлівае спалучэнне слоў, значэнне якога не вызначаецца значэннем узятых паасобку слоў у яго складзе. Мэта працы – выяўленне семантычнага патэнцыялу ФА, а таксама ўніверсальных і спецыфічных з'яў у структуры і семантыцы англійскіх, беларускіх і японскіх фразеалагізмаў з кампанентам – найменнем жывёлы з сямейства кашэчых. Матэрыял даследавання – 210 японскіх, 94 англійскіх і 53 беларускіх самастойна адабраных ФА з кампанентам – найменнем жывёлы з сямейства кашэчых.

У англійскіх ФА лексіка-семантычная група (ЛСГ) «Жывёлы з сямейства кашэчых» прадстаўленая 5 лексемамі: *cat* 'кот' (67 ФА), *lion* 'леў' (15 ФА), *tiger* 'тыгр' (8 ФА), *kitten* 'кацяня' (3 ФА) і *leopard* 'леапард' (1 ФА). У японскіх ФА ўжываюцца 4 лексемы: 虎 *tora* 'тыгр' (98 ФА), 猫 *neko* 'кот' (94 ФА), 獅子 *shishi* 'леў' (18 ФА) і 豹 *hyo* 'леапард' (5 ФА). У беларускіх ФА вылучаецца толькі лексема *кот* (37 ФА), магчымыя варыянты – *кошка* (9 ФА), *котка* (4 ФА), *каток* (3 ФА).

Падчас даследавання выяўленыя тыпы міжмоўных фразеалагічных адпаведнасцей: безэквівалентныя фразеалагізмы, монаэквівалентныя фразеалагізмы, абмежавана/часткова супадаючыя ФА, фразеалагічныя аналагі.

Вучоны А. А. Патэбня сцвярджаў існаванне сістэм словаў, аб'яднаных на аснове асацыятыўна-псіхалагічных сувязей. У даследуемых ФА адлю-

строўваюцца наступныя асацыятыўна-семантычныя сувязі: «леў – небяспека» (англ.), «тыгр – небяспека» (яп.), «тыгр – вялікі, дабрадзейны чалавек» (яп.), «кот – нягодны, шкадлівы чалавек» (беларус., англ., яп.).

Пры супастаўляльным аналізе англійскіх, беларускіх і японскіх фразеалагізмаў мы карысталіся класіфікацыямі ФА Д. А. Дабравольскага і Т. Г. Герасімцавай, згодна з якімі ФА класіфікуюцца як ідыёмы, калакацыі, прыказкі, устойлівыя фразеалагічныя выразы з іерогліфаў (四字熟語 *yojijukugo*).

У групе японскіх ФА найбольш распаўсюджаныя прыказкі і прымаўкі, а ў групе англійскіх і беларускіх – ідыёмы. Некаторыя групы фразеалагізмаў (калакацыі, *yojijukugo*) уключаюць у сябе адзінкі толькі японскай мовы, у той час як англійскія і беларускія ФА былі прылічаныя да ідыём або прыказак. Найменш распаўсюджанымі сярод японскіх ФА з'яўляюцца *yojijukugo*. Сярод беларускіх ФА колькасць ідыём саступае колькасці прыказак, у англійскіх ФА – адваротная сітуацыя. За выключэннем ФА японскай мовы, у большасці фразеалагізмаў прэвалюе адмоўная канатацыя. Мы тлумачым гэта нязгодай соцыуму з негатыўнымі праявамі прыроды чалавека і імкненнем выразіць гэта вербальна сродкамі фразеалогіі. Большасць ФА мае вытокі з непасрэднага жыццёвага вопыту народаў, якія з цягам часу пачалі атаясамліваць катоў з людзьмі і даваць адзнаку дзеянням ці рысам чалавека з дапамогай апісання кашэчых звычак. ФА цесна звязаныя як з фонавымі ведамі носьбітаў мовы, іх практычным досведам, так і з культурна-гістарычнымі традыцыямі народа.

А. Вярбіла

ТАКІЯ ЦІКАВЫЯ БЕЛАРУСКІЯ СЛОВЫ

Ранняе дзяцінства – сензітыўны перыяд для засваення мовы. Маўленне фарміруецца на падставе жывой камунікацыі, часам з яе клішэ (фанетычнымі, лексічнымі, марфалагічнымі, сінтаксічнымі і інш.). Спасціжэнне і вывучэнне моўных рэалій адбываецца ў кантэксце і праз яго. Што адбудзецца, калі выцягнуць словы з утульнага семантычнага асяроддзя? У патрэбным месцы і ў патрэбны час іх разуменне не выклікае праблем. Але слова, якое згубіла сувязь з кантэкстам, магчыма, часткова страчвае ў ім і сваю дэфініцыю.

Матэрыялам для працы паслужыў тэкст паэмы Якуба Коласа "Новая зямля". Агульны аб'ём выбаркі склаў 90 слоў, з якіх былі сфарміраваны 2 спісы эксперыментальнага корпуса: у першым – асобныя словы, у другім – яны ж у невялікім кантэксце. Перад рэспандэнтамі ставіліся наступныя задачы: 1) адзначыць, ці з'яўляецца слова знаёмым; 2) вызначыць часціну мовы, да якой слова належыць; 3) перакласці слова на рускую мову (пры немагчымасці перакладу адзначыць гіперонім альбо лексіка-семантычнае поле); 4) распрацаваць такім жа чынам выбарку ў кантэксце.

Апрацоўка вынікаў паказала, што без семантычнага суправаджэння дакладнае вызначэнне часцін мовы ў многіх выпадках немагчыма. Так, напрыклад, канчатак множнага ліку назоўнага склону назоўнікаў *-ы*/*-і*, быў вызначаны рэспандэнтамі як канчатак прыметнікаў адзіночнага ліку мужчынскага роду *(шаты, модлы, казуркі)*, а канчатак *-а* назоўнікаў першага скланення з'явіўся для рэспандэнтаў паказчыкам прыслоўя *(цапільна, загана)*.

Пры верным вызначэнні часціны мовы далейшая дэшыфроўка адбываецца таксама на падставе фармальных прымет. Адсюль невыпадковыя памылкі ў аднясенні намінацыі прадмета да адушаўлёных альбо неадушаўлёных назоўнікаў. Так, суфіксы абстрактных назоўнікаў *-осць* і *-от-* паўплывалі на пераклад слоў *ягамосць* і *блазнота.* Афікс *-ак-* з флексіяй *-а* (*верашчака*) быў суаднесены з назоўнікамі першага скланення агульнага роду (*забіяка, салапяка*). А афікс *-нік* у складзе слова *пастаўнік* безумоўна вызваў памылковыя асацыяцыі з адзінкамі *настаўнік, кіраўнік*.

Асобную групу складаюць словы, адзначаныя як незнаёмыя, якія ў розных рэспандэнтаў атрымлівалі аднолькавы памылковы пераклад. Сэнс дастаецца альбо з марфем (*панарады, прыгрэбнік, ліпець*), альбо з фанетычнага афармлення слова і асацыяцый (*тнуць, цапстрыкі, фальбона, шалапуд*). У некаторых выпадках рэспандэнты няверна вызначалі сэнс слоў і нават прапанавалі антанімічныя варыянты (*туляга* 'бадзяга, беспрытульны' вызначаны як 'гультай, лодар' – 'працавік'). Таксама ўтварыўся блок слоў, які стабільна атрымліваў дакладны пераклад ад удзельнікаў, пры тым, што словы ўваходзілі ў катэгорыю "незнаёмыя". Сярод іх: *нарокам, пырнік, штаўхацца, самавіта* і інш.

Па нашых даных, з прад'яўленнем кантэксту назіраецца адваротная прапорцыя: паказчык "знаёмства" са словам памяншаецца, у той час як колькасць дакладных перакладаў павялічваецца ў 2,5 разы; а памылкі ў вызначэнні часціны мовы і адушаўлёнасці/неадушаўлёнасці зводзяцца амаль да нуля.

П. Гибкий

СПОСОБЫ СОХРАНЕНИЯ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ ПЕРЕВОДЕ МАТЕРИАЛОВ САЙТА ПАРКА «ВЕЛИКИЙ КАМЕНЬ» С РУССКОГО ЯЗЫКА НА КИТАЙСКИЙ

Предлагаемая работа посвящена изучению проблемы эквивалентности при переводе текстов, размещенных на сайтах предприятий «Великий камень» с русского языка на китайский.

Актуальность исследования заключается в пяти аспектах: востребованность китайского языка на рынке переводческих услуг, малоизученность проблемы эквивалентности белорусскими учеными, рост экономического сотрудничества между Беларусью и КНР; недостаточно высокое качество

перевода с русского языка на китайский; потребность в повышении имиджа белорусских компаний в КНР. С целью определить уровень сохранения эквивалентности в каждом анализируемом примере была применена классификация уровней эквивалентности В. Н. Комиссарова. Выводы: чаще всего использовались перестановки языковых элементов (шестнадцать случаев) и грамматические трансформация (пятнадцать случаев), которые представлены и при переводе нижеследующего фрагмента: ИТ (исходный текст) *Структура управления* соответствует ПТ (текст перевода) 管理架构 (‘управление структура’).

ИТ и ПТ передают идентичную цель коммуникации – указать на то, что у парка есть определенная модель управления (практически полное сохранение эквивалентности на первом уровне). ИТ и ПТ связаны с идентичной экстралингвистической ситуацией: создатель сайта и переводчик стремятся представить предприятие более привлекательным для покупателя (неполное сохранение эквивалентности на втором уровне). Способ описания в данном случае не представлен в ИТ и ПТ (неполное сохранение эквивалентности на третьем уровне). В ИТ и ПТ не совпадают порядок слов (*структура управления* в ИТ соответствует ‘управление структура’ в ПТ, была выполнена перестановка языковых элементов) и выражение падежа. Так, в китайском варианте 管理 ‘управление’ нет грамматической формы, указывающей на падеж существительного, в то время как в русской версии на родительный падеж указывает окончание *я: управление – управления*. Значит, была выполнена грамматическая трансформация (неполное сохранение эквивалентности на четвертом уровне). На пятом уровне (семантика) совпадение полное благодаря перестановке языковых элементов и грамматической трансформации.

Данная работа может быть использована в обучении русско-китайскому переводу.

Е. Головач

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК ЭКСПРЕССИВНЫХ НАИМЕНОВАНИЙ ЛЮДЕЙ В РАССКАЗАХ А. П. ЧЕХОВА

Экспрессивные лексические единицы в художественном произведении служат как для выражения отношения говорящего к содержанию речи, так и для усиления воздействующей силы текста. Экспрессивные номинации лиц позволяют автору выразить свое отношение к герою и создать у читателя эмоционально-оценочное отношение к нему. Перевод номинаций-экспрессивов требует учета коннотативных значений слова.

В исследовательской практике к экспрессивной лексике наиболее регулярно относятся грубые, бранные слова, разговорная, просторечная, жаргонная лексика, а также слова, зафиксированные в словарях с пометами «презрительное, неодобрительное, уничижительное».

Чтобы описать механизм передачи экспрессивности при переводе наименований лиц с русского языка на английский, был проведен анализ 39 рассказов А. П. Чехова. В них мы выявили 97 негативнооценочных номинаций лиц, которые далее сопоставили с их эквивалентами в переводных текстах.

Проведенное исследование показало, что перевод экспрессивных (негативнооценочных) наименований лиц осуществляется с применением:

1) полных эквивалентов: *бесова балаболка – you devil's bauble*; *телепень – a clumsy lout*; *лежебока – a slug-a-bed, lazy-bones*; *холера – plague*;

2) частичных эквивалентов: *гадины* 'тот, кто совершил нечто отвратительное, мерзкое' – *reptiles* 'тот, кто ведет себя подло, раболепно; презираемый человек', *верзила* 'человек очень высокого роста и нескладного телосложения' – *ruffian* 'хулиган', *солдафоны* 'грубые, некультурные люди из военных' – *warriors* 'люди из военных'; *чинодрал* 'должностное лицо, берущее взятки' – *paltry government clerk* 'жалкий, ничтожный, мелкий государственный служащий', *official chap* 'незначительный чиновник'.

