

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Минский государственный лингвистический университет

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

25–29 апреля 2022

В четырех частях

Часть четвертая

Минск МГЛУ
2022

УДК 800
ББК 81.2
М34

Редакционная коллегия: Н. Е. Лаптева (*ответственный редактор*), Л. А. Тарасевич (*зам. ответственного редактора*), Аль-Караави Анис Хмод Хамза, А. А. Баркович, Ю. В. Бекреева, М. П. Булгакова, Т. В. Внук, Н. В. Дардыкова, Т. Г. Дементьева, Р. В. Детскина, Е. Г. Задворная, Н. В. Зиневич, И. К. Кудрявцева, Н. В. Куценко, Л. В. Левшун, В. В. Леонтьева, Л. М. Лещёва, Н. В. Михалькова, С. А. Могилевцев, Л. М. Надумович, С. Е. Олейник, О. А. Полетаева, М. С. Рогачевская, А. А. Романовская, Н. Л. Сержант, Д. В. Степанова, О. А. Судленкова, М. С. Филимонова

М34 **Материалы** ежегодной научной конференции студентов и магистрантов университета, 25–29 апр. 2022 г.: в 4 ч. Ч. 4 / отв. ред. Н. Е. Лаптева. – Минск : МГЛУ, 2022. – 228 с.

ISBN 978-985-28-0187-4 (Ч. 4)
ISBN 978-985-28-0160-7

Четвертая часть сборника содержит материалы работы секций по направлениям «Теория языка», «Стилистика и лингвистика текста», «Лексическая семантика», «Прикладная лингвистика», «Зарубежная литература», «Язык и культура», «Востоковедение», «Сопоставительное языкознание», а также круглых столов «Человек и языки», «Актуальные проблемы корпусной лингвистики».

УДК 800
ББК 81.2

ISBN 978-985-28-00187-4 (Ч. 4)
ISBN 978-985-28-0160-7

© УО «Минский государственный
лингвистический университет», 2022

ТЕОРИЯ ЯЗЫКА

А. Шестунова

МЕТАКОММУНИКАТИВЫ ТЕМАТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА В АНГЛИЙСКИХ МЕДИЙНЫХ ИНТЕРВЬЮ

Одним из важнейших типов метакоммуникативных ходов (далее – МКХ), организующих речевое взаимодействие собеседников в речевом жанре интервью, являются МКХ, направленные на регулирование темы: именно эта разновидность МКХ отличается в субдискурсах интервьюера и интервьюируемого наиболее высокой частотностью и широтой набора семантико-прагматических вариантов. При этом тематические МКХ демонстрируют в названных субдискурсах существенные различия как количественного, так и качественного характера: если на долю тематических метакоммуникативов в репликах интервьюера приходится 53 % всех выявленных МКХ, то в репликах интервьюируемого этот показатель составляет всего 23 %. Кроме того, речевые партии интервьюера и интервьюируемого заметно различаются по характеру представленных в них разновидностей тематических метакоммуникативов. Так, в **субдискурсе интервьюера** доминируют МКХ, обеспечивающие введение темы (*let's talk about the last half-dozen years*) или ее смену (*I could keep asking you about that, but I want to move on and ask you about the MDG*), и МКХ, отвечающие за проспективную фиксацию темы (*we'll finally talk marriage, divorce and custody*). В **субдискурсе интервьюируемого** преобладают МКХ, направленные на уточнение темы (*I'm not talking about people I'm acquainted with; I'm not talking about people I've met. I'm talking about people who will show up when you need them*), и МКХ, фиксирующие немотивированный или мотивированный отказ от обсуждения / развития темы (*I don't want to really talk about what went on, like or what...; ... I don't want to discuss what was going on and what was done that night*).

Среди языковых средств реализации тематических МКХ выделяются как общие, так и специфические индикаторы. К **общим** средствам манифестации МКХ темы относятся **делиберативные конструкции с речевыми глаголами** вида «*talk / tell / ask + about + предмет обсуждения*». **Специфическими** средствами реализации МКХ **смены темы** являются глаголы перемещения в переносном значении и / или местоимение *other*: *and if we come to the talks in June...; let's touch some other areas*. **МКХ возврата к теме** оформляются лексическими показателями *back, early, before* и грамматическими показателями форм прошедших времен глагола: *let's come back to the possibility for you to attend the Olympics; we were talking about that earlier*. Граммемы будущего времени и лексические показатели *next, later* являются специфическими индикаторами **МКХ, отвечающих за проспективную фиксацию темы**: *I want to talk about women and heart disease next; we'll talk about that a little later*.

СТИЛИСТИКА И ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА

В. Аболтина

АЛЛЮЗИЯ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Аллюзия, по определению И. Р. Гальперина, – это «литературный акт ссылки на любой ранее существовавший текст, который предусматривает наличие фоновых знаний об этом у читателя и вызывает у него соответствующие ассоциации».

Исходя из того, на какой вид источника ссылается аллюзия, в корпусе проанализированного материала (куда вошли более 60 газетных и журнальных немецкоязычных статей из Stern, Focus, Süddeutsche Zeitung, FAZ) обнаруживаются следующие виды аллюзий:

1) **литературно-художественные аллюзии**, например: “*Das surfende Klassenzimmer*“ (аллюзия на роман “*Das fliegende Klassenzimmer*“ von E. Kästner); 2) **фольклорные аллюзии**, например, “*Prinzessin auf der Bombe*“ (аллюзия на сказку Х. К. Андерсена “*Die Prinzessin auf der Erbse*“); 3) **кинематографические аллюзии**, например: “*Liebling, ich habe schon wieder die Ukraine geschrumpft!*” (аллюзия на фильм “*Liebling, ich habe die Kinder geschrumpft*”); 4) **песенные аллюзии**, например, “*Sag mir, wo die Blumen sind*” (аллюзия на песню М. Дитрих); 5) **газетно-публицистические аллюзии** (рекламные, общественно-политические, лозунговые аллюзии, аллюзии на названия теле- и радиопередач), например, “*Und nun, Herr Heil?*” (аллюзия на телепередачу “*Was nun,...?* “); 6) **интермедийные аллюзии**, например, “*Der Garten der Dichter*”. (аллюзия на картину И.Босха “*Garten der Lüste*”); 7) **библейские аллюзии**, например: “*Am Anfang war die Lüge*”; 8) **исторические аллюзии**, например, “*Jetzt spukt das Gespenst eines neuen Kalten Krieges durch Europa*” (аллюзия на глобальное военное противостояние); 9) **мифологические аллюзии**, например, “*Jerusalem – heiliger Zankapfel*“ (аллюзия на «яблоко раздора» из древнегреческой мифологии).

Проведенный анализ также позволяет выделить основные функции аллюзий в публицистическом дискурсе: 1) функция достижения краткости текста, 2) функция стимулирования к дальнейшему чтению статьи, которая также включает в себя функцию привлечения внимания читателя, создания «иронического» эффекта, оценки новой информации на фоне существующих культурных ценностей; 3) функция информирования и развлечения (infotainment), что предусматривает привнесение нового значения, демонстрацию знаний, убеждений, ценностей и остроумие автора статьи; 4) характеризующая и оценочная функции.

В заключение важно подчеркнуть, что все названные функции аллюзии реализуются, как правило, в комплексе, хотя в тех или иных контекстах возможно преобладание некоторых из них.

А. Адамович

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ СНИЖЕННОЙ ЛЕКСИКИ В МАТЕРИАЛАХ АНГЛОЯЗЫЧНОГО НОВОСТНОГО МЕДИАДИСКУРСА

Новостной медиадискурс является частью массмедийного дискурса. Т. А. Ван Дейк определяет новостной медиадискурс как феномен, в рамках которого определенной группой людей формируется и распространяется информация об актуальных событиях.

Первостепенным требованием к лексическому наполнению новостной публикации является нейтральность и доступность. Сниженная лексика обладает необходимой стилистической окраской и экспрессивностью, а также противопоставляется языковому стандарту.

В соответствии с классификацией Ю. М. Скребнева, к сниженной лексике относятся коллоквиализмы, сленговые единицы и вульгаризмы. Под термином «коллоквиализм» он подразумевает общеупотребительные ЛЕ, не входящие в состав языковой нормы.

*Products are not available, orders are arriving with missing or substituted items, and shortages of cooks, food **prep** personnel, drivers and maintenance staff continue* (CNN, 31.03.2022). – Продукты отсутствуют, заказы поступают с недостающими или замененными позициями, а нехватка поваров, **работников, занимающихся заготовкой ингредиентов**, водителей и обслуживающего персонала наблюдается по-прежнему.

Сленговые единицы характеризуют принадлежность говорящего к определенной социальной группе.

*Monday night's **argy-bargy** was certainly as improper as that encountered by Jacob Rees-Mogg in 2019* (The Guardian, 09.02.2022). – **Словесные перепалки** в понедельник вечером были, безусловно, столь же неуместны, как и те, с которыми столкнулся Джейкоб Рис-Могг в 2019 году.

В результате анализа 30 новостных статей, опубликованных англоязычными новостными порталами The Guardian, BBC, Independent и CNN, нами было выделено 30 элементов сниженной лексики, среди которых коллоквиализмы составили 19 единиц (63,3 %), сленговые единицы – 11 (36,7 %).

Таким образом, что использование коллоквиализмов и сленговых единиц в новостных публикациях обусловлено стремлением журналиста приблизить текст статьи к разговорной норме языкового сообщества.

А. Альфер

СТРУКТУРА И ПРАГМАТИКА ПАССИВНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ ИНСТРУКТИВНЫХ ТЕКСТАХ

Важной синтактико-стилистической характеристикой немецкоязычных инструктивных текстов является употребление пассивных конструкций. Они дают возможность достичь эффекта наибольшей объективности

высказывания путем уменьшения роли агенса. Как следствие, объект выносится на первое место в предложении, концентрируя на нем внимание реципиента.

Как показал анализ пассивных конструкций, отобранных путем сплошной выборки из текстов-инструкций по эксплуатации бытовых приборов, преобладающей формой пассива в данных видах текстов является инфинитив пассив с модальными глаголами: *können, sollen, müssen, dürfen* (66 %). Далее следуют презенс пассив (24 %) и пассив состояния в форме презенса (8 %). Перфект пассив встретился только в 1 примере, что составило 2 %. Другие формы пассива обнаружены не были.

Наиболее часто имела место двучленная пассивная конструкция (84 %). Одночленная и трехчленная пассивные конструкции представлены в своем количественном соотношении приблизительно одинаково: 10 % и 6 % соответственно. Доминирование двучленной пассивной конструкции обусловлено, с одной стороны, необходимостью указывать на объект, на который направлено действие, выраженное смысловым глаголом, с другой стороны, данный тип пассива способствует достижению безличности и объективности.

Прагматический компонент высказываний с пассивными конструкциями в немецкоязычных инструктивных текстах по эксплуатации бытовых приборов, исходя из анализа, содержал, в основном, директивные и репрезентативные высказывания.

Использование директивных высказываний обусловлено необходимостью выполнения конкретных действий, мотивируя их неисполнение побочными эффектами. Отличительные черты директивных высказываний данного типа представляют собой опосредованность коммуникации, обращение к коллективному адресату, многократность использования, стандартность и лаконичность текста.

Репрезентативные высказывания включали такие речевые высказывания, как информирование о продукте, его производительности и возможностях эксплуатации.

Таким образом, использование пассивных конструкций в немецкоязычных инструктивных текстах связано с намерением вызвать у адресата необходимую реакцию и побудить его к адекватному выполнению действий.

Е. Гармаза

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ВОПРОСНО-ОТВЕТНОГО ХОДА В АУТЕНТИЧНЫХ КОНТЕКСТАХ

В предпринятом нами исследовании рассмотрен вопросно-ответный ход (ВОХ) как один из эффективных стилистических приемов, который к настоящему времени в лингвистической литературе описан недостаточно полно. ВОХ является важным элементом общения и мышления людей, а в англоязычной литературе эта синтаксическая конструкция именуется термином

hypophora ‘типофора’. Это фигура речи, включающая вопрос говорящего, на который он в непосредственной близости сам отвечает. Логико-лингвистическое образование такого рода способно выполнять в тексте две важнейшие функции – познавательную и коммуникативную. Анализ показал, что ВОХ – это прием, который сознательно используется оратором / ученым / писателем / поэтом для более точного выражения своей мысли.

Практическим материалом нашего исследования послужили 64 аутентичных контекста с ВОХ, отобранных нами из различных типов текстов: учебно-научных, художественных, ораторских и рекламных. Проанализируем здесь один характерный, на наш взгляд, пример, где можно наблюдать применение ВОХ в ораторских выступлениях, так как применительно именно к нему проблема ВОХ в настоящее время наименее изучена: *There are those who are asking the devotees of civil rights, “When will you be satisfied?” We can never be satisfied as long as the Negro is the victim of the unspeakable horrors of police brutality.* (“I Have a Dream” by Martin Luther King Jr). Структурно ВОХ представлен лаконичным вопросом и ответом, которые следуют непосредственно друг за другом. Этот ораторский прием выполняет контактоустанавливающую функцию, он сокращает дистанцию между коммуникантами и облегчает восприятие информации слушателем, позволяет автору четко формулировать свою точку зрения, а также осуществляет функцию эмоционального воздействия на адресата.