Исследование показало, что лексические единицы, оценочность которых составляет их прямое, денотативное значение, в некоторых случаях переводятся успешно (*балаболка, телепень, лежебока*), но слова этой же группы представляют значительные трудности для перевода (*солдафон, чинодрал*). Это объясняется тем, что у слов типа *балаболка, телепень* внутренняя форма затемнена настолько, что их оценочное значение является в то же время денотативным; у слов типа *лежебока* внутренняя форма прозрачна и усиливает оценку. Слова *солдафон, чинодрал* называют специфические явления социальной действительности, что требует от переводчика учета исторического контекста.

Трудности перевода экспрессивных наименований лиц связаны с тем, что экспрессия может создаваться средствами разных уровней (лексическими, словообразовательными средствами) и зависит от контекста (как вербального, так и исторического).

Н. Гордей

ПОЭТИЧЕСКИЙ ТЕКСТ В ПЕРЕВОДЕ: СЕМАНТИЧЕСКИЕ МЕТАМОРФОЗЫ

Перевод поэтических текстов требует от переводчика не только глубоких языковых знаний, но и творческого подхода, полного понимания содержания оригинального произведения и особенностей менталитета автора. При переводе поэтического текста задача осложнена наличием рифмы и ритма, а также мелодии (при переводе песен), поэтому перевод поэтического текста редко бывает дословным. Переводчик нередко вынужден решать, какие компоненты смысла важны для сохранения общего содержания произведения, какие можно элиминировать, а какие – добавить.

Материалом нашего исследования послужили профессиональные и любительские переводы поэзии, песен из мультфильмов, аниме и компьютерных игр. Цель исследования – выявить возможные семантические метаморфозы текста в ходе перевода и обосновать принятые переводчиками решения.

Классические стихотворения венгерских авторов Й. Аттилы «Születésnapomra» и Ю. Дьюли «Milyen volt», помимо строгой рифмы, имеют необычную форму. Отметим, что в процессе перевода первого произведения на английский язык сохранены особенности формы, но трансформирована его сематическая организация, например: номинация *Hazám* ‘мой дом’ переведена как *Hangary* ‘Венгрия’; а упоминание реального стихотворения автора *a «Nincsen apám» versem* ‘мое стихотворение «У меня нет отца»’ – как *my «father» poem* ‘мое стихотворение об отце’. Перевод стихотворения Ю. Дьюли «Milyen volt» точно передает атмосферу и содержание, отступая от формы текста оригинала. Единственная обнаруженная нами метаморфоза сохраняет семантический облик текста и вписывается в общую стилистику произведения: *Milyen volt hangja selyme, sem tudom már* ‘Каков был шелк ее голоса, я уже тоже не помню’ переведено как *Her silken voice is now beyond recalling* ‘Ее шелковый голос теперь вне воскрешения в памяти’.

В ходе перевода песенных текстов передать оригинальное содержание при условии сохранения формы, на наш взгляд, сложнее. Примером элиминации компонентов смысла в переводе стал русскоязычный вариант диснеевской песни «Стар против Сил Зла», где отсутствует строка *I think that strangers are just friends you haven't met* ‘Я думаю, незнакомцы – это друзья, которых ты просто не встречал’. Зато дважды встречается слово *принцесса*, отсутствующее в оригинале и заимствованное из сюжета мультсериала. В переводе «Песни Присциллы» из компьютерной игры «Ведьмак 3» по мотивам произведений А. Сапковского строка *The wish I whispered, when it all began* ‘Желание, что я прошептал, когда всё это началось’ звучит как *Когда в желанье я облек влеченье*, что затрудняет распознавание сюжета рассказа «Последнее желание» респондентами.

Таким образом, в процессе художественного перевода поэтический текст нередко подвергается семантическим трансформациям, что, однако, не препятствует пониманию общего содержания оригинального произведения как знака той или иной культуры.

У. Горленко

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА БЕЗЭКВИВАЛЕНТНОЙ ЛЕКСИКИ В ТЕКСТАХ СМИ
(на материале английского и русского языков)

Безэквивалентная лексика, по определению В. Н. Комиссарова, – это «единицы исходного языка, которые не имеют регулярных соответствий в языке перевода». Причинами существования безэквивалентной лексики являются различия лексических систем переводящего и исходного языков.

Для анализа способов перевода безэквивалентной лексики в текстах СМИ нами были исследованы 30 статей и их переводов, представленных на русском и английском языках. Всего на основании проанализированного материала методом сплошной выборки нами было выявлено 34 предложения, где есть примеры перевода безэквивалентной лексики с русского языка на английский, и 46 предложений, в которых представлен перевод безэквивалентной лексики с английского языка на русский.

В процессе исследования обнаружено, что такой способ, как **транслитерация/транскрипция,** используется в переводах на русский и на английский языки достаточно часто, в процентном соотношении его употребление приблизительно совпадает (41,1 и 43,5 % соответственно). Приведем пример этого способа: *Ракета «Союз-2.1а» с кораблем стартовала с Байконура. – Russia's Soyuz-2.1a rocket blasts off from Baikonur spaceport.*

Описательный перевод используется при переводе с английского языка на русский в 2,5 раза чаще (21,7 %), чем с русского на английский (8,8 %). Пример: *Мы участвовали в «Золотой шайбе», ездили на матчи. – We participated in the Golden Puck tournaments for kids and played home and away games.*

Количество примеров, в которых представлено **калькирование**, приблизительно одинаково (17,6 % – в переводах с русского языка на английский и 17,3 % – в переводах с английского языка на русский). Приведем такой пример: *I mused that I could be doubly fashionable by also jumping into the burgeoning field of cryptocurrencies. – Я подумал, что мог бы стать вдвойне модным, если одновременно прыгну на цветущее поле криптовалют.*

Приближенный перевод используется в 6 раз чаще при переводе на английский (26,5 %), чем при переводе на русский язык (4,3 %). Например: *В этом году с учетом бакалавриата и магистратуры – 180 человек. – This year there are 180 of them – future holders of bachelor's and master's degrees.*

Генерализация мало представлена в переводах с русского языка на английский (2,9 %), в переводах с английского языка на русский используется немного чаще (4,3%). Пример этого способа перевода: *In the video, Musk is seen reading a passage from Carl Sagan's book Pale Blue Dot. – В ролике Маск читает отрывок из книги астронома Карла Сагана «Голубая точка».*

Конкретизация также мало представлена в переводах с русского языка на английский (2,9 %), однако в переводах с английского языка на русский встречается в 3 раза чаще (8,7 %). Например: *Disney's new heroine representing 670 million people. – Как новая героиня Disney представляет Юго-Восточную Азию.*

В. Данилович

ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ АВТОМОБИЛЬНЫХ ТЕРМИНОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Структура автомобильной терминологии в английском языке имеет ряд особенностей. Классификация терминов опирается на сферу их применения для структуризации по направлениям. В пределах большой группы автомобильных терминов можно выделить две тематические группы: 1-я группа «Конструкция автомобиля», которая распадается на две подгруппы: «Виды и типы автомобилей» и «Устройство: системы, узлы и детали»; 2-я группа «Техническая эксплуатация», внутри которой выделяют три подгруппы: «Диагностика», «Ремонт», «Тюнинг», при этом последнюю можно разделить на «Внешний тюнинг», «Основной тюнинг» и «Опциональный тюнинг».

По морфологическому строению все термины делятся на термины-слова и термины-словосочетания – однокомпонентные и многокомпонентные термины, соответственно. Многокомпонентные термины мы назовtм терминами-словосочетаниями, выделяя простые термины-словосочетания, состоящие из двух компонентов (*washer switch, spare tire, reclining lever*), и сложные, состоящие более чем из двух компонентов (*turn signal switch, heated seat switch, steering switch for audio*). При этом доминирующим типом в рассматриваемой терминологии являются сложные (двух- и трехкомпонентные) термины, что говорит о стремлении английской терминологии автомобилестроения избавиться от чрезмерной структурной и смысловой перегруженности.

Пятикомпонентные термины встречаются крайне редко, в основном в обозначениях разъемов мелкой электрики, и зачастую имеют модель «A+N+N+N+N» (*automatic drive positioner control unit*).

Интересно, что автомобильные термины, обозначающие одно и то же понятие, в британском и американском вариантах английского языка могут звучать абсолютно по-разному: *accumulator* (брит.) – *battery* (амер.); *bonnet* (брит.) – *hood* (амер.).

В отдельную категорию также можно вынести сленг. Зачастую эти слова обозначают не конкретные агрегаты и процессы, а людей, тесно связанных с автомобилями. Так, слова *petrolhead* или *gearhead* используются для обозначения человека, который без ума от автомобилей.

Множество автомобильных терминов зародились, прошли проверку временем и закрепились в мировом сознании именно в рамках этой системы. Потому большинство процессов, происходящих внутри англоязычного автомобильного сообщества, являются эталонными для других стран мира, пути развития которых неразрывно связаны с этой системой. Английская автомобильная терминология – это своего рода ориентир и источник заимствований для других стран мира.

А. Дерибо

ЧТО АНГЛИЧАНИНУ – LOVE, ТО НЕМЦУ – LIEBE

Восприятие одного и того же концепта может сильно разниться в силу лингвокультурных различий носителей английского и немецкого языков. Цель нашего исследования – выявить универсальное и специфическое в репрезентации концепта «любовь» в английской и немецкой паремиологии.

Материалом нашего исследования послужили отобранные посредством сплошной выборки 74 английские паремии и 60 немецких паремий о любви. Источниками материала послужили авторитетные словари: «Большой англо-русский фразеологический словарь» А. В. Кунина (1984), «English proverbs and sayings» С. Ф. Кусковской (1987), Русско-немецкий словарь пословиц и поговорок М. Я. Цвиллига (1984), «300 allgemeingebräuchliche russische Sprichwörter und sprichwörtliche Redensarten» Г. Л. Пермякова (1985).

В рамках любовного паремиологического фонда на английском и немецком материале нами выявлены следующие семантические группы паремий: 1) «Любовь как брачный союз»: *To cast one's lot with somebody* (англ. – 36,4 %, нем. – 28,3 %); 2) «Любовь как обман»: *Liebe macht blind* (англ. – 13.5 %, нем. – 25 %); 3) «Любовь как духовная ценность»: *Achtung ist besser als Gold* (англ. – 6,8 %, нем. – 18,3 %); 4). «Любовь как страдание»: *Every heart knows its ache* (англ. – 14,9 %, нем. – 8,3 %); 5) «Любовь как произвольное чувство»: *Dem Herzen kannst du nicht befehlen* (англ. – 2,6 %, нем. – 16,6 %); 6) «Любовь – страсть, вспышка чувств, притяжение»: *Passion will master you if you don't master yourself* (англ. – 10,8 %, нем. – нет); 7) «Любовь как ревность»: *Love is never without jealousy* (англ. – 1,3 %, нем. – нет); 8) «Любовь как интрижка»: *Affair of the heart* (англ. – 5,4 %, нем. – нет); 9) «Любовь как не знающее преград чувство»: *Love loves at locksmith* (англ. – 8,1 %, нем. – нет); 10) «Любовь как хрупкое чувство, которое легко потерять»: *Liebe und Haß liegt dicht bei einander* (англ. – нет, нем. – 3,3 %).

Отметим сходство в восприятии любви у англичан и немцев. Наиболее частотными лексемами в составе паремий, по нашим данным, являются: *love – Liebe, Minne; to love – Lieben; heart – Herz; marriage – Heirat; blind – blind, voreingenommen; ache – Wehe.* Общей для английской и немецкой паремиологии является большая процентная доля семантической группы «любовь как брачный брак» (36,4 % – англ., 28,3 % – нем.), что, на наш взгляд, говорит о большой значимости брака в обеих культурах.

В английской паремиологии концепт «любовь» предстает более разносторонним и многогранным, что подтверждает и больший корпус обнаруженных паремий, и большее количество семантических групп, репрезентирующих любовь, выявленных в английском паремиологическом фонде в сопоставлении с немецким. В немецкой паремиологии не представлены такие аспекты любви, как интрига, страсть и ревность, но акцентирована хрупкость любви. Одновременно особенностью немецкой паремиологии является боль-

шое разнообразие паремий, в составе которых активны лексемы, обладающие негативной коннотацией: *Gewalt* – ‘насилие’, *Haß* – ‘ненависть’, *Befehlen, erzwingen, unterdrücken, lassen* – ‘заставлять’.

Ю. Джумков

СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ ЯПОНСКОГО ЯЗЫКА В ДИАЛЕКТОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

В силу исторических особенностей в Японии получили развитие многочисленные диалекты. Различия между ними всегда были значительными и, несмотря на то, что многолетней языковой политикой их пытались искоренить, они сохранились и продолжают активно использоваться. Сейчас диалекты Японии представляют большой интерес для лингвистов и много изучаются как японскими, так и зарубежными учеными.

Одним из способов изучения диалектов является лингвистическое картографирование. Существует лингвистический атлас и для японского языка: 日本言語地図 [nihon gengo chizu] – «Лингвистический атлас Японии» (mmsrv.ninjal.ac.jp/laj_map). Этот ресурс представляет собой отсканированные изображения диалектологических карт Японии, которые выпускались в период с 1966 по 1974 гг.

Атлас собирался полевым путем и включает в себя шесть томов по пятьдесят карт каждый. В первый том входят карты фонетических явлений и прилагательных. Во второй – глаголов. В тома с 3-го по 6-й входят существительные, разделенные тематически: 3-й том – части тела, термины родства, детские игры и игрушки; 4-й – повседневная жизнь, сельское хозяйство и продукты питания; 5-й – животные и растения; 6-й – явления природы, погода и время.

Карта представлена следующими параметрами: 1) легенда, где указан номер карты, лексема (записана азбукой хирагана и иероглифом в скобках, а также дан английский перевод), список вариантов лексемы и соответствующие им символы; 2) карта Японии с отмеченными символами местностями, где соответствующие им лексемы были употреблены информантами; 3) вопрос, заданный информантам, и иллюстрация. Если лексему нельзя изобразить графически, составители использовали определение, избегая употребления стандартной формы.

Целью исследования являлось установление географических различий японского языка и прояснение границ диалектных ареалов.

Анализ карт с существительными показал, что на 24,5 % карт можно наблюдать диалектный ареал в пределах острова Хоккайдо, на 17 % – границы проходят по территории региона Тохоку, на 7,5 % – по территории региона Канто, на 13 % – по территории региона Кансай, на 21 % – по территории региона Хокурику, на 5 % – по северу региона Тюгоку, на 5,5 % – по югу острова Сикоку, на 10,5 % – по югу острова Кюсю.

Однако чаще всего (60 %) особые диалектные формы встречаются на островах Рюкю. Несмотря на то, что многие ученые считают язык островов Рюкю родственным японскому, но всё же самостоятельным языком, в самой Японии он не признается, а его диалекты считаются частью диалектов японского языка. Именно язык архипелага Рюкю в период насаждения стандартного языка и борьбы с диалектами подвергался наибольшим гонениям. На каждом острове функционирует свой диалект-язык, но основным является диалект самого крупного острова Окинава.

Д. Зобнина

OBEY YOUR THIRST: ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНОВ

Сегодня существует множество успешных компаний, слоганы которых крутятся на языке у покупателей по всему миру. Слоган – это яркая, лаконичная фраза, отражающая суть рекламного сообщения, направленного компанией на потребителя.

В центре нашего внимания – функциональные особенности англоязычных рекламных текстов. Нами самостоятельно были отобраны слоганы телевизионных рекламных кампаний наиболее популярных на белорусском рынке продуктов, размещенные на телеканалах ОНТ, НТВ и на YouTube. Русскоязычные версии рекламных роликов были подготовлены профессиональными переводчиками и официально одобрены производителями продукции.

При переводе слоганов основным является сохранение коммуникативной задачи исходного текста. В первую очередь необходимо обращать внимание на проблемы социолингвистической адаптации рекламного текста, а не на исключительно языковые тождество/различия. Для переводчика важно знание не только теоретических основ перевода, но и социокультурных, психологических и других различий между оригинальным и переводным текстом. Именно социолингвистические факторы становятся решающими.

В. Н. Комиссаров использует следующую классификацию по способу перевода: транслитерация, транскрипция, калькирование, описательный перевод. Перевод самого названия торговой марки – наименее проблемная задача. Общепринятые способы – транскрипция и транслитерация иноязычных слов. Калькирование и описательный перевод при передаче названия бренда применяются сегодня, по нашим данным, довольно редко.

Одним из способов создания яркого эмоционального образа является использование идиом, однако здесь переводчик также может столкнуться с рядом трудностей, в частности, с поиском наиболее точных эквивалентов фразеологизма, так как буквальный перевод идиоматических выражений допустим редко. Необходимо учитывать лингвокультурную составляющую коммуникации и реакцию «чужого» адресата рекламного текста.

Нередко переводчики прибегают к адаптивной рекламе и используют следующие способы.

1. Вольный перевод: *Sprite: Obey your thirst* (дословно – ‘Подчинись своей жажде’) – *Sprite: Не дай себе засохнуть*.

2. Креативный перевод (используются окказиональные неологизмы): *Hungry? Grab a Snickers – Проголодался? Сникерсни!*.

3. Эмоционально насыщенный перевод: *Bounty: ‘A taste of paradise’ – Bounty: Райское наслаждение*.

Залог успешной рекламы – сохранение оригинального посыла ее создателей, заданной прагматической рамки и по возможности семантической организации текста, а также его грамотная социолингвистическая адаптация.

П. Карасёва

СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ ОККАЗИОНАЛИЗМОВ В КОЛЛЕКТИВНЫХ ОНЛАЙН-СЛОВАРЯХ НЕМЕЦКОГО СЛЕНГА

В теории лексикографии до настоящего времени практически не упоминались новые понятия, которые возникли в ходе развития информационно-коммуникационных технологий. Одно из таких понятий – «коллективные (интерактивные) онлайн-словари», которые представляют собой форму развития электронных словарей. Особенность данных лексикографических ресурсов заключается в том, что они пополняются исключительно усилиями пользователей. Отдельный интерес представляют коллективные онлайн-словари разговорной лексики и сленга, которые не только дают представление о современном языке молодежи, но и являются кладезем их словотворчества.

Актуальность темы настоящего исследования состоит в том, что в данных словарях представлены окказионализмы, которые нельзя найти в других словарях. Эти словари дают доступ к окказиональной лексике, являющейся уникальной именно потому, что создается самими пользователями.

Целью настоящего научного исследования является определение способов образования окказионализмов, размещенных в коллективном онлайн-словаре немецкого сленга «Sprachnudel. Wörterbuch der Jetztsprache». В ходе работы были рассмотрены 317 лексем и выделены 7 способов их образования: префиксация, суффиксация, сложение, вербализация, аббревиация, контаминация и метафорический перенос. Например: *abfläzen* ‘расслабляться, отдыхать’ (← *fläzen* ‘сидеть развалившись’) – префиксация; *knappig* ‘узкий, маленький’ (← *knapp* ‘едва’) – суффиксация; *Backenzahnpflaster* ‘жевательная резинка’ (*Backenzahn* ‘коренной зуб’ + *Pflaster* ‘пластырь’) – сложение; *axten* ‘работать топором’ (← *Axt* ‘топор’) – вербализация; *INOKLA* ‘ученик, который следит за порядком в классе, когда староста ведет себя неподобающе’

(← *inoffizieller Klassensprecher* ‘неофициальный староста класса’) – аббревиация; *Affenmensch* ‘человек, склонный к бездумному копированию, подражательству или кривлянию’ (← *Affenmensch* ‘питекантроп’) – метафорический перенос; *datt* ‘утоливший жажду’ (← *Durst* ‘жажда’ + *satt* ‘сытый’) – контаминация.

Существует также 4 комбинации этих способов: префиксация + вербализация/субстантивация, сложение + префиксация/суффиксация, суффиксация + префиксация. Например: *Allumfassologe* ‘эрудит’ (← *all* ‘все’ + *umfassen* ‘содержать в себе’) – сложение + суффиксация.

Таким образом, можно сделать вывод, что способы образования окказионализмов в коллективных словарях немецкого сленга отличаются разнообразием. Наиболее часто встречаемые способы их образования – это сложение (37 %), метафорический перенос (19 %), контаминация (11 %), а также префиксация (9 %) и суффиксация (6,5 %) в сочетании с другими способами.

Т. Карпов

ИНДИЙСКИЙ ВКЛАД В ОКСФОРДСКИЙ СЛОВАРЬ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Словарь английского языка пополняется за счет различных национальных вариантов. Цель нашего исследования – определить, какие лексические единицы из индийского английского были включены в Оксфордский словарь английского языка. Гипотеза исследования заключалась в том, что основной массив лексических единиц в нашей выборке приходится на обозначения характерных для Индии явлений. Материалом исследования послужило 40 слов индийского английского, включенных в Оксфордский словарь английского языка.

Отобранные лексические единицы относятся к трем группам по происхождению.

1. Заимствованные из хинди, урду, бенгали, тамильского, маратхи (*bhindi* ‘окра’, *anna* ‘старший брат’, *dadagiri* ‘притеснение старшим братом или лидером’).

2. Созданные на основе исконно английского словаря (*shoe bite* ‘волдырь от неудобной обуви’, *lunch house* ‘ресторан’, *cousin brother* ‘двоюродный брат вашего поколения’).

3. Смешанные (*gully cricket* ‘уличная разновидность крикета’, *taxi wallah* ‘водитель такси’, *chakka jam* ‘блокировка дороги как форма протеста’).

Лексические единицы были разделены на следующие тематические группы, отраженные в следующей таблице.

Представленность тематических групп

Тематическая группа	Кол-во	Процент
Родство и социальные связи (*bapu* ‘отец’, *didi* ‘старшая сестра’)	11	27,5
Еда (*namkeen* ‘сухой перекус’, *mirch* ‘перец, чили’)	9	22,5
Объекты в населенных пунктах (*kund* ‘резервуар для воды’)	9	22,5
Дискурсивные маркеры (*bas* ‘довольно’, *chup* ‘заткнись’)	3	7,5
Профессии (*nai* ‘парикмахер’ *shuttler* ‘игрок в бадминтон’)	3	7,5
Другое (*jugaad* ‘концепция дешевого ремонта или создания новых вещей из старых’)	5	12,5

Таким образом, в английском языке находят отражение таких культурных реалий Индии, как сложная структура семьи, кастовая социальная иерархия, а также особенности национальной кухни (названия блюд и ингредиентов) и элементы инфраструктуры. Некоторые слова, характерные для индийского английского и вошедшие в Оксфордский словарь английского языка, обозначают «универсальные» понятия, актуальные и для других культур, например, *jugaad* и *shoe bite*.

А. Кершис

СЛАВЯНИЗМЫ В ТВОРЧЕСТВЕ К. ДОНЕЛАЙТИСА
(на материале поэмы «Времена года»)

Влияние К. Донелайтиса на литовскую литературу сопоставимо с влиянием Данте на итальянскую и Шекспира на английскую литературу. На территории Малой Литвы (Восточная Пруссия) в 1765–1775 гг. К. Донелайтис создал эпическую поэму «Времена года» (лит. «Metai»). Вследствие определенных историко-географических, социально-политических и других экстралингвистических связей в литовской литературе появилось произведение, вобравшее в себя богатые языковые традиции литовского языка. В тексте встречаются славянизмы, германизмы, слова-гибриды и диалектизмы.

Основным материалом исследования послужила выпущенная в 2013 г. Институтом языка и фольклора в Вильнюсе новая редакция поэмы «Времена года». Текст произведения является максимально приближенным к рукописи К. Донелайтиса и сохраняет диалектные особенности Малой Литвы сер. XVIII в.