В заключение подчеркнем, что ВОХ выполняет в различных типах текстов довольно сходные функции. Так, используя ораторскую риторику, авторы художественного текста, задавая вопрос, предвосхищают его возникновение у реципиента, таким образом выделяя наиболее важную проблему и побуждая читателя к размышлению. Художественной прозе наиболее свойственна реализация познавательной функции ВОХ. В научно-учебной литературе ВОХ усиливает значимость затрагиваемой темы, привлекая к ней внимание студентов. Он заставляет их задуматься над проблемой, задавая самим себе ряд вопросов. В учебниках ВОХ осуществляет познавательную функцию и функцию акцентуации. Продолжая начатое исследование, в целях нашего профессионального роста попытаемся более детально изучить функционирование ВОХ в учебно-научных текстах.

А. Гудович

СРЕДСТВА ВЫРАЗИТЕЛЬНОСТИ В РЕКЛАМНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ (на материале английского языка)

Главной особенностью рекламных туристических текстов является тот факт, что, в отличие от многих других видов рекламы, они продают впечатления – нематериальные товары, которые невозможно посмотреть, потрогать до приобретения или же сохранить после. В связи с этим главная задача

туроператоров состоит в том, чтобы убедить потенциального клиента в качестве, благотворности и исключительности предоставляемой туристической услуги. Данная задача во многом выполняется посредством использования большого количества средств выразительности, которые стимулируют потребительский интерес и «материализуют» предлагаемый товар.

Объектом настоящего исследования являются рекламные туристические тексты англоязычных туроператоров. *Предмет* исследования – особенности использования средств выразительности в рекламных туристических текстах на английском языке.

Цель исследования заключалась в выявлении специфики функционирования средств выразительности в англоязычных рекламных текстах туристической направленности. Для проведения исследования был использован материал следующих Интернет-сайтов, предназначенных для туристов: RoughGuides, GoldenTours, HaysTravel. Для анализа были отобраны 50 текстов.

В ходе анализа было выявлено, что метафора является наиболее распространённым средством выразительности в рекламных туристических текстах (43 единицы). С помощью данного средства выразительности туроператор создает в воображении туриста незабываемый образ. *The tube lines are **the veins** of the city. Take in the sights from **the heart** of London... one of the city's **green lungs**.*

На втором месте по частотности использования оказался эпитет (27 единиц). Эпитет фиксирует внимание читателя на характерном свойстве или качестве предмета, действия или явления, интенсивно называя его или вызывая определенные ассоциации. ***Vibrant cities with amazing architecture, fabulous shopping and pulsating nightlife. You'll see brilliant green wide spaces, red and black sands on pristine coastlines, and brooding hills and mountains.***

Следующими по частотности употребления оказались олицетворение (23 единицы) и гипербола (17 единиц). *Seductive and cultured, sophisticated yet earthy, eclectic but with a strong identity, it **never bores, seldom sleeps and invariably mesmerises its visitors. It seems to be simply the greatest architectural achievement on earth.***

Самыми редко употребляемыми средствами стали литота (5 единиц) и метонимия (4 единицы). *San Telmo **isn't the worst place** to visit at night. **Sip a glass of bubbly** as you take in the uninterrupted sea views from your very own hot tub.*

Е. Дмитриева

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «AMERICAN EXCEPTIONALISM» В АМЕРИКАНСКИХ СМИ

Американская исключительность (англ. American exceptionalism) – мировоззрение национальной исключительности, согласно которому Соединенные Штаты занимают особое место среди других народов с точки зрения своего национального духа, политических и религиозных институтов.

В основном концепт “американской исключительности” хорошо прослеживается в речи политических деятелей, их публичных выступлениях и интервью и позволяет обосновать их действия на мировой политической арене, что на сегодняшний день представляет особую актуальность.

Целью исследования выступает выявление языковых особенностей репрезентации концепта “American exceptionalism” на материале текстов на английском языке.

Объектом исследования послужили речи американских политиков, представленных в электронных версиях американских СМИ.

Предметом исследования стали языковые особенности репрезентации концепта “American exceptionalism” в речи американских политиков.

Материалом исследования послужили тексты, опубликованные на американских порталах: Vox, USA Today, White House. Для исследования были отобраны 15 выступлений американских президентов. Среди них инаугурационная речь Дональда Трампа, речь Джо Байдена о “новом мировом порядке”, речь Барака Обамы на выпускной церемонии в военной академии Вест-Пойнт и обращение президента Джо Байдена по случаю годовщины локдауна. В результате анализа выявлены следующие способы вербализации концепта “American exceptionalism”:

- сравнительная и превосходная степень прилагательных: *the best hammer* ‘лучший молоток’, *the most extraordinary* ‘самый выдающийся’;

- эллипсис: *If we don't, no one else will* – ‘Если мы не будем, то никто не будет’;

- метафоризация: *Just because we have the best hammer does not mean that every problem is a nail.* – ‘То, что у нас есть лучший в мире молоток, не делает любую проблему гвоздем’;

- использование лексических единиц с корнем ‘lead’: *The question [...] is not whether America will lead, but how we will lead* – ‘Вопрос...не в том, будет ли Америка лидировать в мире, а в том, как мы будем это делать’;

- использование противопоставления “lead-follow”:

We will shine for everyone to follow – ‘Мы будем сиять для всех, кто последует за нами’.

До Ха Ви

ЭКСПРЕССИВНЫЕ СРЕДСТВА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

Экспрессивность является семантической и эмоционально-оценочной категорией лингвистики. К лексическим средствам выражения экспрессии относятся эпитет, метафора, метонимия, сравнение, аллюзия, олицетворение, ирония, гипербола, литота, фразеологизмы, разговорная лексика, лексический повтор и антитеза.

На основе анализа 100 заголовков англоязычных газет нами было выявлено 77 средств выражения экспрессивности лексического уровня. Установлено, что наиболее часто используемыми лексическими средствами экспрессивности в заголовках газет являются фразеологизмы и разговорная лексика (16,9 % от общего количества идентифицированных случаев), эпитеты и метонимия (10,4 %), метафоры (7,8 %), олицетворения (6,5 %), сравнения, аллюзии и антитезы (5,2 %), лексические повторы (3,9 %), ирония и гиперболы (2,6 %).

Приведем примеры некоторых из идентифицированных нами экспрессивных средств.

Эпитет: *“There’s a way out from **the dark forest** of childlessness”*; метафора: *“Britain needs the **Iron Chancellor’s** mettle”*; метонимия: *“Bahrain has made its peace with Israel, **White House** declares”*; сравнение: *“**Superdrone** flies like a bird, swims like a fish”*; аллюзия: *“Barack Obama rewrites **war and peace** for Nobel audience”*; олицетворение: *“**Syrian regime** starves 40,000 in mountain town siege”*; ирония: *“Putin marches, Obama watches”*; гипербола: *“It will take **100 years** for the world’s poorest people to earn \$1.25 a day”*; литота: *“It’s **not** been all **bad!** The **good** news of 2021”*; фразеологизмы: *“**Queen gets red carpet treatment** in Frankfurt”*; разговорная лексика: *“Judge **sacked** for trolling people on online news stories”*; лексический повтор: *“**Too little, too late** as Arsenal slip up in top-four race”* и антитеза: *“From **sweet-face** to **Superman**”*.

Результаты проведенного анализа позволяют заключить, что экспрессивность является ключевым свойством газетного заголовка, а экспрессивная функция, является одной из основных функций заголовка. Стилистические приемы выражения экспрессии на лексическом уровне используются с целью оказания воздействия на читателя.

А. Зыблева

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ КАТЕГОРИИ МОДАЛЬНОСТИ В АНАЛИТИЧЕСКИХ СТАТЬЯХ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ

Современные СМИ отражают постоянно меняющуюся картину мира с помощью регулярного воспроизводства и анализа тем, посвященных общественно-политической жизни, событиям в экономике, науке и технике. Аналитические обзоры и комментарии событий, выражающие модальные значения, выступают обязательным продуктом рынка СМИ. С целью изучения лексических средств выражения модальности нами было проанализировано 10 статей, опубликованных в британском издании The Guardian в период с января по апрель 2022 года.

Модальные глаголы как средство выражения модальности в проанализированных публикациях представляют модальные значения возможности и долженствования. Семантика возможности выражается при помощи модального глагола *can*: *The past week has seen ever stronger indications that Russia*

has recognised it **cannot** achieve its aim of conquering Ukraine by military force (The Guardian, 31.03.2022). Модальная семантика долженствования репрезентирована модальными глаголами *must, should, is to, have to*: *Any of the catastrophes I've listed **should** be reason enough to do so* (The Guardian, 31.03.2022).

Для репрезентации модальности в англоязычной аналитической статье также используются модальные слова. Модальное значение вероятности репрезентировано *probably* 'вероятно' в следующем предложении: *Many small production companies don't have human resources departments – so if you need to make a complaint you'll **probably** be doing it to the person who is the problem* (The Guardian, 01.04.2022).

Для реализации оценочной (аксиологической) модальности в англоязычной аналитической статье также используются оценочные эпитеты и лексика, в которой есть оценочный компонент значения. В приведенном ниже примере оценочная модальность вербализируется прилагательным *horrific* 'ужасный', в структуре значения которого имеется оценочный компонент: *Today, the Museum of Homelessness, which records the annual number of homeless deaths, published its latest findings – and they are **horrific*** (The Guardian, 31.03.2022)

Модальность может быть также выражена вводными фразами. Например, модальная семантика уверенности вербализируется вводной фразой *in fact* 'фактически, на самом деле': ***In fact**, Russia is having to scrape the manpower barrel just to keep its current operations going* (The Guardian, 31.03.2022).

Доминирование в проанализированной выборке продемонстрировали модальные глаголы (33 %), модальные слова (26 %) и лексические единицы с оценочной коннотацией (24 %). Затем идут вводные фразы и глаголы мыслительной деятельности (9 % и 8 %). Был сделан вывод о том, что именно модальные глаголы и модальные слова являются основными лексическими средствами в реализации модальных значений.

II. Казанцева

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ЭКСПРЕССИВНОСТИ В ЗАГОЛОВКАХ СТАТЕЙ АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТ

Являясь жанром публицистического стиля, газетные статьи и их заголовки сочетают в себе информативность и эмоциональную окраску. Поэтому характеристиками заголовка являются лаконичность, информативность и экспрессивность. Для этого в заголовке могут использоваться различные лексические и синтаксические средства выразительности.

Цель данной работы – выявить и проанализировать средства экспрессии в заголовках англоязычных и русскоязычных интернет-СМИ.

Материалом для исследования послужили заголовки статей из британских и американских газет (The Guardian, The New York Times, The Washington Post), а также из русскоязычной прессы «Комсомольская Правда», «Аргументы и Факты».

Проведенный анализ показал, что как в англоязычных, так и в русскоязычных газетных заголовках используются такие средства выражения экспрессивности, как разговорная лексика, метафоры, фразеологические единицы, аллитерация, эпитеты, аллюзии. Приведем несколько примеров:

– разговорная лексика: “*Manhunt underway for suspect accused of shooting Phoenix **cop***” (New York Post); “*Tamaqua man sentenced in **kickback** scheme*” (Times News); “*Even a **mugger** didn’t want my old Nokia. So why are so many people turning to ‘**dumbphone**’?*” (The Guardian);

– метафоры: “Современные **богини** науки: делают открытия, создают семьи, прекрасно выглядят” «Комсомольская Правда»; “*Brexit was **au revoir not goodbye**, says Michel Barnier, the Frenchman who fought for Brussels*” (The Times); “Свидание с Оумуамуа: ученые хотят догнать «посланника», залетевшего в Солнечную систему» «Комсомольская Правда»;

– трансформированные фразеологизмы: “*Why rugby union is stuck **between a ruck and a hard place***” (The Guardian); “*Гнут свою Ливию. Выгодна ли России смена власти в североафриканской стране?*” «Аргументы и Факты»;

– аллюзии: “***Vaccine Wars***” (The Guardian); «Металлург-активист. Как закалялась сталь Нурсултана Назарбаева» (Аргументы и Факты); «*Недобрый Леопольд. История короля Бельгии, истребившего миллионы*» «Аргументы и Факты»;

– аллитерация: “*How **did Biden beat Trump***” (The Times); “*Future freedoms **depend on good losers***” (The Times).

Анализ результатов фактического материала выявил смешанное употребление различных стилистических приемов. Наиболее продуктивными способами повышения выразительности современных газетных заголовков являются метафоры, трансформированные фразеологизмы, аллюзии, разговорная лексика. И англоязычные, и русскоязычные издания довольно часто прибегают к употреблению лингвистических средств экспрессивности с целью привлечения внимания аудитории.

В. Калашникова

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Являясь неотъемлемым компонентом современной рекламной индустрии, социальная реклама служит инструментом привлечения внимания общества к жизненно важным проблемам. Социальная реклама направлена как на

повышение осведомленности общественности, так и на формирование нравственных поведенческих установок.

Для исследования лингвостилистических особенностей немецкой социальной рекламы были проанализированы 44 рекламных текста, отобранных из 15 печатных изданий в результате просмотра более 150 журналов (*Der Spiegel, Der Stern, Geo*), вышедших в свет в период с 2015 по 2021 год.