Проанализировав 2961 строку (около 20 000 слов), посредством сплошной выборки мы отобрали 207 славянизмов. В этот список нами включены лексемы, которые несомненно или с большой долей вероятности заимство-

ваны в литовский язык именно из языков славянской группы. Верификация нами проводилась на основе словаря Института языка и фольклора «LKŽ» (t. I–XX, 1941–2002) (Вильнюс, 2013), и «Этимологического словаря русского языка» М. Фасмера (Москва, 2006).

Самые часто употребляемые лексемы: *durniai* – 4, *gadynė* – 3, *gaspadorius(ė)* – 29, *glupas* – 37, *gromata* – 4, *kytras* – 13, *kožnas* – 32, *mislyti* – 15, *sopàgas* – 5, *smirdas* – 7, *svietas* – 15, *svodba* – 15, *šutka* – 7, *ūlyčia* – 4, *viežlybas* – 24, *žėlėk* – 10.

Сосуществование славянских заимствований и лексем литовского языка, называющих одни и те же понятия, на наш взгляд, может объясняться стремлением автора избежать тавтологии (в тексте встречаются *kožnas* ‘каждый’ и *kiekvienas* ‘каждый’ и т.д.).

Нами выявлены следующие лексическо-семантические группы заимствованной лексики.

1. Пища: *kisielius* ‘кисель’ *grùčė* ‘суп из ячменной крупы’, *priprova* ‘приправа’, *sviklas* ‘свёкла’, *grikas* ‘гречневая крупа’, *pyvas* ‘пиво’, *pačėnka* ‘кусок печеного мяса’, ‘стейк’.

2. Кухонная утварь: *plėčka* ‘бутылка’, *kražūkas* ‘кружка’, *kašėlė* ‘плетеная корзина для хлеба, овощей’, *skauradá* ‘сковорода’, *čerpė* ‘черпак’.

3. Предметы одежды: *sopàgas* ‘сапог’, *ploštė* ‘шаль, плоток на плечи для женщин’, *kỹkas* ‘головной убор’, *sermėgà* ‘одежда из грубого сукна’.

4. Сословно-представительные отношения: *gaspadòrius* ‘хозяин’, *slūžáuninkas* ‘наемный рабочий’, *slūginė* ‘служанка’, *klãpčius* ‘посыльный, слуга’.

Кристионас Донелайтис создал поэму «Времена года» на языке предков о жизни и традициях народа. Поэт не только внес огромный вклад в сохранение лингвокультурной традиции Литвы, но также запечатлел тесные лингвистические связи литовского языка со славянскими.

В. Корело

«УЖАС ВО ПЛОТИ», ИЛИ ЕЩЕ НЕМНОГО О ВЕРБАЛИЗАЦИИ СТРАХА

Вербализация эмоций – важная составляющая жизни человека. Объектом нашего исследования являются вербальные средства реконструкции образа страха, пугающего начала в русскоязычных текстах.

Материалом нашего исследования послужили 25 рассказов в жанре крипипаста, авторами которых являются молодые интернет-пользователи сайта Kripipasta.com. Крипипаста – жанр интернет-фольклора, представляющий собой небольшие рассказы, цель которых – напугать читателя. Посредством сплошной выборки нами отобрано и проанализировано 85 заданных контек-

стов. На наш взгляд, целостный образ пугающего начала может быть структурирован следующим образом: визуальный образ, образ действия, звуковой образ и обонятельный образ (запах).

Выявлено, что наиболее частотными являются визуальный образ и образ действия (81,2 % от общего количества контекстов). Отметим, что в большинстве случаев (56,5 %) эти образы воссоздаются одновременно: *Меня пробрала дрожь. В дверном проёме я увидел медленно идущий силуэт по коридору. Сутулый, весь в лохмотьях, с черными длинными и грязными волосами. Кожа на лице была сухая, щеки впалые.* Визуальный образ автономно представлен лишь в 13,9 % контекстов: встречались как обычные для жанра ужасов образы страха (*Кожа слезала кусочками с её мышц и костей. Всё кровоточило. Волосы уже не были светлыми, а напоминали скатанные нити, перемазанные в крови. Я был в ужасе*), так и вполне неординарные (*Абсолютно белая скользкая голова и лицо без изгибов и волос. Ушей, носа и губ у него тоже не было. Только маленькие чёрные блестящие глазки неподвижно уставились на меня*). К образу действия (10,8 % контекстов) отнесены лишь те конструкции, преимущественно глагольные, которые пугают сами по себе: *Человек не может так двигаться! Ломаные, резкие движения. Она напоминала толстого паука, когда дёргано подползала ко мне. Именно подползала, так как обычной походкой ЭТО нельзя было назвать.*

В качестве звукового образа (17,6 % контекстов) часто выступают крик, стук или шаги: *За дверью раздался дикий вопль, принадлежавший соседу. От его душераздирающего крика душа у меня ушла моментально в пятки.* Однако отмечены и другие обычные для повседневной жизни звуки: *Её рот исказился в непонятной улыбке и издал такой звук... какой издаст ребенок, когда ест вкусную шоколадку... такой неподдельный радостный стон. Ноги у меня подкосились, и я упал.* Реконструкция запаха средствами языка выступает как наименее употребляемая модель вербализации образа страха – всего 1,2 % контекстов: *Воняло гнилью и чем-то протухшим. Кровь бешеным темпом разносилась по венам. Смрад пронзал сознание*.

Итак, по нашим данным, парадигма вербальных средств реконструкции образа пугающего начала разнообразна. Установлена иерархия данных языковых средств, выявлены тривиальные и нестандартные варианты моделирования образа страха в русскоязычных текстах.

Е. Мозова

НЕЙМИНГ В СФЕРЕ КОНДИТЕРСКОГО БИЗНЕСА

Нейминг (от англ. *name* ‘имя’) – это процесс разработки названия, под которым бренд или продукт регистрируется и выводится на рынок продаж. Основная задача, которая решается неймингом в сфере кондитерского бизнеса, – создание ярких, запоминающихся торговых имен. Материалом данного

исследования послужил корпус из 159 номинаций кондитерских изделий, сформированный нами самостоятельно в ходе изучения меню 6 заведений г. Минска. Отобранные заведения можно разделить на две группы:

1) заведения, специализирующиеся исключительно на изготовлении кондитерских изделий (сети французских пекарен-кондитерских «Thierry» и «BRIOCHE Paris», кондитерские «Valenka» и «Шоколадница»);

2) заведения, в которых кондитерские изделия составляют лишь небольшой сегмент от производимой либо реализуемой продукции (сеть ТЦ Green и сеть кафе-пироговых «Штолле»).

Каждая категория заведений г. Минска имеет свою аудиторию и в зависимости от потенциальных ожиданий покупателей формирует особую парадигму номинаций кондитерских изделий. Прагматический эффект при условии верного попадания в поле ожиданий потребителя обеспечивает увеличение объема продаж.

В ходе анализа установлено, что частотность заимствованных наименований и наименований, представленных на русском языке, зависит от места и стилистики конкретного заведения, которое осуществляет изготовление и продажу кондитерских изделий. Там, где на наименования возлагается функция воссоздания атмосферы выбранной тематики заведения, преобладают иностранные наименования, записанные буквами русского алфавита: *пирожное «Маскарпоне», пирожное «Версаль», пирожное «Акапулько», пирожное «Тирамису», пирожное «Лоуре», пирожное «Фрейзи»* и т.д.

Самыми многочисленными среди номинаций кондитерских изделий в г. Минске являются представленные нарицательными именами существительными (41,1 %); *пирожное «Картошка», пирожное «Ангел», пирожное «Фисташка-ваниль-малина», пирожное «Манго-Маракуйя», веганское пирожное «Авокадо»* и т.д. Отметим популярность наименований, выраженных словосочетаниями с использованием номинаций ингредиентов товара, построенные по схеме «имя сущ. (N1) + имя сущ. (N5)» (33 %): *тарталетка с соленой карамелью и фундуком, трюфель с вишней, макарон с черной смородиной, эклер с черной смородиной, тарталетка с грушей,* и т.д.

Наименования кондитерских изделий, в которых используются названия ингредиентов, вкусовых добавок, построенные по схеме «прил. + имя сущ.», встречаются достаточно регулярно (24 %): *чизкейк лимонный, эклер фисташковый, каннеле апельсиновое, каннеле ромово-ванильное, торт морковный* и т.д. Самыми редкими являются номинации, представленные именами собственными: нами обнаружены лишь 3 позиции – *пирожное «Анна Павлова», торт «Наполеон» и торт «Эстерхази»* (1,9 %).

М. Мороз, А. Шиманович

ГЕНДЕРНОЕ НЕРАВЕНСТВО В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Китайский язык является одним из тех языков, для которых характерна широкая гендерная непропорциональность, а именно адроцентризм: данная культурная традиция выдает мужское начало и всё мужское в качестве нормы, а женское начало и всё женское в качестве отклонения от этой нормы, что проявляется в языке на самых разных уровнях. Проанализировав материалы авторитетных лексикографических источников, мы выявили 4 основные группы языковых структур, в которых прослеживается четкая гендерная асимметрия:

1. Знаки письма (иероглифы) и их внутренняя организация: **媟** ‘держаться несерьезно, легкомысленно’, **媚** ‘ревновать, завидовать, 嫸 ‘уродливый’, **嫖** ‘посещать публичные дома’, **婪** ‘алчный”, 姗 ‘злословить’, **奸** ‘предательский’.

2. Языковые структуры разных уровней, построенные по схеме «м + ж»: **男女** ‘мужчины и женщины’, **爸爸**妈妈 ‘папа и мама’, **父母** ‘родители’, **子女** ‘дети’, 爷爷奶奶 ‘бабушка с дедушкой’, **公母** ‘самец и самка’ и т.д.

3. Устойчивые фразеологические сочетания:

a) Чэнъюи: **男**欢女爱 ‘влюбленные без ума друг от друга’, **儿女情**长 ‘сила любви крепка, нежные чувства’, **男尊女卑** ‘превосходство мужчины над женщиной’.

b) Пословицы и поговорки: **嫁**鸡随鸡，嫁狗随狗 ‘жена должна подчиняться мужу’, **嫁出去的女**，泼出去的水 ‘вышедшая замуж дочь все равно что пролитая вода’, 头大长，见识短 ‘волос длинный – ум короткий’.

4. Обращения к женщинам: **屋里的** ‘комнатная’, **内人** ‘внутренний человек’.

Гендерное неравенство в пользу мужского пола в китайском языке обусловлено мировоззрением. В основе этого лежит идеология конфуцианства, которая сильно повлияла на отношение к женщинам в древнем Китае. Женщина считалась созданием низким, способным только на рождение детей и содержание семьи. Другие ее права были сильно ограничены. Женщина являлась, скорее, товаром, чем полноправным членом общества.

Таким образом, ограничение прав женщины в традиционном древнем и средневековом, а зачастую и в современном, Китае влияло и влияет на формирование мировоззрения китайского народа и отражение его миропонимания в языке, в котором мы сегодня обнаруживаем черты гендерной непропорциональности на разных уровнях.

А. Нехай

NRAVIZZA: О ГРАФИЧЕСКОМ ОБЛИКЕ СОВРЕМЕННОГО МИНСКА
(на материале уличных вывесок)

Городская коммуникация – это коммуникация, осуществляемая в пределах городской среды с помощью различных наименований/сообщений – вывесок, афиш, плакатов и т.п. В рамках ономастики (комплексной науки о наименованиях) не так давно сформировался новый автономный раздел, объектом которого являются наименования деловых объединений людей – эргонимы. Именно эргонимы стали объектом нашего внимания. Цель исследования – выявить особенности графико-ориентированных инноваций в современной городской коммуникации.

Языковое пространство города не остается неизменным и постоянно преобразуется под влиянием неологизмов, различных диалектов, чужеродной культуры, становясь неоднородным. В современной действительности городская ономастика движется по пути инновационности. Мы предприняли попытку самостоятельного анализа графических инноваций в ономастическом пространстве современного города. Были исследованы 257 вывесок заведений общественного питания и 135 вывесок деловых объединений людей (материал отобран нами самостоятельно посредством сплошной выборки).