В ходе анализа текстов социальной направленности были выявлены наиболее приоритетные области ее применения в современной Германии: защита окружающей среды, пропаганда здорового образа жизни, проблемы в системе образования, обеспечение безопасности на дорогах, пропаганда нравственных ценностей. Распределение материала по данным подгруппам показало, что основную часть социальной рекламы составляют тексты, пропагандирующие защиту окружающей среды (43 %), например: *Für den Klimaschutz müssen wir das Rad nicht neu erfinden. Nur häufiger nutzen.*

В реализации стратегических целей рекламной кампании участвуют различные коммуникативные типы предложений: повествовательные – *Für die Umwelt machen wir uns gerne krumm*; вопросительные – *Ist Ihr Stromanbieter auch zu gierig?*; побудительные – *Stoppen Sie mit uns Versuche an Tieren!*

В немецкой рекламе ключевую роль в привлечении внимания потребителей играют англицизмы, например: *Top im Job auch in Deutschland; So geht recycling.* Англицизмы помогают “экономить” языковые средства и повышают точность высказывания.

Использование имен прилагательных и наречий в сравнительной и превосходной степени служит для усиления убеждающего эффекта социальной рекламы, например: *Besser lesen und schreiben macht sicher; Impfen ist die beste Verteidigung.*

Для реализации рекламных идей используются также такие стилистические фигуры речи, как антитеза, например: *Einer ist abgelenkt, vier sterben*, а также различные виды повторов: *Ich bin geimpft. Du bist geimpft.*

Таким образом, использование многообразия лингвостилистических средств обеспечивает эффективность современной рекламы, что последовательно реализуется в немецких текстах социальной направленности. Наиболее распространенным стилистическим приемом, применяемым в современной немецкой социальной рекламе, являются англицизмы (27 %).

М. Калиновская

ВОПРОСИТЕЛЬНЫЕ СТРУКТУРЫ ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОСЬБЫ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В рамках теории речевых актов высказывания рассматриваются с функциональной точки зрения с учетом не только лингвистических, но и экстралингвистических факторов. Большой интерес представляют речевые акты просьбы, так как просьбу исследователи называют центром поля побуждения. Просьба является побуждением невысокой степени настоятель-

ности, для выражения данного речевого акта активно используются вопросительные конструкции (Е. И. Беляева). В нашем материале они составляют почти ¼ примеров высказываний. Наиболее частотными являются вопросительные конструкции с модальным глаголом *can*, например:

Can you tell me what time it is? I am afraid that I will be late. ‘Ты можешь мне сказать, который час? Я боюсь, что я опоздаю.’

В данном случае речь идет о косвенных речевых актах, когда, кроме вопроса, вопросительная структура содержит просьбу совершить действие. В английском языке исследователи подчеркивают конвенциональность данных структур и их активное использование (Дж. Серль, Р. Конрад), что обусловлено стремлением английской культуры к вежливости и деликатности в процессе общения. Конвенциональными являются также конструкции с маркерами: *Could you possibly...?* ‘Не могли бы Вы...?’ *Will you kindly...?* ‘Не будете ли Вы так добры...?’ *May I ask you...?* ‘Могу я спросить Вас...?’, например:

A minute later she appears. “Shut the door, will you, sister?” ‘Через минуту появляется сестра. “Не закроешь ли дверь, сестра?”’

В данном случае речь идет о косвенных речевых актах, в которых побудительное намерение выводится логически. Косвенные речевые акты позволяют смягчить давление на собеседника, реализовать просьбу в максимально вежливой форме.

Для реализации просьбы используются также общие вопросы с различными глаголами:

Will you take me with you? ‘Ты возьмешь меня с собой?’

Для интерпретации таких вопросов в качестве просьбы необходимо наличие такого семантического компонента как заинтересованность говорящего в выполнении действия, которая становится очевидной из контекста.

Таким образом, просьба является распространенным речевым актом невысокой степени настоятельности, а говорящий нередко выражает данную интенцию при помощи вопросительных конструкций. Вопросительная форма позволяет уменьшить давление на собеседника и сделать высказывание более вежливым. Наиболее распространенными являются структуры с модальным глаголом *can*, а также структуры с конвенциональными маркерами и общие вопросы с различными глаголами.

А. Ключко

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ РАЗНОУРОВНЕВЫХ НАРУШЕНИЙ НОРМЫ В РАССКАЗАХ Г. ЛАВКРАФТА

Практическим материалом предпринятого нами исследования послужили контексты с языковыми неправильностями, отобранные из рассказов любимого нами американского писателя Говарда Лавкрафта.

В ходе исследования выяснилось, что неправильности у Г. Лавкрафта могут выполнять самые разнообразные **стилистические функции**, в самом общем виде это: **нарушение предсказуемости** рассказываемой истории,

повышение экспрессивности высказывания, **выражение индивидуальности** авторского стиля и мировосприятия.

Во многих рассказах Г. Лавкрафт использует мрачную палитру, состоящую из приглушенных оттенков, напоминающих ночь и символизирующих водные глубины: *black, greenish, greenish-black, pale, green, grey, silver icy moonbeams*. Особое место при этом отводится ‘серости’ и ‘зеленоватости’. УГ. Лавкрафта божественное, как правило, *green / greenish water color* ‘цвета зеленой озерной воды’. Все отобранные нами примеры с нарушением литературной нормы на различных языковых уровнях здесь представить невозможно. Приведем и проинтерпретируем здесь хотя бы один, на наш взгляд, наиболее яркий в иллюстративном плане.

В рассказе “The Call of Cthulhu” находим впечатляющий по своей художественной выразительности контекст, достигающийся за счет нарушения лексической и морфологической нормы: *we live on a placid island of ignorance in the midst of black seas of infinity* ‘мы живем на безмятежном островке счастливого неведения посреди черных вод бесконечности’. Здесь особого внимания заслуживают метафоры. Посредством идентификации окружающего мира с *black seas of infinity* Г. Лавкрафт трактует его как бесконечность, которая уподобляется черным морям. Обратим внимание на то, что море не одно, а их множество, а также на его черный цвет, который зачастую ассоциируется с темнотой и боязнью того, что в ней сокрыто. Упоминание нескольких морей дает намек на наличие в пространстве более одной тайны, причем, сколько их точно не определено. Человек может существовать только на эфемерном островке безопасности – *a placid island of ignorance in the midst*, который безмятежен. Однако данная метафора наводит на мысль о том, что в черных морях бесконечности скрывается нечто устрашающее, и лучше не пытаться это постичь. Подобным образом наше подсознание перерабатывает информацию имплицитного характера. Между тем процесс ее декодирования протекает мгновенно, в результате чего читатель чувствует атмосферу и нужным образом настраивается на восприятие дальнейшего повествования, исходя из заданной рассказчиком картины мира. Таким образом, метафора и транспозиция отражают индивидуальный авторский стиль Г. Лавкрафта, для которого характерно помещение главного героя в позицию наблюдателя и невольного участника событий, захлестывающих его, как черные воды бесконечности, лишая блаженной неосведомленности.

Д. Кравцов

СРЕДСТВА ВЫЯВЛЕНИЯ СУБЪЕКТОВ КОММУНИКАЦИИ В МЕЖЖАНРОВОМ АСПЕКТЕ МЕДИАДИСКУРСА

В работе рассматривается проблема актуализации субъектов коммуникации (адресанта, адресата и других коммуникантов) в англоязычных новостных заметках, очерках и аналитических статьях.

К **эксплицитным** средствам субъектности были отнесены средства **единичного наименования** (*you, your* для адресата, *I* для адресанта, а также средства номинации коммуникантов в конструкциях ввода чужой речи) и **инклюзивного наименования** (местоимения *we, everybody*, наименование авторского коллектива). Среди **имплицитных** средств выражения адресата были выделены средства **интерактивности**, индикаторы присутствия адресанта и других коммуникантов – **оценочные, модальные, метатекстовые и интерпретационные** средства. Выявленность субъектности по жанрам определялась вычислением среднего арифметического от количества языковых маркеров на 1000 слов каждой статьи.

Сравнение индексов **адресанта** показало значительное преобладание эксплицитных средств в очерках (6,942 против 0,463 и 1,208 у заметок и статей) вследствие высокой экспрессивности и авторизованности данного жанра. Имплицитные средства распределились примерно равным образом между новостными статьями (35,01) и очерками (38,44), несмотря на разные цели данных жанров (фиксация действительности и ее образно-публицистическое представление), в то время как аналитические статьи обнаруживают существенное преобладание имплицитных маркеров адресанта (95,148), что коррелирует с более высокой вовлеченностью автора. Особо отметим значительно большее число маркеров интерпретации (1,709 против 0,943 и 0,981) и оценки (51,913 против 13,415 и 16,621) в аналитических статьях как носителях аргументированной точки зрения автора.

Среднее количество эксплицитных и имплицитных средств выражения **других коммуникантов** расширялось от новостных заметок (12,909 и 21,833) к очеркам (15,907 и 31,177) и далее к аналитическим статьям (19,546 и 56,668).

Обращаясь к средствам экспликации **адресата** в рассмотренных медиатекстах, укажем на преобладание эксплицитных средств в очерке (1,849), так как прямое обращение к читателю является прагматически заряженной характеристикой текста, в большей степени соответствующей данному художественно-публицистическому жанру. Значительное преобладание средств интерактивности было закреплено за аналитической статьей (2,37) вследствие коммуникативной задачи убеждения читателя в правильности своей позиции.

Общей для трех жанров тенденцией явилась прямая зависимость выявленности адресанта и адресата и обратная зависимость выявленности адресанта и других участников коммуникации, связанная с разнонаправленной прагматической установкой данных категорий.

3. Лапардина

КАТЕГОРИЯ ПЕРСУАЗИВНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ПУБЛИЧНОМ ДИСКУРСЕ (на материале парламентских дебатов)

Персуазивность определяют как преимущественно вербальное воздействие адресанта устного или письменного сообщения на сознание адресата с целью вызвать определенное поведение или повлиять на его точку

зрения, установки. Присутствие контроля со стороны сознания при получении и обработке информации – отличительный признак персуазивности. Лексические средства выражения персуазивности включают метафору, эпитет, повтор, а также приемы номинализации и использование конструкций с модальными глаголами. К синтаксическим средствам выразительности относятся антитеза, параллелизм и риторические вопросы.

Нами было проанализировано использование персуазивных языковых средств в речи британских парламентариев. Объем практического материала составил 31 страниц стенографического отчета парламентских дебатов. Всего было идентифицировано 328 лексических единиц (ЛЕ) и 92 синтаксических средства. Как показал анализ, метафоры и приемы номинализации составили 19 % и 18 % соответственно, эпитеты – 11 %, повторы – 9 %, конструкции с модальными глаголами – 42 % от общего числа проанализированных ЛЕ. От общего числа синтаксических единиц 34 % составили – параллелизмы, 15 % – антитезы и 51 % – риторические вопросы.

Примеры использования метафоры: *That has been at the heart of the Government's work*. Прием номинализации: *May I seek clarification on the issue of work visas?* Путем номинализации можно объективизировать мнение: *I give my thanks to the centre for everything that it has been doing*. Конструкции с модальными глаголами являются наиболее эффективным способом обращения к адресату: *If she cannot get this sorted out, frankly she should hand the job over to somebody else who can*. Одним из вариантов антитезы считается использование идеологического противопоставления «свой – чужой», например, в следующем предложении: *What happened in Salisbury showed what Putin is willing to do on our soil*. Простая антитеза: *There have been 6,000 appointments available this week, and as of Tuesday 15 March, there will be 13,000...* Параллелизмы: *There are not swathes and swathes of forms; there is a clear application process for families who undertake it*. Использование риторических вопросов является средством диалогизации: *We know that security checks need to take place, but what security risk is there from 90-year-old women, from people in their 60s, from mothers and small children?*

Исходя из вышеперечисленных фактов можно сделать вывод, что лексические средства выразительности преобладают над синтаксическими. Это объясняется тем, что лексические средства легче улавливаются из-за своей очевидности, следовательно, они сильнее оказывают влияние на реципиента наделяя оценкой выбранный объект описания.

Е. Ларионенко

КАТЕГОРИЯ ОЦЕНОЧНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ЭКОЛОГИЧЕСКОМ МЕДИАДИСКУРСЕ

Оценочность – это лингвистическая категория, которая через языковые средства передает оценочное суждение автора, которое основано на системе личных или социальных ценностей.

С целью изучения функционирования лексических единиц выражения оценочности, нами были проанализированы 40 статей англоязычного экологического медиадискурса, представленного в следующих периодических изданиях: «The Guardian», «The WP», «The Times», «The Science», «Time», «The New York Times», «The Independent», «Scientific American».

В ходе исследования была выявлена частота реализации оценочности в следующих группах лексических единиц: имена существительные – 27 %, имена прилагательные – 25 %, глаголы – 25 %, метафоры – 22 %. Стоит отметить, что в 25 % случаев оценочность глаголов реализуется коннотативно, то есть за счёт оценочной семы в составе определяющих наречий: *We have the research and resources to **manage** disasters more **effectively, efficiently and justly*** (The Scientific American).

Негативная оценочность имён существительных реализуется наличием негативной семы в денотате существительного (72 % идентифицированных случаев): *We study the worst moments in human history – their warning signs, **failures, destruction, pain, corruption and injustice** – so that we can lessen the hurt* (The Scientific American).

Оценочность реализуется также сочетанием существительных с положительным значением и отрицательной частицы «no» (21 % случаев): *But she and others emphasize that targets like 1.5°C should not be seen as **precipice** beyond which there is **no redemption or hope*** (The Science).