В работе проводится анализ вывесок по 3 критериям – рассматриваются их графические, орфографические характеристики и происхождение номинаций.

Мы классифицируем эргонимы в соответствии с тем, средствами какой графической системы и на каком языке они выполнены. Если мы имеем дело с различными графическими символами, используемыми на вывесках, то речь идет о названиях-графиксатах (это варианты слов, их дериваты и вербоиды). В отношении графического представления сложно проследить определенные тенденции: во многих случаях использование тех или иных вариантов трансформаций определяется видением владельцев заведения и дизайнеров. К синтаксическим средствам конструирования уличных контекстов относятся в том числе восклицательные и вопросительные конструкции.

Исследование городского ландшафта позволяет нам заключить, что успешность ресторана или частной компании непосредственно зависит не только от качества предоставляемых услуг, но и от визуального оформления их вывесок. Подчеркиваем, что выбор эргонима чаще призван привлечь наше внимание, пробудить интерес, который мы испытываем при виде необычной лексемы или затейливого графического оформления, а также информирует о том, что мы может получить, посетив данное заведение. Основными функциями успешно функционирующего эргонима являются информационная и рекламная.

Большинство заведений стремятся привлечь внимание потенциальных посетителей, заинтересовать интригующей вывеской, что часто ведет к размыванию общих графико-орфографических норм и колоссальному разнообразию реальных городских номинаций: *РаритетЪ; The бутер; GATS BY; ПЛОВ РУ.БАЙ; СОЛЬПЕРЕДАЙ; DRANIKI; Kvetku; буквaЕшка; KARTOFFEL; ZAVTRAKI 24; Терра pizza; Гнездо бусла/Busel House; ПроХодимец; BULBA ин да хаус; Ели тефтели* (буква *е* представлена в виде вилки) и т.п.

О. Никитенко

WE MUST NOT THINK OF THE THINGS WE COULD DO WITH, BUT ONLY OF THE THINGS THAT WE CAN'T DO WITHOUT: О ФУНКЦИОНИРОВАНИИ АНГЛИЙСКИХ МОДАЛЬНЫХ ГЛАГОЛОВ

Цель работы – выявление функциональных особенностей английских модальных глаголов и способов их перевода на русский язык. Источником материала послужили оригинальные тексты рассказов Дж. К. Джерома.

Неполная парадигма и многозначность английских модальных глаголов усложняют передачу смысла при переводе. По нашим данным, наиболее частотными оказались глаголы *can* и *could* преимущественно с семантикой физической/умственной возможности (45,7 %): *Though he couldn't have been more than fifteen – Хотя ему было лет пятнадцать*; *I could see he was nervous and excited – Я видел, что он взволнован и нервничает*. В обоих случаях модальность в переводе не передана лексически, однако в первом случае смысл искажен, во втором – сохранен.

Следующими по частотности идут глаголы *may/might* (16,7 %) и *must* в значении предположения, а не обязательства/необходимости (16,2 %): в текстах формальные глаголы *may* и *might* используются чаще в значении предположения, а вот разрешение и просьба передаются более неформальными глаголами *can* и *could*: *You might hear this tale from them, as I did, more years ago than I care to recollect – Они, возможно, расскажут вам эту повесть, как рассказали ее мне очень давно* (значение модального глагола переведено с помощью модального слова *возможно*); *She's always wanting me to go and see her. I really must – Она постоянно приглашает меня к себе. Надо будет непременно зайти* (использовано модальное слово *надо* и инфинитив); «*Kipper» must have had a bit of luck that day – Видно, Кильке в тот день удалось выручить изрядную сумму* (говором кокни передан модальном словом *видно* (разг.), а *видимо* (кн.)).

Глаголы *should* и *ought to* – следующие по частотности (10,7 %), причем глагол *should* встречался гораздо чаще, чем *ought to*: "*I should really be glad," he once confessed to me, "to get a little time to myself" – Право, – признался он мне однажды, – мне бы хотелось иметь немножко времени для самого себя* (при переводе модальный глагол передан условным наклонением, что нечасто встречается у других модальных глаголов). Глагол *should* чаще употреб-

ляется в значении совета/рекомендации, в то время как *ought to* выражает упрек, хотя в английском языке эти глаголы считаются абсолютно взаимозаменяемыми.

Глагол *shall* – самый редкий в рассказах (4,7 %): *Shan't be able to come Wednesday, he says, shall be at the Mansion House – В среду мне нужно сделать несколько зарисовок платьев в Меншен-хаус, так что я никак бы не мог прийти, – говорит он* (в переводе использована инверсия, явление нечастое, а также конструкция *нужно* + Inf. и условное наклонение).

Наиболее часто перевод английских модальных глаголов на русский язык осуществляется с помощью модальных слов, максимально полно передающих исходное значение. В иных случаях переводчики используют форму условного наклонения, инверсию; возможна элиминация модальных глаголов, что зачастую приводит к трансформации смысла контекста.

К. Нюнько

ЭВФЕМИЗМЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СОВРЕМЕННОЕ ОБЩЕСТВО (на материале текстов СМИ)

Эвфемизм – это слово или выражение, заменяющие другое, неудобное для данной обстановки или грубое, непристойное. Эвфемизация берет свое начало еще в далекой древности. Табуированные слова стали благодатной почвой для эвфемизации. Перефразирование порождает контексты, характеризующиеся следующими признаками: желательность/нежелательность, семантическая неопределенность, мелиоративность. С данной целью используются такие способы, как подмена значения, сужение значения, расширение значения, обогащение лексического значения семами неполноты признака или действия, использование заимствований, аббревиатур.

Функции эвфемизмов разнообразны – смягчающая, нормирующая, вуалирующая, эстетическая. Отметим, что в текстах СМИ проявляются и такие функции эвфемизмов, как экспликация косвенной авторской оценки и манипулятивная.

Источниками нашего материала послужили тексты ряда русских и белорусских СМИ: «Коммерсантъ», «Euronews», «Аргументы и факты», Тут.бай, а также новостные репортажи каналов НТВ, Россия 1, Russia Today и Радио Свобода, откуда посредством сплошной выборки нами были отобраны языковые контексты, сопровождающиеся эвфемизацией.

Эвфемизмы сегодня проникли во все сферы общественной жизни. По нашим данным, в разделе СМИ «Политическая жизнь» эвфемизмы широко используются с маскирующей функцией: имя А. Навального табуируется и заменяется эвфемистическими единицами *кто-то, какие-то политические силы, обормот и проходимец, этот персонаж, этот господин, «Саакашвили»* и др.; *крымский сценарий* используется в текстах вместо синтагмы *присоединение к России*; в передаче «Международная пилорама» фамилия В. Путина регулярно заменяется лексемой *начальник* и т.д.

В разделах «Экономика», «Культура» и «Социальная жизнь» слова-заменители также встречаются с завидной частотой: *афроамериканец*, а не *негр, лицо с сомнительной репутацией*, а не *жулик* и т.д. Замены не мешают объективной передаче фактов в текстах экономической и культурологической тематики, основная функция эвфемизмов – нормирующая: *дама пенсионного возраста* вместо *старая, колебания валютного курса* вместо *падение рубля* и т.д. Эвфемизмы в текстах социальной направленности нужны для смягчения номинаций нежелательных, негативных явлений: *первая древнейшая профессия – проституция*, *труженики сексуального фронта*, *ночные бабочки – проститутки малообеспеченные* вместо *бедные*, *нищие* и т.д.

В текстах современных СМИ эвфемистические единицы успешно используются с разными целями. Соблюдение норм этикета, морали и права требует постоянного присутствия эвфемизмов в текстовой реальности. Эвфемизмы становятся привычным атрибутом массмедиа. Дешифровка данных единиц не вызывает никаких коммуникативных затруднений у носителей языка.

А. Пошелюк

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ С АНГЛИЙСКОГО НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Бурное развитие компьютерных технологий породило множество новых терминов. Компьютерная лексика часто пополняется не техническими терминами, а терминами, образованными при помощи метафор на основе общеупотребительной лексики.

По способу образования выделяют следующие виды компьютерных метафор:

По сходству: *Ghostsite* – от англ. *сайт-призрак*: сайт, на который можно зайти, но который запущен и не обновляется. Подразумевается, что на таких сайтах, как и в домах с привидениями, ничего не происходит, нет живых людей. *Lurk* – от англ. *подстерегать*: присутствовать в чате, но не участвовать в нем. Метафора основана по аналогии с поведением некоторого типа людей, для которых свойственна молчаливость, немногословность в ходе разговора в большой компании людей. **По сходству функций:** *Bookmark* – от англ. *закладка*. Аналогия строится на сравнении с обычной книжной закладкой, с помощью которой можно быстро вернуться к интересующей пользователя странице книги или веб-странице. *Gateway* – от англ. *ворота*: вход в Интернет или в сеть, межсетевой интерфейс. Метафора строится на образе ворот в заборах, которые обеспечивают беспрепятственный доступ к противоположной стороне. *Motherboard* – от англ. *материнская плата*: объединительная плата. Метафора появилась из-за схожести работы компонента компьютера, который, как мама, объединяет всех членов семьи, соеди-

няет между собой все компоненты компьютера. *Skin* – от англ. *кожа*: вид программы на экране, расположение кнопок, дающих доступ к функциям. Метафора построена на схожести работы графических интерфейсов и кожи человека, чье предназначение – это скрывать важные элементы системы от посторонних глаз. *Firewall* – от англ. *огненная стена*, *брандмауэр*. Система защиты от несанкционированного доступа сопоставима с природным явлением – огненными стенами, прохождение через которые затруднено или невозможно. **По производимому впечатлению**: *Cobweb site* – от англ. *паутинный сайт*: сайт, который давно не обновлялся, как и редко используемые предметы, которые покрылись паутиной. *Demon* – от англ. *демон*: процедура, запускаемая автоматически при выполнении некоторых условий, то есть та, которая скрыта, но которую можно вызвать. **На основе аллюзии**: *Trojan* – от англ. «*Троянский конь*»: компьютерный вирус, маскирующийся под программу. Проводится параллель с Троянским конем из древнегреческой мифологии, в котором спрятались враги для нанесения сокрушительного удара в ходе Троянской войны.

Метафорический перенос в сфере компьютерной терминологий, сохраняющийся при переводе, помогает понять неизвестную область с помощью аналогий и аллюзий на основе известного и познанного, что облегчает овладение техническими терминами.

А. Редута

ЛЕКСИКО-СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ МЕДИЦИНСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В ПЕЧАТНЫХ МЕДИАТЕКСТАХ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Целью нашего исследования явилось проведение лексико-структурного анализа медицинской терминологии в печатных медиатекстах. Языковой материал в количестве 118 лексических единиц был собран методом сплошной выборки из 15 печатных русскоязычных статей журнала «Лабораторная служба» и некоторых других печатных изданий медицинской направленности. На основе *тематической классификации* мы выделили следующие группы слов и словосочетаний, соответствующие как сферам медицины в целом, так и определенным медицинским реалиям: *названия болезней, названия органов и тканей, названия медикаментов и химических соединений, названия участников медицинского процесса, названия методов диагностики и лечения, названия направлений медицины и названия процессов.*

С точки зрения структуры в каждой из представленных тематических групп лексики выделяются как *однословные* (простые и сложные), так *неоднословные* (состоящие из двух или трех слов) номинации. П р о с т ы е лексические единицы (*сосуд, плазма, мозг* и др.) представлены во всех рассматриваемых нами тематических группах и составляют 25 % от общего количе-

ства. Наибольшее количество простых единиц выявлено в группе «Названия органов и тканей» и составляет 46 % от общего объема лексических единиц в данной группе терминов. Сложные лексические единицы (*эндотелиоцит, яйцеклетка, миелокарциоцит* и др.) представлены во всех рассматриваемых нами тематических группах и составляют 30 % от общего материала. Наибольшее количество сложных единиц, которые встречаются в одной лексико-тематической группе, представлено среди названий болезней, что составляет 23 % от общего объема лексических единиц в данной группе. Неодносложные наименования – это лексические единицы, состоящие из двух и трех слов в составе словосочетаний (составляют 45 % от общего материала). Среди них двухсложные сочетания представлены в количестве 37 единиц (72 % от всех многословных наименований): *проточная цитометрия, антигенный профиль* и др. Трехсложные сочетания представлены в количестве 16 единиц (28 % от всех многословных наименований): *острая почечная недостаточность, малая хирургическая патология* и др. Самое большое количество составных единиц встречается среди названий болезней и составляет 32 % от общего количества наименований данной группы.