Основываясь на классификации Н. Д. Арутюновой, в экологическом медиадискурсе можно выделить следующие наиболее частотные оценки, выраженные прилагательными: универсальные (*we study the **worst moments** of human history*), дедуктивные (*to draw **obvious** parallels*), временные (***the scenarios narrowed** until it was **inevitable** that hundreds of thousands of people in the U.S., if not more, would die*), количественные: *This is an **insurmountable** task for local agencies, many of which are staffed with a single, part-time emergency manager* (The WP), психологические; *But this land is in a **perilous** position* (The Times).

Основываясь на классификации С.А. Прищепчук по типу оценочности, выраженной в данных лексических группах, на прагматическую оценочность приходится 65 % единиц, на функциональную – 17 %, и на коннотативную – 17 %.

Таким образом можно заключить, что оценочность является самостоятельной лингвистической категорией, которая входит в коннотативный либо денотативный компоненты высказывания.

Е. Латыголец

ЖАНРОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ БЛОГОВ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM

Представляемая работа отражает наш опыт лингвистического рассмотрения блогов в структуре белорусского сегмента социальной сети Instagram, которые к настоящему времени мало изучены, что делает наше исследование актуальным.

В данном исследовании мы исходим из положения М. О. Кочетковой и И.В. Тубаловой о гипержанровости блога, называя его сложным жанровым образованием, посты которого относятся к различным микрожанрам. Пост как минимальная структурная единица жанра блога – это единичная запись/публикация пользователя сети, представляющая собой фотографию/видео с подписью, что может быть осложнено гиперссылками.

Ввиду отсутствия общепризнанного представления о жанрах современной блогосферы, при определении микрожанров постов блога мы исходили из классификации, предложенной А. А. Тертычным и А. В. Колесниченко для публицистических текстов. Для анализа из Instagram было отобрано 152 белорусских блога разной тематики. Основными критериями были активность блогеров, наличие осмысленных текстовых блоков в публикациях и их востребованность у аудитории. Языковым материалом исследования послужила выборка из 456 постов, извлеченных из анализируемых блогов. В каждом блоге отбирались по три последних публикации.

Выявленные нами микрожанры постов отобразим в виде следующей диаграммы:



Рис. Микрожанры постов

Из 17 перечисленных микрожанров выделим самые популярные – их шесть, в частности, самопрезентация, анонс, впечатление, обзор, мысль и полезность, которые составляют больше половины публикаций (266 из 456, или 68,3 %). Среди самых востребованных микрожанров оказались прежде всего те, которые освещают личную жизнь блогера. Именно такая информация пользуется спросом и привлекает наибольшее внимание пользователей соцсети Instagram.

В ходе выполнения нашего исследования, было замечено, что формат и содержание каждого поста, может существенно различаться даже внутри одного блога, потому что именно автор определяет стиль, тематику, оформление своих блогов и жанровое разнообразие постов. Причем посты могут быть смешаны по тематике, по стилям и жанрам.

Ю. Логунова

ИМПЕРАТИВ В ПРОЦЕССЕ ВЫРАЖЕНИЯ ТРЕБОВАНИЯ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Побуждение привлекает внимание исследователей, поскольку это широко распространенный в коммуникации речевой акт с высокой степенью настоятельности. В словаре русского языка С. И. Ожегова требование определяется как «выраженная в решительной, категорической форме просьба,

распоряжение». В данной статье рассматриваются особенности использования императива для выражения требования в английском языке. В целом было проанализировано 150 контекстов английского языка, среди которых императивные конструкции составляют 106 примеров (71 %). В. С. Рябенко подчеркивает, что императив является доминантой поля побудительности.

Анализ нашего материала показывает, что при выражении требования посредством императивных конструкций интерпретация настоятельности во многих случаях представляет собой сложность, так как императив используется как универсальное средство выражения побуждения в целом: "Cut some wood," he says curtly to Naie. '«Наколи дров!» – он коротко бросает Хайе'. Интерпретации высказывания в качестве побуждения высокой степени настоятельности помогает знание социальных характеристик высказывания – в данном случае речь идет об обращении старшего по званию к подчиненному, а также манера произнесения высказывания.

Правильной интерпретации степени настоятельности способствует также экспликация эмоционального состояния говорящего: „Hold on to him!“ he roars madly. '«Держите его!» – он закричал как сумасшедший'. Категоричность требования, выраженного лексически императивной структурой, усиливается словами автора, содержащими указание на гнев говорящего и негативный фон общения.

Невербальные компоненты высказывания – жесты, мимика, взгляд – могут превращать в категоричное требование императивные конструкции, которые без данных компонентов можно трактовать как смягченные побуждения: «Come with me», she said and looked me angrily '«Пойдем со мной!» – сказала она и гневно посмотрела на меня.' Без указания на особенности взгляда данное побуждение можно трактовать как просьбу, невербальный компонент, однако, позволяет интерпретировать императивную конструкцию как требование.

Таким образом, императив является частотным средством выражения требования в английском языке, вследствие универсальности данной формы при реализации директивных речевых актов в целом. Определение степени настоятельности императивных конструкций может представлять сложность. Правильной интерпретации таких структур в качестве требования способствует знание социальных характеристик, ситуации общения, а также указание на эмоциональное состояние говорящего и невербальные компоненты общения.

Д. Матюшева

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ИРОНИИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ

(на материале романа К. Джерома «Трое в лодке, не считая собаки»)

Ирония – это троп, который заключается в использовании высказывания в противоположном значении с целью насмешки.

В ходе анализа повести «Трое в лодке, не считая собаки¹» мы выявили пять средств репрезентации иронии, к которым относятся гипербола, персонификация, каламбур, антитеза и лексический повтор. Самым частотным средством является гипербола – 12 единиц (28 % от общего количества идентифицированных случаев репрезентации иронии). Персонификация использовалась 9 раз (20 %), каламбур – 8 (19 %), антитеза – 8 (19 %), лексический повтор – 6 (14 %).

Гипербола – это приём преувеличения для создания иронического эффекта.

*I rummaged the things up into much the same state that they must have been before the world was created, and **when chaos reigned*** [с. 37].

Каламбур основывается на употреблении слов или словосочетаний схожих по звучанию, но разных по значению.

*It rises or falls for rain and fine, with much or less wind, and one end is “Nly” and the other “Ely” (**what’s Ely got to do with it?**), and if you tap it, it doesn’t tell you anything* [с. 46].

Персонификация – это наделение неодушевлённых предметов свойствами одушевлённых существ.

*We just got out to disentangle the tow-line, and when we looked round, **it was gone!** And they seemed hurt at what they evidently regarded as **a mean and ungrateful act on the part of the boat*** [с. 89–90].

Антитеза заключается в противопоставлении понятий.

*I had walked into that reading-room **a happy, healthy man**. I crawled out **a decrepit wreck*** [с.3].

Лексический повтор предполагает намеренное повторение одного и того же выражения для усиления иронического эффект.

*Harris said he felt such extraordinary **fits of giddiness** come over him at times, that he **hardly knew what he was doing**; and then George said that he **had fits of giddiness too, and hardly knew what he was doing*** [с.1].

Таким образом, анализ показал, что употребление различных языковых средств позволяет усилить эффект комичности ситуации, делает повесть красочней и интересней, позволяя автору создать выразительные и эмоциональные высказывания.

А. Мелешко

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ МОДАЛЬНЫХ ГЛАГОЛОВ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ЧАТ-КОММЕНТАРИИ

Цель работы – выявление частотных и семантических характеристик высказываний с модальными глаголами в немецкоязычном чат-комментарии. Материал составили комментарии 86 авторов к видео на платформе YouTube

¹ Jerome, J. K. Three Men in a Boat (To Say Nothing of the Dog) / J. K. Jerome. – Harper Collins Publishers Ltd, 2013. – 240с.

на тему «Wie Corona uns psychisch fertig macht», общим объемом 488 предложений. Количество высказываний, содержащих модальные глаголы, составило 10 % от общего числа предложений.

Отметим, что модальные глаголы в выборке представлены неравномерно, реализуя свою объективную семантику, а не грамматикализованную. Самым частотным оказался глагол *können* 'мочь', отмеченный в 60 % от всех модальных высказываний. Глагол *müssen* 'долженствовать' встречается в выборке значительно реже в 19 %, глагол *wollen* 'хотеть' – в 10 %, лексемы *sollen* 'следует' и *dürfen* 'разрешается' зафиксированы редко (каждый в 4 %).

С точки зрения субъекта действия модальные глаголы в чат-комментарии чаще всего используются с субъектом *ich*: *können* в 50 %, *müssen* в 64 %, *wollen* в 57 %, *sollen* и *dürfen* в 40 %, что обусловлено персоноцентрическим характером данного жанра. Вторым по частотности субъектом является неопределенно-личный, выраженный местоимением *man*: *können* в 23 %, *müssen* в 18 %, *sollen* в 39 %, *dürfen* в 20 %. Отметим, что в чат-комментарии представлены рассуждения о текущих событиях, являющиеся рефлексией на комментарии иных участников чата что определяет использование форм *Präsens Indikativ*.

Глагол *können* указывает на объективную возможность/способность субъекта к осуществлению действия в определенных условиях и при определенных предпосылках: *CallSignClover: Meine Zweitimpfung habe ich hinter mir, die Fitnessstudios können wieder öffnen und bald werde ich wieder uneingeschränkt Sport treiben können*. Глагол *müssen* указывает на необходимость осуществления действия субъектом, подчеркивая в определенных, указанных в контексте, обстоятельствах обязательность/принудительность действия, выраженного инфинитивом: *Anna Heyer: Die einzige Therapeutin in meiner Nähe hat aber nur unregelmäßig termine frei und um in eine Klinik zu kommen, muss ich auf eine unglaublich lange warteliste*. Глагол *wollen* указывает на желание говорящего предпринять какие-либо действия и используется в чат-комментарии чаще всего с глаголами речевой деятельности: *Hi raeth: Ich will garnicht damit anfangen, dass dagegen so wenig bis eig viel mehr garnichts getan wird*. Глагол *sollen* указывает на действие, которое говорящий считает благоприятным, выгодным, и предлагает его собеседнику в качестве рекомендации действия в той или иной ситуации, поэтому используется в реактивных репликах комментария или в запросе о действии: *Katerina2087: Ich fühle mich ständig ganz allein und gestresst. – Mathiasgroß: Du solltest mal zu einem Psychologen gehen*. Или: *William 23: Und was soll ich jetzt tun?* Глагол *dürfen* имеет значение позволения себе: *Tom F: Ich weiß nicht, ob ich darüber erzählen darf*.

Таким образом, преобладающими в чат-комментарии являются модальные глаголы со значением долженствования и возможности, указывая на объективные условия модализации высказывания. Коммуникативные характеристики данного жанра обуславливают временной план высказываний (настоящее) и использование в качестве грамматического субъекта 1-ое лица, т.е. говорящего.

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА ПАРЕНТЕЗ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ

Целью настоящего исследования является анализ функционально-семантических свойств парентетических конструкций в структуре современного англоязычного художественного дискурса. Под парентезой мы понимаем вводные или вставные конструкции, которые на письме обособляются графическими знаками, а в устной речи – интонационно. По своей структуре парентетические конструкции в английском языке могут быть выражены словом, словосочетанием, предложением.

В ходе анализа практического материала определено, что слова-парентезы обладают различными оттенками эмоционально-оценочного значения в предложении. Например: *unfortunately, fortunately, luckily, ironically, surprisingly, frustratingly, etc.* Посредством слов-парентез автор выражает различные семантические оттенки: досада, сожаление, огорчение, радость и др. Важно отметить, что слова-парентезы могут занимать позицию в начале, середине или конце в линейной структуре предложения. Позиция указанных слов в структуре предложения выражает определенную логико-грамматическую и коммуникативную функцию, в частности, обозначает последовательность и логичность изложения мыслей.

Словосочетания-парентезы структурно могут состоять из двух и более словоформ. Такие парентезы выражают ряд модально-оценочных значений, указывающих на оценку достоверности сообщаемой информации, выражение уверенности или неуверенности, уточнения, личного мнения и др. Например: *'Theory' was all, in John Veals's opinion, piffle. To be honest, it was a simple demonstration of supply and demand*

Проанализированные предложения-парентезы, вставленные в структуру другого предложения, выполняют функцию уточняющего комментария к основному повествованию. Например: *Veals was known to be a man obsessed by detail – one or two people had warned Wetherby that he might be driven mad by this – and Wetherby knew that the size of his first annual bonus would shortly be calculated.* С точки зрения семантики такие вводные предложения передают дополнительную информацию, поясняют, конкретизируют основное содержание высказывания, тем самым переводя его (высказывание) в понятный для читателя план.

Таким образом, анализ практического материала позволяет нам сделать вывод, что парентезы, в зависимости от структуры, могут выражать различные значения. Так, однословные парентезы указывают на последовательность изложения, а также выражают различные оттенки модальной оценки. Парентезы-словосочетания также передают значения модальности, экзemplификации, обобщают и дополняют высказывание. Парентезы в виде отдельного предложения поясняют, уточняют и комментируют основную мысль высказывания.

ЯЗЫКОВАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА МИГРАНТА В БРИТАНСКИХ СМИ

Количество мигрантов по всему миру, в том числе и в Великобритании увеличивается с каждым годом, тем самым формируя определенный стереотипный образ, который используется в различных видах СМИ.