Таким образом, в соответствии с количеством представленных лексических единиц, самой значительной является группа «Названия органов и тканей» (26 %). Среди однословных номинаций во всех тематических группах преобладают сложные наименования (30 %), простые лексемы составляют 25 %. Среди многословных номинаций преобладают двухкомпонентные наименования (31 %). Главным словом в составе неоднословных составных терминов чаще всего выступает имя существительное (в 96 % случаев).

Д. Сай

ДЕЙСТВИТЕЛЬНЫЕ ПРИЧАСТИЯ В ВОСТОЧНОСЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКАХ: ОСОБЫЕ СЛУЧАИ

Цель данной работы – выявить особенности употребления действительных причастий в белорусском, русском и украинском языках. Мы делаем акцент на тех формах, которые имеют «маргинальный» характер – находятся за пределами строгой литературной нормы и/или не рекомендуются к использованию специалистами по культуре речи и стилистике. Материалом исследования послужили русско-белорусский и русско-украинский параллельные корпусы текстов на сайте Национального корпуса русского языка (ruscorpora.ru).

Среди восточнославянских языков действительные причастия настоящего времени широко распространены только в русском языке. В белорусском и украинском языках такие формы образуются при помощи суффиксов, похожих на русские (*-ущ-, -ащ-*): белорус. *вядучы, халаднеючы*, укр. *лежачий, співаючий*; однако существуют некоторые ограничения на использова-

ния этих языковых единиц. Действительные причастия настоящего времени встречаются у классиков: белорус. *Паветра напоена ціха пусцеючым мрокам* (М. Багдановіч). *Співаючия молодиці жартували, сміялись, аж луна розляглась по полю* (М. М. Коцюбинский). Но в современной литературной речи употребление подобных причастий не приветствуется, поскольку считается, что подобные формы отражают влияние русского языка. Так, при переводе с русского языка на белорусский или украинский языки действительные причастия чаще всего заменяются словами других частей речи или различными синтаксическими конструкциями, например: рус. *Пишущий эти правдивые строки сам лично*; белорус. *Аўтар гэтых праўдзівых радкоў*; укр. *Я, що пишу ці правдиві рядки*.

В русском языке ограничения на использования действительных причастий касаются только глаголов совершенного вида. Обычно такие глаголы не образуют причастий, но в некоторых случаях встречаются не вполне нормативные формы, которые называют причастиями будущего времени: *Как жалок человек, уже посетившую его силу света удержать не* ***сумеющий****!* (Святитель Филарет Московский). *Помню, в то время, когда я это писал, я считал себя Великим Писателем, рано или поздно* ***напишущим*** *гениальное произведение* (блог в интернете). *Я мог бы привести здесь сотни отрывков из книг Грина,* ***взволнующих*** *каждого, не потерявшего способности волноваться перед зрелищем прекрасного, но читатель найдет их сам* (К. Г. Паустовский). Исследование показало, что причастия будущего времени в русском языке находятся на периферии грамматической системы – и по частотности, и по степени грамматической приемлемости. При этом тот факт, что подобные языковые единицы используются в текстах разных жанров и разных эпох, показывает, что люди реализуют потенциал языка даже в том случае, если это запрещено строгими литературными нормами.

Д. Сергей

NOMBRA, ИЛИ ПУТЬ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА К ГЕНДЕРНОМУ РАВНОПРАВИЮ

Цель данного исследования – выявить функциональные и семантические особенности феминитивов в испаноязычных текстах электронных СМИ.

Материалом исследования послужили новостные тексты электронных СМИ на испанском языке: www.euronews.com и www.globalvoices.org. За период с 22.02.2021 по 28.02.2021 посредством сплошной выборки мы отобрали 118 статей с сайта www.euronews.com и 31 статью с сайта www.globalvoices.org. Все тексты были отобраны за один период с целью получения наиболее релевантных статистических данных.

В ходе анализа текстов www.euronews.com установлено, что новостные сюжеты данного портала характеризуется высокой степенью официальности, сдержанности и консервативности. Журналисты четко соблюдают уже закре-

пившиеся языковые нормы и не стремятся их опережать. Так, среди текстов www.euronews.com посредством сплошной выборки мы отобрали 43 текста, содержащие 116 вхождений феминитивов, что составляет 36,4 %. Самыми распространенными феминитивами в текстах на испанском языке являются номинации женщин, занимающих руководящие, престижные должности (*la presidenta, directora, diputada, ministra, viceministra, la portavoz, embajadora, experta, fundadora*) – 47 случаев вхождения, и существительные, обозначающие семейно-родственные связи (*mujer, hija, hermana, novia, esposa*) – 7 случаев вхождения.

Исследование новостного портала www.globalvoices.org показало, что тексты данного сайта отличаются от текстов www.euronews.com манерой подачи информации. Поскольку волонтеры-переводчики освещают менее громкие политические и социальные события, тексты www.globalvoices.org, являясь примером публицистического стиля, всё же характеризуются меньшей степенью официальности и строгости. Среди текстов данного сайта посредством сплошной выборки мы отобрали 17 статей, содержащих 159 вхождений феминитивов, что составляет 55 %. Анализ показал, что феминитив *mujer* ‘женщина’ является самым частотным – 58 случаев вхождения. Другими наиболее распространенными феминитивами в текстах www.globalvoices.org являются номинации женщин, связанные с выражением активной жизненной позиции (*la manifestante, la activista, la feminista, voluntaria, la socorrista, defensora, espectadora*), – 20 случаев вхождения; номинации женщин, связанные с научной деятельностью (*doctora, bióloga, científica, bioquímica, la lingüista, profesora*), – 9 случаев вхождения; существительные, обозначающие семейно-родственные связи (*mujer, hija, hermana, madre, mamá, sobrina*), – 6 случаев вхождения.

На основании данного исследования выявлено, что феминитивы характерны для текстов не только прогрессивных испаноязычных СМИ, но и для более сдержанных, консервативных сфер использования языка. Во многом этому способствует NOMBRA – консультативная комиссия Испании, которая занимается разработкой корректных номинаций для всех гендеров.

В. Скоробогатый

ЦАРЕВНЫ И *ПОНЧИКИ*... А КАК ЕЩЕ ДЕЛАЮТ КОМПЛИМЕНТЫ В ИНСТАГРАМЕ?

Комплимент – один из самых эффективных способов речевого воздействия. Функционально комплименты трактуются как направленные на адресата позитивные речевые акты, которые служат усилению/укреплению солидарности между говорящим и адресатом. Материалом нашего исследования послужили 968 англоязычных комплиментов и 856 на русскоязычных.

Англоговорящие женщины сделали 67,7 % комплиментов женщинам и мужчинам, а получили 74,3 % от других женщин и мужчин. Комплименты от мужчин мужчинам относительно редки (9 %). Даже с учетом комплиментов от женщин мужчины получают в целом значительно меньше комплиментов, чем женщины (25,5 %). Русскоговорящие женщины сделали 67,1 % комплиментов женщинам и мужчинам, а получили 84,2 % от других женщин и мужчин. Комплименты от мужчин мужчинам еще более редки, чем среди англоговорящих мужчин (всего 4,9 %), и с учетом комплиментов от женщин они также получили значительно меньше комплиментов, чем женщины (15,8 %).

Комплименты представляют собой удивительно шаблонные речевые акты: на их долю приходится очень небольшое количество лексических единиц и синтаксических моделей. В английском языке на 85 % всех комплиментарных комментариев приходится всего 6 синтаксических моделей, а в русском – 3. В русских контекстах также часто опускаются личные местоимения.

Комплиментарное высказывание должно обладать позитивным пропозициональным содержанием с точки зрения и адресанта, и адресата. Казалось бы, оно допускает бесконечный диапазон возможных тем, но на самом деле подавляющее большинство комплиментов относится только к нескольким полям: внешность: *Царевна!; Глазки супер!; Ты просто пончик!*; способности или навыки: *Хозяюшка!; What a strong man!*; имущество: *Машина класс; Your necklace is stunning* и ментальные характеристики личности: *Сразу видно, умный мужчина! Definitely strong person*, причем первые 2 варианта составляют 81,2 % от английских комплиментов и 86,1 % от русскоязычных.

Устанавливая распределение комплиментов по темам, мы обнаружили явную тенденцию: женщины преимущественно получают комплименты по поводу внешности и хвалят именно внешность друг друга (59,6 % на русском языке и 54 % на английском). Мужчины предпочитают хвалить женщин за их способности или умения: 44 % комплиментов на английском языке и 35 % комплиментов на русском, которые мужчины делали женщинам, попадали в эту категорию.

Таким образом, комплиментарные комментарии на английском и русском языках в большинстве случаев тематически схожи. Различий между русским и английским языками в соотношении комплиментов по полу комплиментаторов и получающих комплименты практически нет, а синтаксические модели английских комплиментов гораздо разнообразнее, чем в русском языке.

А. Смоленская

ДЕБАЖИТЬ, ЗИПОВАТЬ, ПУШИТЬ, ИЛИ О ДИНАМИКЕ СЛЕНГА БЕЛОРУССКИХ ПРОГРАММИСТОВ

Компьютерный сленг – относительно новое явление, которое динамично развивается. В настоящее время к числу основных способов образования русских компьютерных сленгизмов относятся прямые заимствования: *питон* – ‘Python’, *виндоус* – ‘Windows’; гибридные заимствования: *мониторить* – ‘to monitor’; калькирование: *червь* – worm’; композиты *тимлидер* – ‘team leader’; гибридные композиты *Web-страница, IP-адрес.*

Слова английского происхождения при попадании в русскоязычный сленг претерпевают ряд изменений на морфологическом уровне. Так, некоторые существительные, реже прилагательные, приобретают категорию рода и числа: *аттач* – м.р., ед.ч., *жаба* – ж.р., ед.ч., *куки* – только мн.ч.; имена существительные начинают склоняться: *баг, бага, багу* и т.д., а глаголы – спрягаться: *зиповать, зипую, зипует, зипуют* и т.п. Английские слова могут модифицировать свою частеречную принадлежность: английская лексема *(to) release* как лексическое заимствование в русском языке используется исключительно в качестве имени существительного – *релиз* ‘выпуск нового продукта, программы’.

В результате целенаправленного опроса белорусских программистов, а также будущих IT(ИТ)-специалистов нами самостоятельно составлен словарь русскоязычного компьютерного сленга из 205 единиц. В ходе анализа корпуса отобранных лексем установлено, что только 5 % сленгизмов имеют исконно русское происхождение, например: *велосипед, костыль, плюшки.* Нами также осуществлен сопоставительный анализ самостоятельно отобранного материала и существующего онлайн-словаря компьютерного сленга (2008).

Сленгизмы характеризует чрезвычайно высокая вариативность: *компуктер, компудахтер, компутер, компухтер, комп, компик*, синонимичное слово *числогрыз* уже считается устаревшим. Однако нами обнаружены лексические единицы, обладающие высоким уровнем стабильности: *геймер, айпи, айти, апгрейд, баг, гиг* и т.п. Компьютерный сленг зачастую содержит слова с тождественными/предельно близкими значениями – синонимы. Выявлены следующие синонимические ряды: *хрякнуть, ломануть, грохнуть, проломить* – ‘to hack’*; плюшки, бенефиты* –‘поощрение’ и т.п.

К числу новых слов, обнаруженных в ходе исследования и отсутствующих в существующем онлайн-словаре, относятся: *стрим* – ‘трансляция действий, происходящих на экране компьютера (или в реальной жизни) в режиме реального времени’; *хардкорить* – ‘быстро писать код, зачастую с ошибками’; *питониться* – ‘писать код на программе Python’.

Носителям языка, далеким от ИТ-сферы не всегда просто понять компьютерщиков: *зиповать* – это ‘архивировать программой ZIP’, *пушить* – ‘добавлять публикацию’, *дебажить* – ‘искать и исправлять ошибки’ и т.п. По нашему мнению, исследования в сфере субстандартных форм существования языка, в том числе компьютерного сленга, будут способствовать в будущем обогащению языкового стандарта, расширяя коммуникативные возможности.

О. Стрельченя

МОТИВЫ БЕЛОРУССКИХ И КИТАЙСКИХ ПОСЛОВИЦ
(на материале сборника А. И. Лакотко
«Прымаўкі ды прыказкі – мудрай мовы прывязкі»)

В сборнике А. И. Лакотко представлены пословицы и поговорки по темам основных сфер быта, жизни белорусского народа. Нами была предпринята попытка подобрать китайские фразеологизмы-соответствия. В ходе работы были выявлены как аналоги (например, отношение к работе: бел. *Зямля – нас усіх маці; і корміць, і поіць, і апранае нас*; кит. 人不欺地皮,地不欺肚皮 *[rén bù qī dì pí, dì bù qī dù pí]*, досл. ‘человек не обидит землю, земля не обидит человека’), так и различия, на чем мы хотели бы остановить свое внимание.

В пословицах об общих представлениях о жизни находит свое отражение строй социализма: белорус. *Лепш хлеб з вадою, чым пырог з бядою*; кит. 宁要社会主义的草, 不要资本主义的苗 [níng yào shèhuì zhǔyì de cǎo, bùyào zīběn zhǔyì de miáo], то есть ‘лучше трава при социализме, чем хлебные злаки при капитализме’ (лозунг «группы четырех» времен «культурной революции») – и разное отношение к похвале: излишняя скромность считается хуже гордыни. Так, аналогом белорус. *Усякая лісіца свой хвост хваліць* выбрана фразема 孤芳自赏 [gū fāng zì shǎng] (досл.: ‘уединенное самолюбование’, что значит ‘человек хвалит себя, не может найти себе равных’), обладающая положительной коннотацией.

Заслуживают внимания поговорки о семье: белорус. *Без гаспадара гумно плача, а без гаспадыні – хата*; кит. 国有国法，家有家规 [guó yǒu guófǎ, jiā yǒu jiāguī], то есть ‘У страны есть законы, а у семьи есть порядки’ – проводится аналогия между строем страны и семьи. Можно привести чэнъюй 修身齐家 [xiūshēn qí jiā], что значит ‘совершенствование начинается с собственного «я» и продолжается в семье; хочешь править страной – начни с дома’.

Не удалось отыскать аналог к такой пословице, как *Дай, Божа, адзежку шытаю, а хату крытаю*. Согласно конфуцианству материальное благополучие отступало на второй план перед духовным, более того, каждый слой общества должен был внешне соответствовать своему месту в иерархии.

Не удалось найти аналоги к пословицам *Падхадзі, мая дзежачка! Госць на парозе, хазяін у дарозе, а хазяйка есць хоча, Першы дзень госць – золата, другі – срэбра, трэці – медзь, дамоў едзь* и *Якое там гасцяванне, калі прымусу не было*. Китайцы относятся к частной жизни более скрытно, чем белорусы. Считалось неприличным показывать ее посторонним людям, чужих людей не принято приглашать домой.

Трудно подобрать полный аналог к пословицам, посвященным религии или истории (*Святочнаму дню святочная работа*), так как население Китая преимущественно атеистическое, а учения конфуцианства, буддизма и даосизма значительно отличаются от христианства.

Таким образом, с помощью пословиц и поговорок мы можем как найти точки соприкосновения с представителями другой культуры, так и увидеть разницу картин мира.

СОДЕРЖАНИЕ

СТИЛИСТИКА И ЛИНГВИСТИКА

Борейко А. Манипулятивные тактики в американском политическом медиадискурсе: лексический аспект (на материалах прессы, освещающих предвыборную кампанию Д. Трампа) 3
Буслова А. Лексические средства выражения экспрессии в англоязычных газетных заголовках 4
Василевская М. Метафора как средство создания образности в англоязычном новостном телевизионном дискурсе (на материале сообщений жанра репортаж) 5
Грушевская А. Лексические средства выражения речевой агрессии в англоязычном печатном медиадискурсе (на материалах, освещающих деятельность ИГИЛ) 6
Калиновская М. Средства выражения просьбы в современном немецком языке 7
Кравцов Д. Семантическая структура жанра лонгрид 8
Логунова Ю. Особенности выражения требования в немецком языке 9
Маханькова В. Неологизмы и их функционирование в газетных текстах (на примере термина *коронавирус*) 10
Мелешко А. Языковые особенности немецкоязычных чат-комментариев 11
Миронова Е. Стилистический аспект функционирования обращений 12
Мордасова А. Модальные слова в атрибутивном употреблении в немецкоязычном публицистическом тексте 13
Попок Д. Средства выражения отказа в художественной литературе 14
Рогаль К. Сравнительный анализ лексических средств выражения оценочных значений в текстах кинорецензий (на материале русского и английского языков) 15
Симончик А. Лексические средства выражения имплицитности в англоязычном художественном дискурсе (на материале романа Дж. Оруэлла «Скотный двор») 16
Тишкевич Е. Коллоквиальные лексические единицы в англоязычном печатном медиадискурсе и их перевод на русский язык 17
Шрубок Д. Языковая реализация категории компаративности в немецкоязычных политических выступлениях 18

ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА

Авдашкова А. Семантические особенности новых психологических терминов английского языка 20
Аршинова М. Модифицированные фразеологизмы в англоязычных газетных заголовках и способы их перевода на русский язык 21

Бандюк Н. Фразеологизмы о деньгах и роскоши в английском, немецком и русском языках 22
Борисова А. К вопросу об использовании имен собственных для создания названий американских брендов 23
Василькова Т. Фразеологизмы с компонентом «военное оружие» в немецком и русском языках 24
Вилимайтус А. Номинации баскетбольных, футбольных и хоккейных команд (на материале немецкоязычных текстов и сайтов СМИ) 25
Волчек Д. Компаративные анималистические фразеологизмы в русском, белорусском и английском языках 26
Врублевская К., Лещёва Л. М. Английские существительные, характеризующие человека, как источник лакун в русском языке 27
Голахова Ю. Глаголы говорения в немецком языке 28
Данилевич В. Образование фразеологических единиц в немецком языке 29
Згрундо А. Названия родственников во фразеологии английского и немецкого языков 30
Кликушина М. Концептуализация понятия *работа* во фразеологии английского и немецкого языков 31
Ковалёва П. Лексические средства концептуальной метафоры в политической рекламе (на примере видеороликов предвыборной кампании Д. Трампа 2020 г.) 32
Козырев В. Футбол как объект номинации (на материале немецкоязычных текстов СМИ) 33
Колесная В. Тематическая принадлежность устаревшей лексики (на материале лексем, исключенных из словаря Duden 2020 г.) 34
Коховец Т. Анализ семантических особенностей паремий с элементом *любовь* в немецком и русском языках 35
Криворучко А. Фразовые глаголы в англоязычном печатном медиадискурсе: особенности употребления 36
Кулик Н. К вопросу об участии сокращенных лексических единиц в словообразовательных процессах 37
Левченко Л. Семантические особенности английских неологизмов в сфере киноиндустрии 38
Матюшевская А. Наименования живых существ по признаку ‘возраст’ в лексической системе современного английского языка 39
Милько С. Идиоматичность сложного английского существительного, образованного по модели adj + n 40
Морозова К. Особенности адаптации немецких заимствований в белорусском языке 41
Нехайчик Д. Сущность неологизмов в современном английском языке 42
Остриков И. Основные этапы и источники обогащения немецкой словарной системы иноязычной лексикой 44
Пинчук А. Фразеологизмы, характеризующие психоэмоциональное состояние радости в немецком и китайском языках 45

Поддубный А. Семантические особенности компаративных фразеологизмов немецкого и английского языков 46
Полякова А. Русские эквиваленты немецких банковских терминов с заимствованными элементами 47
Потокская Д. Бытовая лексика немецкого происхождения в белорусском языке 48
Рубанова А. Фразеологические единицы с названиями детенышей в английском и немецком языках 49
Скуратович К. Сочетаемость английских существительных *boy* ‘мальчик’ и *girl* ‘девочка’ в гендерном аспекте 50
Трейго В. Позиционные глаголы в составе коллокаций 51
Хомицевич А. Семантические характеристики английских неологизмов в сфере технологий мобильной связи 52
Шатонская Д. Семантические особенности фразеологических единиц с анимальным компонентом 53
Шестунова А. Семантические характеристики английских и испанских фразеологических единиц с компонентом ‘природное явление’ в сопоставительном аспекте 54
Яковицкая А. Фразеоконцепты *англичанин*, *немец*, *русский* в английском, немецком и русском языках 55
Янович Я. Сочетаемость английских глаголов с партитивной семантикой 56

ПРОБЛЕМЫ ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Ангур В. Приемы манипулятивного воздействия в массовых информационных процессах 58
Астрейко И. Стратегии языкового воздействия в профессиональной коммуникации 59
Башаримов В. Языковые признаки наличия неискренности в высказываниях 60
Бойко Ю. Коммуникативная неудача и причины ее возникновения в рекламном дискурсе 61
Василевская А. Лингвистическая специфика немецкоязычного административного текста 62
Великая О. Структурные модели немецкоязычных заголовков рефератов к патентам 63
Давыдик М. Контаминация как один из аспектов рекламного дискурса 64
Зинькович В. Лингвистические особенности словообразовательной игры в рекламе 65
Калацкая А. Представление информации в автоматическом переводном словаре 66
Кузуб А. Маркеры времени во фразеологии немецкого и русского языков 67
Мастерова Е. Синтаксические особенности таргетированной рекламы 68

Новаш Ю. Окказиональные способы и приемы создания новых слов в рекламе 69
Примак В. Лексические маркеры оценки тональности кинорецензии 70
Радиминович Ю. Пространственный характер интернет-коммуникаций 71
Романович Д. Лексико-стилистические средства в немецкоязычных новостных публицистических текстах 72
Русакевич А. Опыт тестирования скорости лексического анализа программ 73
Сенько А. Взаимосвязь вербальных и визуальных компонентов креолизованного текста 73
Скоробогатая Я. Лингвистические проблемы и перспективы развития современных систем машинного немецко-русского научно-технического перевода 74
Филинович И. Автоматическое определение языковых средств выражения оценки при виртуальном общении 75
Шуплякова Л. Тематическая классификация языковых средств выражения концепта «угроза» (на материале англоязычных периодических изданий) 77

ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Борисевич Е. Образно-символическая система в поэтическом творчестве С. Плат 78
Бояровская С. Интертекстуальность как отличительная черта романа Дж. Фаулза «Женщина французского лейтенанта» 79
Булыко А. Игровые аспекты романа Дж. Фаулза «Волхв» 80
Бурундукова А. Проблематика романа Э. Хили «Элизабет пропала» 81
Жук А. Система образов в романе Дж. Апдайка «Гертруда и Клавдий» 82
Кныш А. Своеобразие мифологической образности в романе Л. Хоган «Сила» 83
Куксовская В. Особенности метанарративного принципа повествования в романе К. Воннегута «Бойня номер пять, или крестовый поход детей» 84
Макаревич Ю. Автобиографизм в детективном творчестве Аманды Кросс 85
Маскальчук А. Хронотоп в романе Дж. Барнса «Предчувствие конца» 86
Мычко А. Пространственная доминанта в новеллах Г. Ф. Лавкрафта 87
Пучило Ю. Психология автобиографической памяти в контексте романа Дж. Барнса «Предчувствие конца» 88
Санько А. Идейно-художественное своеобразие романа Э. Брейтуэйта «Учителю – с любовью» 89
Свентицкая Е. Жанрово-композиционное своеобразие цикла Т. Дж. Пратчетта «Плоский мир» 90
Сердар Иртюк. Творчество и образ Ф. М. Достоевского в турецкой литературе 91