Цель исследования состояла в выявлении языковых особенностей представления образа мигранта в британских СМИ.

Материалом для исследования послужили статьи The Times, The Guardian, The Daily Mail, а также другие британские издания, которые являются одними из наиболее популярных медиа в Великобритании. Существенных отличий в образах мигрантов в британских консервативных и либеральных источниках отмечено не было. Однако правоцентристская газета The Daily Mail показывает мигрантов в более негативном свете, чем например, левоцентристская The Guardian.

Беженцы, мигранты и просители убежища изображаются, как правило, в виде «чисел и цифр» и в газетах становятся некой обезличенной «группой». Одним из самых популярных для описания мигрантов и иммигрантов было слово «*mass*». Также вместе со словами «миграция» и «иммиграция» чаще всего использовались такие модификаторы, как «нелегальная», «чистая», «европейская», «массовая»:

However, the government has never made any serious attempt to justify mass immigration.

With net migration reaching 298,000, it is clear that immigration from the EU is out of control.

Violent crime is on the rise, illegal migration is out of control.

Либеральное издание “The Guardian” описывает современных мигрантов, как молодых, образованных людей, которые владеют английским языком и достаточно быстро вливаются в британское общество, проявляя уважение к традициям и культуре государства. Они вносят свой вклад в развитие Великобритании и должны иметь право на проживание на территории этой страны. В статье газеты The Independent, говорилось, что мигранты приносят инновации и новые идеи в экономику нашей страны; они платят налоги, которые помогают нам спонсировать общественные услуги; и они наши друзья, семья и соседи.

Тем не менее, консервативно настроенными средствами массовой информации и политиками создается ложное и ничем не подкрепленное мнение относительно мигрантов. Многие британцы убеждены, что мигранты являются безработными на территории Великобритании, едва говорят по-английски и хотят получить поддержку от государства без каких либо на то оснований. В зависимости от того, каких взглядов придерживаются СМИ, формируется и образ мигранта в глазах общественности.

Подоляк Н.

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА, ИСПОЛЬЗУЮЩИЕСЯ ПРИ СОЗДАНИИ ОБРАЗА ПЕРСОНАЖА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПРОИЗВЕДЕНИИ

Работа посвящена выявлению языковых средств, используемых при создании образа персонажа в художественном произведении. Объектом исследования является образ камердинера Реджинальда Дживза из цикла романов о Дживзе и Вустере Пэлема Гренвила Вудхауза.

Речевой портрет главного героя является основополагающим при создании образа персонажа данного произведения. Для этого автор романа прибегает к использованию различных стилистических приемов, в частности лексических.

В речи персонажа можно встретить метафоры, одной из которых является *a heart of gold* ‘золотое сердце’. В одном из диалогов Дживз отмечает, что, даже несмотря на недостаток ума, его хозяин является человеком с золотым сердцем: *Mr. Wooster is perhaps, mentally somewhat negligible, but he has a heart of gold.*

Для описания Берти камердинер прибегает к использованию прилагательного со слегка отрицательной коннотацией, а именно *negligible* ‘незначительный’, чтобы описать умственные способности хозяина, однако в то же время добавляет метафору *a heart of gold*, чтобы подчеркнуть прекрасные личные качества Вустера.

Еще одним стилистическим приемом, используемым камердинером, является эвфемизм.

Когда Берти жалуется своему камердинеру на то, что одна из горничных не пустила его в дом, а причиной этого был спиритический сеанс, Дживз отвечает *And by an unfortunate coincidence she and the cook, at the moment of your arrival, had just been occupying themselves with the Ouija board – with, I believe, some interesting results.* Воспитанность Дживза не позволяют ему назвать вещи своими именами, поэтому он использует эвфемизм, а именно *had been occupying themselves with the Ouija board* ‘были заняты доской для спиритических сеансов’.

В качестве примера использования камердинером в речи оксюморона рассмотрим отрывок, где к Берти приезжает погостить тетушка Далия: *I’m terribly sorry to interrupt but there’s Aunt Dahlia waiting for you downstairs.* ‘Мне очень жаль прерывать, но тетя Далия ждет вас внизу’.

В данном случае использование оксюморона *terribly sorry* ‘ужасно жаль’ показывает образованность персонажа и его учтивость по отношению к другим персонажам произведения.

Таким образом, мы видим, что речевой портрет играет значительную роль в построении образа персонажа и используемые автором стилистические приемы, в большинстве своем лексические, помогают это реализовать.

РЕАЛИЗАЦИЯ ОПТАТИВНОЙ МОДАЛЬНОСТИ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

Целью работы стало выявление особенностей употребления модальных высказываний со значением желательности в речах немецких политиков. Материалом послужили 20 речей политических деятелей ФРГ, транскрипты взяты с официального сайта bundesregierung.de. Объем составил 1308 предложений. Оптативные высказывания оказались не частотными: 11 % высказываний выборки (134) реализуют семантику желательности. Тематика рассмотренных политических речей различная.

Категория оптативности реализует отношение говорящего к тому, о чем говорится, как к желательному или нежелательному. В институциональном общении говорящий представляет интересы политической группы. Выявлено, что для выражения оптативности средства различных уровней используются. В 46 % зафиксированных оптативных высказываний используется яркое эксплицитное средство выражения желательности – модальный глагол *wollen*. В большинстве случаев он употребляется в 1-ом л. мн. ч. (35,8 %); в 1-ом л. ед. ч. Чаще всего *wollen* сочетается с инфинитивами, указывающими на действия по созданию, осуществлению, улучшению, повышению (42,5 %).

Далее по частотности (15,7 %) следует форма глагола в сослагательном наклонении *möchte*. В большинстве случаев (66,2 % от высказываний с *möchte*) он используется в клишированной перформативной форме репрезентативных высказываний с глаголами речи.

Глагол *wünschen* ‘желать’ и девербатив *der Wunsch* ‘желание’, лексема *die Hoffnung* ‘надежда’, эпистемическое высказывание *ich hoffe*, наречие *hoffentlich* отмечены в 18 % выборки используются в политической речи в экспрессивных актах.

В отличие от модальных глаголов иные лексические и грамматические средства выражения желательности реализуют директивные высказывания. Императив, вежливая форма второго л. мн. ч. и 1-го л. мн. ч, указывает на волеизъявление (2,2 % выборки). Форма будущего времени употребляется в обещаниях, семантика которых также является оптативной (3 %).

Таким образом, для институциональной речи наиболее употребительным средством оптативности выступает эксплицитная ядерная единица, модальный глагол *wollen*. Однозначность семантики данной лексемы позволяет политикам четко указывать на цели, которых они хотят достичь, чтобы удержать власть, чем обусловлен наиболее частотный субъект желания (*мы*).

ПРАГМАЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ СЛОГАНОВ ТУРОПЕРАТОРОВ И ИХ ПЕРЕВОД

В настоящее время туристическая отрасль относится к одному из важнейших факторов экономического развития множества стран. Несмотря на эпидемиологическую обстановку, туризм сохраняет свою популярность и необходимость рекламирования соответствующих услуг. В связи с этим особый лингвистический интерес представляют рекламные туристические слоганы, задачей которых является оказать максимум воздействия на клиента с помощью минимального набора слов.

Объект исследования – туристический дискурс. *Предмет* исследования – англоязычные рекламные слоганы в сфере туризма и способы их перевода на русский язык.

Цель исследования – выявление прагмалингвистических особенностей слоганов туроператоров и специфики их перевода. Задачи исследования: установить взаимосвязь рекламного и туристического дискурсов, определить понятие «слоган», выявить лингвистические особенности рекламных слоганов в сфере туризма, проанализировать способы перевода англоязычных туристических слоганов на русский язык.

Теоретической базой для исследования послужили работы ученых в области теории дискурса, дискурс-анализа и перевода. В качестве материала для исследования были использованы рекламные слоганы с сайтов англоязычных туроператоров. Всего было проанализировано 58 слоганов.

В результате исследования были сделаны следующие выводы.

Туристический и рекламный дискурсы являются самостоятельными и пересекающимися дискурсами. Общность рекламного и туристического дискурса проявляется в использовании одних и тех же лингвистических инструментов, а именно слоганов. Слоган – это короткий лозунг или девиз, отражающий уникальное качество продукта, услуги, направление компании, обычно в прямой, аллегорической или абстрактной форме, который используется, чтобы привлечь внимание или побудить к действию.

Всего выявлено 12 стилистических приёмов составления слоганов. Согласно исследованию, больше всего авторы используют приемы на лексическом уровне – метафора, метонимия, эпитет, идиома, ирония (24 слогана), затем на лексико-синтаксическом уровне – сравнение, перифраза (17 слоганов), на фонетическом уровне – аллитерация, рифма, ассонанс (9 слоганов) и на синтаксическом уровне – повтор, параллельные конструкции (8 слоганов).

Самым распространённым способом перевода рекламных туристических слоганов является калькирование (32 слогана), за ним следует лексико-семантическая замена (8 слоганов), следующий прием – описательный перевод (6 слоганов). Также встречаются транскрипция, транслитерация, чисто грамматические замены, синтаксическое уподобление.

И. Сапежинская

АНГЛИЦИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ МОЛОДЕЖНОМ ЯЗЫКЕ

В современном немецком языке можно встретить множество заимствований из различных языков. Особенно ярко выражены заимствования из английского языка – англицизм.

Как отмечают исследователи, для широкого распространения англицизмов в немецком языке существует несколько причин: простота интеграции английской лексики в немецкий язык в силу языкового родства обоих языков, экономичность английских слов с точки зрения их произношения, отсутствие в немецком языке специальных наименований для новых понятий, желание разнообразить речь и др.

Имеется несколько путей заимствования из английского языка в немецкий: прямое заимствование без изменения смысла или формы слова (*das Team, die Talkshow, der Job*), терминологические синонимы (*das Consulting = die Beratung, das Leasing = die Vermietung*), “гибриды” (*die Powerfrau, der Reiseboom, die Livesendung*), заимствование не в прямом значении (*public viewing*), псевдоанглицизмы (*das Handy, der Shorty, der Oldtimer*), заимствованные глаголы (*downloaden, traden, managen*).

Проанализировав тексты различной тематики, прослеживается, что наиболее часто англицизмы фиксируются в таких тематических областях как: современные средства коммуникации (*das Smartphone, die Apple Watch*), СМИ (*die News, die Late-Night-Show*), музыка (*der Popstar, die Playlist*), экономика и финансы (*der Sale, das Update*), культура и кино (*der Thriller, das Reboot*), мода и косметика (*der Trend, in/out sein, das T-Shirt, das Make-up*) и т.д.

Как показывает анализ, использование англицизмов в современном немецком языке может сопровождаться также нарушением грамматических языковых норм: вместо «*im Jahr 2022*» порой употребляется английский вариант «*in 2022*». Сложности также могут возникнуть в написании (*der Club / der Klub*) и установлении грамматического рода англицизмов (*die/das Mind-Map, der/das Essay*).

Языковой феномен, подразумевающий внедрение англицизмов во все сферы жизни немецкого общества, получил название Denglisch. Изучением данного явления занимается ассоциация «Verein Deutsche Sprache» (VDS), которая среди прочего занимается пропагандой “чистоты” немецкого языка, предлагая заменять англицизмы исконно немецкими словами (*der Anhänger = der Follower, der Direkt-Datenstrom = der Live-stream*).

Итак, англицизмы, с одной стороны, обогащают немецкую речь, делают ее более разнообразной и интернациональной, могут упрощать изучение немецкого языка, например, носителям английского, с другой стороны, англицизмы, порой, вытесняют немецкие слова и способствуют некоторой

потере уникальности немецкого языка. Поэтому важно контролировать процесс внедрения англицизмов, чтобы сохранить уникальность не только немецкого языка, но и всей немецкой культуры.

Е. Фомина

ЭКСПРЕССИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ СПОРТИВНОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ: ЛЕКСИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Спортивный медийный дискурс представляет собой вид институционального дискурса, который разворачивается в поле массмедиа, и содержание которого связано со спортом. Под экспрессивностью понимается совокупность семантико-стилистических признаков единиц языка, которые обеспечивают способность данных единиц языка выступать в коммуникативном акте как средство субъективного выражения говорящего к содержанию или адресату речи.

Нами был проведен анализ лексических средств выражения экспрессивности на материале 20 англоязычных статей спортивной тематики. В ходе исследования было идентифицировано 468 экспрессивных лексических единицы и выявлено, что к основным лексическим средствам выражения экспрессии в спортивном медийном дискурсе относятся эпитет (21,8 %), метафора (34,6 %), метонимия (34,2 %), фразеологические единицы (8,5 %), сравнение (0,9 %).

Приведем примеры некоторых из экспрессивных средств.

1. Эпитет: *“his night ended four rounds later after a **crunching** shot to the gut”, “from early on in this game at a renovated Bernabeu, it had the feel of a **landmark** match.”*

2. Метафора: *“a vicious right hook **landed flush** on Martinez’s chin and **sent him to the canvas**”.*

3. Метонимия: *“a series of pumping rights in the fifth cranked **the arena** back up to full volume”.*

Результаты проведенного анализа позволяют заключить, что англоязычный спортивный дискурс является достаточно экспрессивным. Вышеперечисленные лексические средства выражения экспрессии помогают усилить изобразительность и выразительность текстов, а также передать эмоционально-экспрессивное и оценочное значения.

А. Черногаева

ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОБРАЗНЫЕ СРЕДСТВА ВОЗДЕЙСТВИЯ В ТЕКСТАХ ПОПУЛЯРНОЙ ПСИХОЛОГИИ (на материале английского и русского языков)

Актуальность данной работы обусловлена возрастающим спросом со стороны людей к осознанию себя, активным спросом на тренинги по психологии, прочтением книг, которые дают ключ к пониманию поведения,

поступков людей в области межличностных отношений. Исходя из этого, у лингвистов возникает интерес к книгам, статьям по психологии и средствам воздействия, которыми авторы пользуются, чтобы оказывать влияние на людей.

Цель исследования заключается в выявлении эмоционально-образных средств воздействия в текстах популярной психологии (на материале английского и русского языков).

Объектом исследования послужили тексты популярной психологии (на английского и русского языков). *Предметом* исследования стали эмоционально-образные средства воздействия, используемые в этих текстах.

Материалом исследования послужили тексты популярной психологии, а именно по межличностному взаимодействию. Для анализа было отобрано шесть книг современных авторов, три на английском языке и три на русском (Берри К. Уайнхолд “Бегство от близости”, Амир Левин “Подходим друг другу:...”, Андрей Курпатов “Красная таблетка”, Open Stax (Heather Griffiths; Nathan Keirns; Eric Strayer; Tommy Sadler; Susan Cody-Rydzewski; Gail Scaramuzzo; Sally Vyain; Jeff Bry; and Faye Jones) “Introduction to Sociology”, Daniel Gilbert “Stumbling on Happiness”, Paul Dolan “Happy Ever After: Escaping The Myth Of The Perfect Life”).

В текстах популярной психологии используются разнообразные эмоционально-выразительные средства. В ходе исследования, было выявлено, что наиболее употребительными являются сравнения (24,4 %), риторические вопросы (22 %), эпитеты (28 %) и метафоры (14,6 %). А также для понимания и общедоступности используются такие эмоциональные-средства, как гипербола (1,7 %), перифраз (1,2 %), эллипсис (1,9 %), синекдоха (1,4 %), идиомы и устойчивые выражения (4,8 %), градация (0,2 %), метонимия (0,7 %) и инверсия (1 %).

Использование эмоционально-образных средств в текстах по популярной психологии придает экспрессивность, создает образность, убедительность речи, аргументирует теоретические знания и выводы примерами с использованием общедоступной лексики, заинтересовывает читателя. Примеры выразительных средств. Сравнение: *как к себе, так и к другим; as minor as an unsolicited verbal altercation*. Риторические вопросы: *Довольны ли вы своей жизнью? So why shouldn't I swear?* Эпитеты: *сомнительную истину; mind-numbing repetitions*. Метафора: *сосуд, который нужно наполнить любовью; at the bottom of the ladder*.

В. Шаченок

ТЕОРИЯ АЛЛЮЗИИ В ДИАХРОНИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Термин “аллюзия” появился в европейских языках в XVI веке от латинского слова “alludere”, означающего «намек». Риторика античного периода и мыслители эпохи Возрождения относили аллюзию к фигурам речи. Расцвет

искусства аллюзии приходится на период классицизма (Дж. Мильтон, С. Батлер). Но как стилистический приём аллюзию начали изучать только с конца XX века. Выделяют несколько подходов к исследованию аллюзии.

В рамках Литературоведческого подхода аллюзивная единица изучается как отличительная черта, манера изложения определенного писателя, что ограничивает исследование аллюзии литературной традицией и литературным влиянием. понятие аллюзии, таким образом, становится широким и может рассматриваться как неосознанное или сознательное литературное подражание.

В традиционных лингвостилистических исследованиях аллюзия рассматривается как лексический прием наряду с другими фразеологическими единствами, такими как пословицы, поговорки, цитаты. Аллюзия становится фразеологическим словосочетанием только в том случае, если она соотносима с тем произведением, где была использована впервые [И. Р. Гальперин]. Иными словами, составные части свободного словосочетания в тексте, на который делается ссылка, становятся связанными при измененном контексте. Например, тема красоты в романе О.Уайльда «Портрет Дориана Грея» раскрывается через сопоставление с мифическими героями на разных уровнях.

Интертекстуальное направление в исследованиях аллюзии сформировалось в связи с развитием теории межтекстового взаимодействия разных культур. Так, похожие мифы и сказки из разных культур: русской сказки «Колобок», американской «Джонни-пончик», норвежской «Блинчик» – отражают соответствующий социальный и культурный фон. Полное распознавание смысла аллюзии предполагает обязательную осведомленность адресата в рамках мировой культуры, его «интертекстуальную компетенцию», позволяющую узнавать аллюзивную единицу и ее содержательно-смысловое наполнение.

В рамках когнитивной теории представляется возможным изучать аллюзивные единицы через соотношение языковой формы и мыслительной деятельности. Аллюзия в этой связи выступает в роли элемента, сигнализирующего о существовании глубинных когнитивных процессов конструирования аллюзивного значения. Примером может служить роман Н.Геймана «Американские боги», где миф представлен фреймом, соответствующим ядру содержания мифа.

Таким образом, только комплексный подход предполагает объективность и надежность понимания аллюзии.

К. Швеева

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ НОВОСТНОМ ТЕЛЕВИЗИОННОМ ДИСКУРСЕ (на материале сообщений жанра «Репортаж»)

Репортаж занимает центральное место в новостном телевизионном дискурсе и характеризуется рядом лексических особенностей, среди которых можно выделить фразеологизмы. Согласно классификации А. Коуви фразео-

логические единицы можно разделить на следующие группы: 1) истинные фразеологизмы (*They repeatedly kicked **at the Achilles' heel*** (Sky News, 11.10.2017)); 2) фигуративные фразеологизмы (*The government needs to do more than just **paint over the cracks*** (Sky News, 22.05.2014)); 3) коллокации (*Victims of antisocial behavior **can soon be given a say** on how offenders are punished* (Sky News, 02.09.2008)).

Нами было проанализировано 30 репортажей канала «Sky News», в которых было идентифицировано 38 фразеологических единиц (ФЕ). Установлено, что истинные ФЕ в телевизионных репортажах составляют 11 единиц (29 % от общего количества выделенных фразеологизмов), фигуративные ФЕ – 10 единиц (26 %), коллокации – 17 единиц (45 %). Частота употребления фразеологических единиц в телевизионном новостном дискурсе достаточно высокая: в среднем на один 1,5–3 минутный репортаж приходится 1–2 фразеологизма.

Таким образом, проведенный нами анализ показал, что высокая частотность использования ФЕ в англоязычном новостном телевизионном дискурсе позволяет наиболее эффективно реализовать функцию информирования и воздействия.

А. Шульжик

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СТИЛИСТИЧЕСКОГО ПРИЕМА ИНВЕРСИИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

Стилистическая инверсия – прием, направленный на сосредоточение внимания на новой информации путем нарушения в предложении прямого порядка слов. Основными видами стилистической инверсии являются: а) объект, расположенный в начале предложения; б) определение, следующее за определяемым словом; в) номинальная часть предиката, расположенная перед субъектом; г) обстоятельство в положении перед субъектом; д) обстоятельство и предикат в позиции перед субъектом.

Практическим материалом нашего исследования послужила подборка цитат из произведений английской и русской художественной литературы. Цитаты представлены в количестве 60 единиц. Цитаты позаимствованы из открытых источников сети Интернет, а именно, *rulit.me*, *spravochnick.ru*, *studbooks.ne*. Вручную выбирались контексты, казавшиеся нам наиболее подходящими для рассмотрения феномена инверсии.

Приведем и проанализируем здесь несколько наиболее характерных примеров использования инверсии в художественном тексте. Рассмотрим следующий пример из романа Джоан Роулинг «Гарри Поттер и философский камень» (“Harry Potter and the Philosopher's Stone”): *Inside **was** a large, sticky chocolate cake with Happy Birthday Harry written on it in green icing*. ‘Внутри был большой липкий шоколадный торт с надписью «С днем рождения, Гарри», из зеленой глазури’. В приведенном примере присут-

ствуется локальная инверсия с обстоятельством места в начальной позиции. Слово *inside* откладывает восприятие новой информации, создавая тем самым эффект неожиданности.

Пример полной инверсии ***Calls back the lovely April of her prime.*** ‘Возвращает прекрасный апрель ее расцвет’ мы обнаружили у Вильяма Шекспира, в десятой строке Сонета 3. На первое место здесь вынесено сказуемое, в смысловом отношении представляющие собой наиболее значимую часть предложения.

Shall hate be fairer lodged than gentle love? ‘Будет ли ненависть более справедливой, чем нежная любовь?’ Данный приём использован в десятой строке Сонета 10 Вильяма Шекспира. Здесь присутствует частичная инверсия, выполняющая грамматическую и стилистическую функции одновременно. В данном контексте инверсия обусловлена грамматическими особенностями английского языка и служит для выражения вопроса.

В ходе проведения исследования выяснено, что в художественном произведении стилистическая инверсия характеризуется как способ выражения эмоциональной составляющей высказывания, а также усиления значимости действия. Благодаря инверсии высказывание может приобретать нужную стилистическую окраску, позволяя реализовывать конкретную авторскую задумку.

В. Юлова

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

В современной коммуникативной лингвистике особое внимание уделяется рассмотрению речевых актов. Важным является изучение взаимосвязи интенции говорящего и выбора конкретных языковых средств. В настоящей работе рассматривается предложение. Данный речевой акт широко представлен в коммуникации, что обусловлено коммуникативной спецификой предложения: оно побуждает слушающего совершить действие приятное для собеседника, но не принуждает жестко к нему, оставляя решение за слушающим.

Важным для нас является выявление средств выражения предложения в немецком языке. Материалом для проведения исследования послужили 127 контекстов, содержащих высказывания с семантикой предложения. Они были отобраны из произведений художественной литературы XX–XXI вв. Анализ средств выражения предложения в немецком языке показывает, что для реализации данной интенции используются различные структуры: вопросительные, повествовательные и императивные. Активней всего (59 % выборки) для реализации предложения используются вопросительные конструкции, например:

„*Fährst du mit mir nach Frankreich?*“ [WW, S. 37] ‘Ты поедешь со мной во Францию?’

Говорящий не хочет оказывать давление на слушающего, поэтому он не выражает предложение при помощи императива, а использует вопросительную конструкцию, которая эксплицирует интерес к решению собеседника.

Повествовательные конструкции встречаются несколько реже (34 %). Они имеют достаточно большую степень категоричности, так как показывают необходимость совершения действия как констатацию факта, побуждая тем самым собеседника принять предлагаемое действие, например:

„*Wir trinken noch ein Glas, und Sie legen sich schlafen. Das ist kein Wetter für Spaziergänge.*“ [AT, S. 77] ‘«Мы выпьем еще по бокалу, и Вы ляжете спать. Это неподходящая погода для прогулок».’

Императивные конструкции являются традиционным средством выражения директивного намерения в целом и также используются для реализации предложения (7 % примеров). Они имеют такое значение, прежде всего, при обращении к собеседнику, равному по статусу, например:

Er schloß sein Zimmer auf. „*Setzen Sie sich einen Augenblick*“. Er zeigte auf ein rotes Sofa. [S. 16] ‘Он открыл свою комнату. «*Присядьте на минутку*». Он указал на красный диван.’

Таким образом, рассмотрение практического материала показывает, что для реализации предложения в немецком языке используются различные структуры. Прежде всего этой цели служат вопросительные конструкции, позволяющие смягчить директивное намерение, однако в материале встречаются также повествовательные и императивные конструкции.

Д. Яскевич

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО НОВОСТНОГО ТЕЛЕВИЗИОННОГО ДИСКУРСА

(на материале телесообщений жанра «Репортаж»)

Под телевизионным дискурсом понимается комплекс вербальных и невербальных знаков. Англоязычному новостному телевизионному дискурсу присущи следующие, по мнению И. Р. Гальперина, такие лексические особенности, как клише, специализированная лексика, неологизмы, реалии, идиомы.

Нами был проведен анализ лексических особенностей 30 новостных репортажей новостных англоязычных каналов «Sky News», «BBC News», «Global News», «CNBC». Как показал анализ, клише использовались в 85 % проанализированных репортажей – было идентифицировано 59 данных лексических единиц. Причиной этого являются жанровые особенности репортажа. Клишированные конструкции употребляются в репортажах любой тематики.

*General Vance could have **faced a charge** under military regulations* (Global News, 15.07.2021).

Специализированную лексику содержали 73 % отобранных репортажей. Всего была выявлена 51 лексическая единица.

*The only way to prevent healthcare system collapse is to enforce lockdown as soon as possible, to increase **ICU capacity** and hospitalization capacity, to use simulation and to train in using **PPE – personal protective equipment**, because it's crucial* (Sky News, 14.03.2020).

43 % репортажей содержат реалии, 30 лексических единиц.

***Costco** is a retailer that has figured out how to get its customers to pay for the privilege of shopping there* (CNBC, 12.09.2020).

35% проанализированных репортажей содержали идиомы, 24 единицы.

*The government needs to do more than just **paint over the cracks*** (BBC News, 25.10.2016).

Неологизмы были использованы в 7 % проанализированных репортажей – 5 единиц.