Ситникова А. Художественное воплощение конфликта социальных и индивидуальных ценностей в романах Дж. Максвелла Кутзее «Жизнь и времена Михаэла К.» и «Бесчестье» 92
Смулько Н. Композиционные особенности романа Ч. Фрейзера «Холодная гора» 92
Хомчик И. Синтез художественного и документального в романе К. Уайтхеда «Мальчишки из Никелевой академии» 94
Эр Бусэ Нур. Типы повествователей в повести А. С. Пушкина «Выстрел» 95
Эсра Яман. Жанровые особенности романа Ф. М. Достоевского «Подросток» 96

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

Андреева М. Гендерный аспект лингвистической толерантности 98
Анисович А. Семантические особенности и системная организация средств выражения проявлений характера (на материале русского и английского языков) 99
Бакшт А. Национальное своеобразие языковых средств обозначения животного мира (на материале русского и китайского языков) 100
Гинтерова Т. Имя собственное в жанре фэнтези и особенности его перевода на русский и белорусский языки 101
Григорьева И. Некоторые терминологические вопросы лингвогендерологии 102
Гусейнова Э. Лексико-синтаксические средства создания эмотивного пространства текста 103
Данилюк Д. Античная мифология в поэтическом тексте (на материале английского и русского языков) 104
Долмат Ю. Семантические и структурные особенности адъективных словосочетаний с ключевым компонентом *свобода* в русскоязычном и англоязычном текстах 105
Захилько Е. Понятие *интеллигенция* в английской и русской лексикографии 106
Кирилова Д. Семантические особенности фразеологизмов о добре и зле в сопоставительном аспекте 107
Ленковец В. Особенности выражения императивного значения в русском и китайском языках 108
Макриденко Т. Трансформация фразеологизма в рекламном тексте 109
Паляница К. Статусные обращения в китайском языке: структурно-семантический аспект 110
Родик А. Семантическая характеристика фразеологизмов, репрезентирующих концепт «учение» в британской лингвокультуре 111
Фан С. Национально-культурные особенности квантитативных характеристик в русском и китайском языках 112
Чиркун А. Мотивированность антропонимов в китайском языке 113

Антонович Ю. Специфика появления иноязычной лексики в китайском языке 115
Батуро К. Функционирование иероглифа 心 в медицинских терминах 116
Вайдер В. Особенности адаптации англицизмов в турецком языке 117
Василевская Н. Лексические средства выражения предположения в турецком языке 118
Власова Е. Стилистические особенности произведений Нагиба Махфуза: трудности их передачи при переводе на русский язык 119
Воспукова Е. Образ женщины в поэзии Тааббата Шарран, Аш-Шанфара, Урва-ибн-аль-Вард 120
Выборная Е. Способы перевода названий российских фильмов на китайский язык 121
Гончаров Е. Особенности диалектов арабского языка в странах аравийского полуострова 122
Голговская В. Семантика двухкомпонентных иероглифических знаков с радикалом «человек» (на материале китайского языка) 123
Данилюк Г. Черты арабско-еврейской литературы в творчестве Аль-Самауаль 124
Захилько Е. Культурные традиции, связанные с омофонией в китайском языке, и игра слов в русском языке 125
Зубова М. Способы языкового выражения расположения предметов в пространстве на основе арабского языка 126
Какаджанов Я. История преподавания арабского языка в странах Средней Азии 127
Каташук Д. Особенности языковой ситуации в странах арабского Магриба 128
Королёва А. Современные глобальные проблемы в американской и китайской научной фантастике 129
Костян А. Символизм растений в китайской культуре 130
Кротов С. Четыре буддийских гонения в Китае 131
Кузьмич К. Соматизмы в китайском и английском языках: связь между органами человека и его характером, чувствами 132
Лейчик Н. Салиентность признаков в семантике иероглифических знаков (на материале радикала «человек») 133
Лукашевич В. Образы дракона и феникса как отражение даосской концепции Инь-Ян 134
Матиева А. Арабские лексические заимствования в турецком языке 135
Морозова К. Семантические характеристики иероглифов-прилагательных китайского языка 136
Мымрикова А. Структурно-семантические характеристики иероглифов с синонимичным значением 137

Мырадова Дж. О. Стилистические особенности творчества
арабских поэтов Андалусии 138
Ризванова Е. Особенности перевода фразеологических единиц
китайского языка (на материале классического романа
«Сон в красном тереме») 139
Романовская Е. Лингвистическая политика Турции
в области заимствований 141
Рябко Д. Роль координационного бюро по арабизации в распространении
и развитии арабского языка 142
Пинчук А. Национально-культурная специфика текстов меню
(на материале китайского и русского языков) 143
Савинич А. Англицизмы в современном китайском интернет-сленге 144
Сачковский А. Особенности политических сокращений в китайском языке 145
Слепцова А. Сравнительный анализ звукоподражаний голосам животных
в русском и китайском языках 146
Сурма А. Лингвокультурологические особенности перевода выступления
председателя КНР Си Цзиньпина на Глобальном саммите женщин 147
Тимохоцев В. К вопросу о сложностях транскрибирования
некоторых звукосочетаний русского языка японской азбукой Катакана 148
Томилова О. Особенности перевода прецедентных имен
с китайского на русский язык 149
Халмедов Х. Языковые особенности творчества сирийского поэта
Низар Каббани 150
Ходасевич П. Особенности употребления аббревиатур с цифрами
в китайском языке 151
Холяво Е. Влияние проблемы коронавирусной инфекции
на формирование интернет-сленга 152
Якубецкая Е. Особенности перевода на английский язык выступления
Си Цзиньпина на 73 ассамблее ВОЗ о COVID-19 153

СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

Ващук А. Специфика новой медицинской лексики в английском
и итальянском языках 155
Волкова Д. Коммуникативно-прагматическая специфика ритуального жанра
политического дискурса (на материале рождественского обращения
Елизаветы II 2020 г.) 156
Вольф Е. Лингвистические особенности твит-дискурса
(на материале твитов американских и нидерландских политиков) 157
Гриник В. Имплицитные средства выражения авторской позиции
в англоязычных интервью 158
Дорошевич В. Специфика новых спортивных терминов
в английском и испанском языках 159

Захар А. Специфика перевода англоязычных медицинских новостей о COVID-19 на русский язык 160
Зоценко В. Зоонимический компонент *собака* в языковой картине мира белорусов и нидерландцев (на материале пословиц) 161
Карпеш А. Лингвокультурный компонент лексического значения имен существительных, именующих цветы (на материале английского, итальянского и русского языков) 162
Ковалёва Е. Прагматически маркированные языковые средства в англоязычном юридическом дискурсе 163
Ковалёва Л. Особенности употребления сложных предложений с бессоюзной связью в художественном стиле немецкого и русского языков .. 164
Костюченко А. Термины родства в функции обращения в разных лингвокультурах (на материале русского, белорусского, английского и немецкого языков) 165
Котов К. Семантика и прагматика личного дейксиса 1-го лица (на материале английского, русского и бразильского варианта португальского языка) 166
Мозуль С. Языковые средства реализации тактики совета в произведении Д. Митчелла «Сон № 9» 167
Мойрова Е. Семантический потенциал новых идиом английского и русского языков 169
Набатова М. Межъязыковые соответствия в семантике английских и итальянских цветовых глаголов 170
Нехлебова С. Метафорические модели в художественной литературе (на материале пьес Т. Уильямса и В. С. Короткевича) 171
Новик Д. Семантика и функционирование атрибутивных посессивных конструкций со значением ‘межличностные отношения’ в немецком и белорусском языках 172
Сидорова Е. Репрезентация оценочного модуса в англоязычном очерке 173
Слабко Н. Вербализация представлений о демонологических персонажах в нидерландской и русской коммуникативных культурах (на материале сказочного дискурса) 174
Телицина А. Звукоподражательные слова в лексических системах русского, английского и шведского языков 175
Шелег В., Концевая А. Языковые средства выражения уверенности в романе А. Бернс «Молочник» 176

Круглый стол
«ВОСТОКОВЕДЕНИЕ В БЕЛОРУССКОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ»

Алхимик А. Жизнь северокорейцев в Южной Корее 178
Балюнова Ю. Ассимиляции в корейском языке 179
Буглак М. Использование китаизмов в корейском языке 180

Зберановская А. Сравнительный анализ корейских ханча
и китайского письма 181
Кузьмицкая В., Шатило А. Буллинг: могут ли корейские дети
быть жестокими? 182
Плевако Ю. Англоязычные вкрапления в текстах песен
южнокорейской группы BTS 183
Шаблинская М. Взаимовосприятие современных корейцев и японцев
(на материалах видеоинтервью) 184

Круглый стол
«ЧЕЛОВЕК И ЯЗЫКИ»

Березовская Ю. Религиозный текст в современном мире:
манипулятивная семантика 185
Блудень Д. Непростые слова Витебщины 186
Буренкова А. Особенности перевода внелитературной лексики
с русского языка на английский (на материале романа М. Петросян
«Дом, в котором…») 187
Вераскоўская К. Кашэчы след у еўрапейскай і азіяцкай фразеалогіі
(на матэрыяле англійскай, беларускай і японскай моў) 188
Вярбіла А. Такія цікавыя беларускія словы 189
Гибкий П. Способы сохранения эквивалентности,
используемые при переводе материалов сайта парка «Великий камень»
с русского языка на китайский 190
Головач Е. Трудности перевода на английский язык
экспрессивных наименований людей в рассказах А. П. Чехова 191
Гордей Н. Поэтический текст в переводе: семантические метаморфозы 192
Горленко У. Способы перевода безэквивалентной лексики в текстах СМИ
(на материале английского и русского языков) 193
Данилович В. Особенности структуры автомобильных терминов
в английском языке 195
Дерибо А. Что англичанину – love, то немцу – liebe 196
Джумков Ю. Существительные японского языка
в диалектологическом аспекте 197
Зобнина Д. Obey your thirst: трудности перевода рекламных слоганов 198
Карасёва П. Способы образования окказионализмов
в коллективных онлайн-словарях немецкого сленга 199
Карпов Т. Индийский вклад в Оксфордский словарь английского языка 200
Кершис А. Славянизмы в творчестве К. Донелайтиса
(на материале поэмы «Времена года») 201
Корело В. «Ужас во плоти», или еще немного о вербализации страха 202
Мозова Е. Нейминг в сфере кондитерского бизнеса 203
Мороз М., Шиманович А. Гендерное неравенство в китайском языке 205

Нехай А. Nravizza: О графическом облике современного Минска (на материале уличных вывесок) 206
Никитенко О. We must not think of the things we could do with, but only of the things that we can't do without: о функционировании английских модальных глаголов 207
Нюнько К. Эвфемизмы и их влияние на современное общество (на материале текстов СМИ) 208
Пошелюк А. Особенности перевода терминов в сфере информационных технологий с английского на русский язык 209
Редута А. Лексико-структурные особенности медицинской терминологии в печатных медиатекстах на русском языке 210
Сай Д. Действительные причастия в восточнославянских языках: особые случаи 211
Сергей Д. Nombra, или путь испанского языка к гендерному равноправию 212
Скоробогатый В. Царевны и *пончики*... А как еще делают комплименты в Инстаграме? 213
Смоленская А. Дебажить, зиповать, пушить, или о динамике сленга белорусских программистов 215
Стрельченя О. Мотивы белорусских и китайских пословиц (на материале сборника А. И. Лакотко «Прымаўкі ды прыказкі – мудрай мовы прывязкі») 216

Научное издание

МАТЕРИАЛЫ ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА

15–16 апреля 2021 года

В четырех частях

Часть четвертая

Ответственный за выпуск *Е. И. Будникова*

Ст. корректор *О. С. Забродская*