*When outsized **smartphones** first came out a lot of people scoffed and said 'they're just too big', now they're called **phablets** – a cross between a phone and a tablet computer* (CNBC, 08.05.2015).

Таким образом, клише и специализированная лексика отличаются высокой частотностью использования в англоязычных новостных репортажах различной тематики.

ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА

В. Бандысик

СТРУКТУРНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ АНГЛИЙСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «HACKING»

Язык – это сложная система, которая непрерывно подвергается различным изменениям и трансформациям. Наполнение языковой системы неологизмами является одним из основных способов модернизации языков. Под неологизмом обычно понимают слово, значение слова или словосочетание, недавно появившееся в языке или получившее новое значение. Особенно активно новые термины возникают в сфере информационных технологий. Процесс поиска новой лексики в данной сфере включал изучение онлайн-словаря английских неологизмов «Word Spy». Всего было проанализировано 73 неологизма тематической группы «Hacking» и создана структурная классификация новых английских слов – по частям речи и способу словообразования.

Исследуемые неологизмы принадлежат к трем частям речи: 68 существительных (*ethical hacker, forever-day, Friends and Family virus, Google bombing* и др.), 4 глагола (*to craft together, to page-jack, to webjack, to whack*), 1 прилагательное (*zero-day*). Тем самым, преобладают существительные (93%), так как именно они называют новые реалии.

Наиболее продуктивные способы образования неологизмов в сфере хакерства включают следующие:

- Словосложение (*compounding*) – самый частотный способ образования новых слов данной группы, при котором происходит слияние двух основ либо образуются устойчивые выражения, обозначающие единое целое: *back-hacking = back + hacking; beehacker = bee + hacker; billion laughs = billion + laughs; bot herder = bot + herder; chief hacking officer = chief + hacking + officer*.

- Блендинг (*blending*) – это слияние полной основы одного слова с усеченной основой другого слова или из слияние усеченных основ двух исходных слов: *digilante = digital + vigilante; hackathon = hacking + marathon; hackerazzi = hacker + paparazzi; hackint = hacking + intelligence*.

- Аффиксация (*affixation*) – присоединение к корню или основе слова префиксов и суффиксов: *crack + -er = cracker; grief + -er = griever; pre- + text + -ing = pretexting; do-ocracy = do + -ocracy; phish + -ing = phishing*.

- Метафоризация является примером внутреннего словообразования, когда слово переосмысливается и приобретает новое значение: *samurai* ‘a computer hacker hired to legally infiltrate corporate computer systems for legitimate reasons’.

Таким образом, самыми продуктивными способами образования неологизмов в компьютерной сфере «Hacking» оказались словосложение и блендинг, что показывает стремление носителей английского языка использовать уже существующие слова, комбинируя их для описания новых реалий.

МЕЖЪЯЗЫКОВЫЕ ПАРАЛЛЕЛИ ВО ФРАЗЕОСЕМАНТИЧЕСКОМ ПОЛЕ «ДЕНЬГИ» В АНГЛИЙСКОМ, НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Исследование посвящено раскрытию фразеологических средств, используемых в трех индоевропейских языках, именующих концепт ДЕНЬГИ, который составляет неотъемлемую часть современной жизни языкового сообщества и потому является важным компонентом его национальной картины мира. Материалом исследования стали 367 фразеологизмов (98 в английском, 78 – немецком и 200 – русском языках), отобранные из «Англо-русского фразеологического словаря» А. В. Кунина, «Немецко-русского фразеологического словаря» Л. Э. Биновича и «Фразеологического словаря русского языка» Е. Н. Телия, который является толковым, в отличие от остальных переводных словарей, что, по-видимому, обусловило большое количество единиц с данной тематикой.

Анализируемый материал во всех языках включает как номинативные ФЕ ((*за копейку удавиться*, *well and warm* ‘обеспеченный человек’, *eine goldene Nase verdienen* ‘делать деньги из ничего’), так и коммуникативные (пословицы, поговорки): (*копейка рубль бережёт*, *dollar signs in somebody's eyes* ‘с долларами в глазах’, *Geld regiert die Welt* ‘деньги правят миром’).

ФЕ обладают значительным прагматическим и экспрессивным потенциалом, т.е., способностью нести информацию о ценностях языкового коллектива и оказывать эмоциональное воздействие на слушающего, что достигается, в том числе, за счет их стилистической окрашенности единицы.

Результаты анализа показывают, что во всех языках деньги рассматриваются как движущая сила, результат упорного труда и бережливости (*Money talks / Das liebe Geld kann alles* ‘Деньги решают/ могут всё’ ‘Деньги решают всё’, *Money doesn't grow on trees* ‘Деньги не растут на деревьях’, *Легко деньги потратить, да трудно заработать*). Вместе с тем, в немецких ФЕ основными смыслами выступают следующие: тлетворное влияние денег на человека, его поведение и моральные принципы (32 %: *Geld hat manchen an den Galgen gebracht* ‘Деньги привели некоторых на виселицу’). Для русскоязычной лингвокультуры характерно доминирование таких смыслов как денежный долг – это причина для беспокойства (25 %: *Долг не греет*). Кроме того, в русскоязычных ФЕ отражена основная функция денег – служить надежным платежным эквивалентом (*платить той же монетой, сходить за чистую монету, принимать за чистую монету*).

Таким образом, сопоставительный лексико-семантический анализ выявил сходства и различия в смыслах, которые передают ФЕ, именующие концепт ДЕНЬГИ в английском, немецком и русском языках, принятые в разных языковых коллективах аксиологические ценности.

СТРУКТУРНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛИЙСКИХ НЕОЛОГИЗМОВ В СФЕРЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Язык – одна из самых быстроразвивающихся сфер человеческой жизни. Любой язык находится в постоянном движении, изменяясь и поддаваясь новым тенденциям развития общества. В одном случае – лишаясь старой и уже «ненужной» лексики, а в другом, напротив, изобретая новые слова. На почве бурного технологического прогресса и возник рост числа неологизмов в сфере компьютерных технологий. По результатам анализа 50 неологизмов тематической группы «Security» из онлайн-словаря «Word Spy», была создана структурная классификация неолексем по способу словообразования и частям речи.

В результате исследования были выявлены неологизмы, относящиеся к 4 частям речи: 27 существительных (*billion laughs*, *bot herder*, *captcha*, *the chief risk officer*, *crime-as-a-service*, etc.), 20 герундиев (*acoustic snooping*, *canvas fingerprinting*, *digital pickpocketing*, etc.), 2 глагола (*to black-hole*, *to stego*) и 1 прилагательное (*zero-day*). Большинство отобранных слов являются существительными (54 %), так как они помогают дать название предмету, лицу или явлению, которые не встречались ранее.

Самыми частотными и продуктивными способами образования неологизмов в сфере компьютерной безопасности являются аффиксация, словосложение и блендинг.

Словосложение и аффиксация – самые распространенные способы образования. Словосложение (процесс объединения слов или их основ в одно сложное слово) и аффиксация (присоединение к корню или основе префиксов и суффиксов) могут сочетаться: *acoustic snooping* = *acoustic* + *snoop* + *-ing*, *bot herder* = *bot* + *herd* + *-er*, *canvas fingerprinting* = *canvas* + *fingerprint* + *-ing*.

Словосложение в английском языке может быть представлено словосочетаниями, обозначающими единое понятие: *billion laughs* = *billion* + *laughs*; *chief risk officer (CRO)* = *chief* + *risk* + *officer*; *crime-as-a-service (CaaS)* = *crime* + *as* + *a* + *service*.

Неологизмы в сфере компьютерной безопасности часто образуются при помощи слияния полной либо усеченной основы одного слова с усеченной основой другого (блендинг): *crimeware* = *crime* + *software*; *digifeiter* = *digital* + *counterfeiter*; *facebase* = *face* + *database*.

Таким образом, можно заметить, что самыми распространенными способами образования неологизмов сферы компьютерной безопасности являются словосложение совместно с аффиксацией (32 %), словосложение (26 %) и блендинг (24 %), что может указать на тенденцию комбинации уже существующих лексем для создания неолексем, иногда с использованием аффиксов.

СРАВНЕНИЕ КАК СТИЛИСТИЧЕСКИЙ ПРИЕМ В ПРОИЗВЕДЕНИИ
Б. АКУНИНА «АЗАЗЕЛЬ»

Сравнение – один из способов осмысления действительности, одна из форм художественного мышления. Сравнение имеет очень четкую определенную структуру. В. В. Вомперский выделяет три элемента построения сравнений: предмет (то, что сравнивается); образ (то, с чем сравнивается); признак (то, на основании чего сравнивается) [2]. Как особо отмечают исследователи, в основе сравнения всегда лежит субъективная эмоциональная оценка. Поэтому существуют различные способы выражения сравнений. Наиболее полной и четкой является классификация А. И. Ефимова, который выделяет в своей работе шесть различных типов выражения сравнений:

- сравнительные обороты с союзами “как”, “будто”, “точно” и другими;
- сравнительные придаточные предложения;
- сравнения, выраженные творительным падежом;
- сравнения, выраженные родительным падежом;
- сравнения, образованные с помощью имени прилагательного “похожий”;
- сравнения “спадающие” или развернутые. Они обычно состоят из двух самостоятельных и иногда очень больших предложений [1].

В рамках данного исследования нами был предпринят анализ сравнительных конструкций, отобранных из романа Б. Акунина «Азазель». Общее количество проанализированных сравнительных конструкций – 52 ед. Отобранные конструкции были проанализированы с точки зрения их структурно-грамматического оформления и семантики. В результате были выделены следующие структурно-грамматические конструкции:

1. Сравнительный оборот с союзами: *как* (23 ед.); *словно* (8 ед.); *так... что* (7 ед.); *как будто* (6 ед.); *чем* (2 ед.); *наподобие* (1 ед.).
2. Сравнения, образованные с помощью имени прилагательного *похожий* (2 ед.).
3. Имена прилагательные со сравнительным значением (1 ед.)
4. Сравнения, выраженные: творительным падежом (1 ед.); родительным падежом (1 ед.)
5. Сравнительный оборот в виде номинативного предложения (1 ед.)

Приведем примеры:

Бежецкая на миг опустила густые черные ресницы и обожгла из-под них быстрым, как удар шпаги, взглядом.

– Погоди, Джон, – сказал тот, когда они остановились у самого конца пирса и положили свою ношу на помост. – не годится это – **живого человека, словно кутенка, в воду кидать.**

– Вот этого-то как раз делать ни в коем случае нельзя! – вскричал Фандорин, да **так запальчиво, что Иван Францевич даже опешил.**

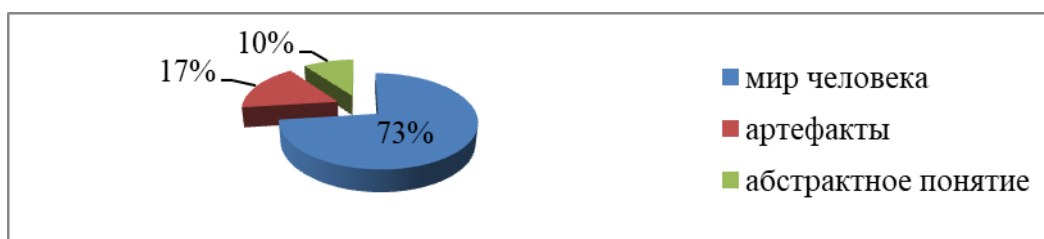
*Митрич кланялся очередному преподавателю, длинноволосому магистру физики, а когда обернулся, его ждал сюрприз: уважительный провинциал **будто** сквозь землю провалился.*

*Эраст Петрович был сейчас **удивительно похож** на годовалого **сеттера**, впервые выпущенного в лес и ошалевшего от остро-манящего запаха близкой дичи.*

*И тут растяжение времени закончилось, **время сжалось пружинкой** и, распрямившись, обжигаяще ударило Эраста Петровича в правый бок...*

Таким образом, для выражения сравнений в романе Б. Акунина используются различные структурно-грамматические конструкции. При этом доминирующей оказалась группы сравнений, выраженных сравнительным оборотом с союзом *как* (23 ед., 44 % выборки).

Анализ различных семантических типов сравнений был сделан с учетом их разграничения в зависимости от того, что является предметом сравнения. В результате проведенного анализа были выделены следующие тематические группы: 1) сравнения, характеризующие человека, 2) сравнения, характеризующие абстрактные понятия, 3) сравнения, характеризующие артефакты. В количественном отношении выделенные тематические группы сравнений в романе Б. Акунина «Азазель» можно представить в виде следующей диаграммы:



Проведенный анализ корпуса фактического материала свидетельствует о том, что доминирующей тематической группой сравнения в романе «Азазель» выступает мир человека, представленный в проанализированной выборке 38 примерами, что составило 73 % от общего количества проанализированных сравнительных конструкций. Данную группу можно разбить на следующие подгруппы:

- сравнения, характеризующие человека в целом;
- сравнения, связанные с телом, внешностью, физическими данными и физиологическими характеристиками человека;
- сравнения, основывающиеся на состояниях и чувствах человека;
- сравнения, основывающиеся на действиях человека;
- сравнения, связанные с характеристиками психологическими проявлениями человека.

В проанализированной выборке сравнительных конструкций из романа представлены сравнения, связанные с телом, внешностью, физическими данными и физиологическими характеристиками человека. Например: *Барышня, которая и в самом деле была **чудо как хороша**, уставилась на наглеца, чуть приоткрыв от испуга земляничные губки.*

Сравнения, основанные на указании на действие человека, представлены в корпусе фактического материала словами, в значении которых прослеживается сема некоего действия. Например: *Я тем ей и дорог был, что она со мной, как с огнем, игралась.*

Сравнения, связанные с состоянием человека: *Стыдно, брат Фандорин. Как в горячке я был.*

В группе сравнений, соотносимых с артефактами, представлены следующие группы сравнений:

- сравнения, характеризующие объекты недвижимости и локации;
- сравнения, связанные с одеждой;
- сравнения, характеризующие учреждения.

Сравнения, характеризующие артефакты, которые представляют собой объекты недвижимости и локации: *Прибыв по адресу, полученному от дежурного, Эраст Петрович увидел капитальное трехэтажное здание, на первый взгляд несколько похожее на казарму, но окруженное садом и с гостеприимно распахнутыми воротами.*

Сравнения, связанные с одеждой: *Мизинов затрусил вперед, что совсем не шло к его грузной фигуре; золотая канитель на эполетах **колыхалась наподобие крылышков мотылька.***

Сравнения, характеризующие учреждения: *Я про леди Эстер ничего такого сказать не хочу, она, наверно, и знать ничего не знает, но ее заведение могут использовать как **прикрытие, как троянского коня, чтоб проникнуть в Россию!***

Сравнения, соотносимые с абстрактными понятиями, используются в проанализированном произведении Б. Акунина для характеристики времени: *Последний день июня запомнился нашему герою как **череда ярких картинок, меж которыми пролегла пустота.***

Таким образом, анализ корпуса фактического материала свидетельствует о том, что отобранные сравнения связаны с человеком, его внешностью, физическими данными и физиологическими характеристиками, его действиями, состояниями. Артефакты номинируют объекты недвижимости и локации, одежды, учреждений. Сравнения, соотносимые с абстрактными понятиями, используются для характеристики времени. Выявленные сравнения также помогают глубже осмыслить особенности видения Б. Акунина писателя.

П. Бируля

СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КОЛЛОКАЦИЙ С КОЛОРОНИМОМ YELLOW

Ассоциативность цветов в английском языке наиболее четко прослеживается в различных устойчивых выражениях, содержащих цветовой компонент, поскольку данные сочетания имеют неизменяемый лексический состав и целостное значение. Цветовой компонент при этом подвержен вторичной номинации, т.е. получает новое, дополнительное значение.

В рамках данного исследования из электронных словарей («Cambridge Dictionary», «Longman Dictionary», «Urban Dictionary», «Wiktionary») были отобраны 50 коллокаций с колоронимом *yellow*. Далее они были распределены по 10 группам, в зависимости от передаваемого ими значения.

Самыми многочисленными оказались 3 группы: группа **People** (12 идиом) включает описание людей, наделенных определенными характеристиками: *be a yellow, yellow bird, yellow blazer, yellow bone, Yellow convoy, yellow dog, yellow head, yellow man, yellow tail, yellow warbler, yellow-listed person, yellow-tard*; группа **Behavior** (7 идиом) связана с описанием особенностей поведения человека, его привычек и т.д.: *be yellow, have a yellow streak, yellow dock, yellow fever, yellow lie, yellow paint, yellow smile*; группа **Economy** (6 идиом) включает в себя наименования предметов и явлений, связанных с экономической стороной жизни человека: *yellow book, yellow goods, yellow pages, yellow socialism, yellow-dog contract, yellow-dog fund*.

Остальные группы включают от 2 до 4 идиом: группа **Physiology** (4 идиомы) основывается на описании явлений физиологического характера: *code yellow, throw yellow, yellow bile, yellow bomb*; группа **Substances** (4 идиомы) идентифицирует различные химические соединения, в том числе оказывающие наркотическое воздействие: *mellow yellow, yellow bentines, yellow cake, yellow jackets*; группа **Politics** (4 идиомы) описывает явления политического аспекта жизни человека: *yellow anarchism, yellow peril, yellow star, yellow state*; группа **Disease** (3 идиомы) объединяет названия заболеваний: *yellow fever, Yellow Jack, yellow nose*; группа **Internet** (2 идиомы) описывает феномены, связанные с глобальной сетью Internet: *yellow curtain, Yellow YouTube*; группа **Document** (2 идиомы) включает обозначения различных документов: *yellow passport, yellow sheet*.

Оставшиеся 6 идиом составляют группу **Miscellaneous**: *yellow card* (Sports), *yellow journalism* (Journalism), *yellow movie* (Cinema), *yellow trap* (Transportation), *yellow-back* (Literature), *yellow-brick road* (Success).

Результаты исследования позволяют сделать вывод о вариативности семантических групп, компонентами которых являются коллокации с цветовым компонентом *yellow*. Необходимо также отметить высокую частотность использования данных идиом при описании человека, специфики его поведения и жизнедеятельности в целом.

Д. Бобча

СПЕЦИФИКА НЕОЛОГИЗМОВ ПЕРИОДА ПАНДЕМИИ COVID-19 (на материале англоязычных и русскоязычных СМИ)

В любом языке лексика постоянно претерпевает изменения, отражая события, происходящие в мире. Создание неологизмов является естественным ответным процессом на эти события.

Цель исследования заключалась в выявлении специфики словообразовательных процессов периода пандемии COVID-19. Анализ был построен на основе материалов зарубежных и отечественных печатных СМИ. Для исследования были использованы 45 статей из газет «The Times», «The Guardian», «Комсомольская правда» и «СБ. Беларусь Сегодня». Были отобраны 60 русских и 50 английских неологизмов.

В современном русском языке неологизмы делятся на языковые и авторские, или индивидуально-стилистические. Языковые неологизмы создаются главным образом для обозначения нового предмета, понятия. Среди языковых неологизмов можно выделить лексические и семантические.

В ходе исследования было обнаружено, что лексическая репрезентация пандемии коронавирусной инфекции в печатных СМИ была представлена преимущественно лексическими неологизмами: *самоизоляция*, *удаленка*. Диверсификацию лексики дополнили словообразования с помощью различных морфем. От слова “ковид” появились производные: *ковидить*, *ковидничать* ‘заболеть коронавирусом’, *заковидить*, *обковидить* ‘заразить кого-то коронавирусом’.

50% отобранных англоязычных слов были созданы с помощью слияния. Например, *covidiot (covid+idiot)* ‘человек, который отказывается принимать необходимые меры предосторожности, направленные на предотвращение распространения коронавируса’, *maskne (mask+acne)* ‘высыпания на коже лица из-за ношения маски’.

Вторым по частотности стал способ сложения слов: *covid bubble* ‘круг общения человека во время пандемии’, *zoom fatigue* ‘чувство усталости после длительных конференций на платформе Zoom’.

Следующие 20 % принадлежат аббревиации слов: *WFH* ‘Working From Home – работа из дома’, также усеченные слова: *post-rona* ‘жизнедеятельность после пандемии’.

Последняя категория слов образована с помощью аффиксации: *to coronate* ‘заразить кого-либо инфекцией коронавируса’, *unlockdown* ‘снятие ограничительных мер’.

Неологизмы успешно создаются с помощью различных словообразовательных морфем. Благодаря лингвистическим трендам английского языка задается направление в развитии русскоязычной лексики.

Ван Цзыци, И. Г. Урбанович

ЦВЕТООБОЗНАЧАЮЩАЯ ЛЕКСИКА В ПРОИЗВЕДЕНИИ Л. Н. ТОЛСТОГО «ВОСКРЕСЕНИЕ»

Цветонаименование как объект лингвистического анализа постоянно находится в центре внимания исследователей. Существуют расхождения в семантических системах цвета, что может зависеть от национальных черт

в цветонаименовании, особенностей культурно-исторического развития того или иного народа, характера структурно-семантического оформления лексических единиц цвета и др.

В создании образности романа Л. Н. Толстого «Воскресение» немало важную роль играют цветообозначения. Отобранные цветообозначения классифицируются нами по следующим 8-и тематическим группам: 1) «Внешняя характеристика человека» (93 ед.); 2) «Предметная характеристика» (40 ед.); 3) «Акциальное действие» (37 ед.); 4) «Предметы одежды/обувь» (36 ед.); 5) «Характеристика явления» (28 ед.); 6) «Качество/признак действия/предмета» (17 ед.); 7) «Артефакты» (9 ед.); 8) «Мир природы» (6 ед.).

Приведем примеры:

*С ним говорила миловидная **белокурой** арестантка, светлыми **голубыми** глазами смотревшая на собеседника* (тематическая группа «Внешняя характеристика человека»);

*Рядом сидел старый человек в **синих** очках и неподвижно слушал...* (тематическая группа «Предметная характеристика»);

*Нехлюдов неожиданно для себя **покраснел** и замялся* (тематическая группа «Акциальное действие»);

*Скромные старушки в **белых** платках, и **серых** кафтанах, и старинных поневах, и башимаках или новых лаптях стояли позади их* (тематическая группа «Предметы одежды/обувь»).

Следует подчеркнуть, что возникают определенные трудности при переводе романа, так как переводчику нужно не только передать содержание оригинального текста, но и стиль автора произведения, авторской мысли, которая представляется образами героев, их деятельностью, контекстом среды и т.д. Для передачи значения слов-цветонаименований в китайском языке существуют свои особенности, различающиеся от русского. В ходе анализа способов перевода цветонаименований были выделены следующие способы: метод адекватных замен (212 ед.); конкретизация (116 ед.); лексический перевод (35 ед.); замена реалии языка-оригинала реалией языка-перевода (29 ед.); генерализация (11 ед.); принцип подбора аналога (7 ед.); выборочный перевод (5 ед.); компенсация (2 ед.).

Приведем примеры из ряда групп:

- *белокурой* (淡黄, 淡黄色, 浅黄色), *красный* (红, 红色), *светлый* (更亮, 浅色, 浅, 亮, 明亮), *чернобородый* (黑胡子) и др. «Метод адекватных замен»;

- *желтый* (肤色泛黄, 肤色发黄), *красненький* (红票面的钞票, 红票子, 红钞票), *рыжий* (头发火红, 火红头发的女人, 红发女人, 火红头发, 红头发女人, 红头发, 栗色), *черноватый* (肤色微黑, 黑头发) и др. (Конкретизация);

- *желтовато-белый* (白里泛着淡黄), *румянец* (红晕, (白里)透红), *черноглазый* (眼睛黑黑的, 黑黑的眼睛), *ярко-белый* (白白得发亮的) и др. («Лексический перевод»).

Таким образом, данные лексемы используются для описания характера героев, внешнего вида, их внутреннего состояния, предметной характеристики, явлений окружающего мира. Их перевод зачастую вызывает трудность, адекватность выбираемого способа перевода напрямую зависит от компетентности переводчика, его умения чувствовать тончайшие оттенки значений и знания толстовской эпохи.

К. Врублевская

БЕЗЭКВИВАЛЕНТНАЯ ЛЕКСИКА КАК ИНДИКАТОР СПЕЦИФИКИ ЛИНГВОКУЛЬТУР (на материале английских и русских существительных, именующих лицо по его характерному признаку)

В настоящее время нет достаточных сведений о количественном и качественном составе безэквивалентной лексики в разных лексико-семантических группах сопоставляемых языков. В этой связи, учитывая значимость в каждом языке единиц, именующих человека по каким-то его признакам, представляет особый интерес вопрос о том, какие английские существительные этой группы являются источником лексических лакун в русском языке, каковы их характеристики и способы перевода на русский язык. Материалом исследования стал корпус лакунарных существительных, имеющих человека, из 90 единиц: 50 из «Англо-русского словаря безэквивалентной лексики. Существительное» (сост. А. А. Махонина, М. А. Стернина) и 40 – из толкового словаря по государственному управлению «The Dictionary of Public Policy and Administration «Словарь государственной политики и управления» (составитель Jay M. Schafritz (Джей М. Шафритц)).

Как показали результаты анализа, с точки зрения характера номинации анализируемые единицы могут быть: заимствованиями (*Chicanos* ‘американцы мексиканского происхождения, чиканос’), а также производными разных видов деривации – семантической (*bear* ‘биржевик, играющий на понижение, «медведь»’), морфологической (*baby-boomer* ‘родившийся в период бэби-бума’), лексико-синтаксической (*lounge lizard* ‘разг. мужчина, посещающий бары, ночные клубы и т.п. в надежде встретить женщин, которые купили бы ему выпивку, закуску и помогли деньгами’).

Ранжирование английской безэквивалентной лексики по тематической отнесенности следующая: 52 % единиц именуют род занятий (*deep throat* ‘разг. тайный источник информации’), 16 % – социальное происхождение (*armybrat* ‘мальчик или девочка из семьи военнослужащего, который часто переезжал с одного места службы на другое’), 12 % – умственные характеристики / способности (*brainiac* ‘умник/умница’).

Анализируемые безэквивалентные существительные являются территориально или/и стилистически маркированными. Большинство из них (56 %) являются терминами, представляющими особенности устройства англоязыч-

ного общества (*district attorney (DA)* ‘США прокурор округа’). Второй по частоте группой являются сленгизмы с отрицательной оценкой человека (44 %) (*bag lady* ‘бродяжка, бездомная женщина’).

Основными подходами к переводу лакунарных имен существительных, имеющих признаки человека, выступают: описательный перевод (*regular* ‘избиратель, постоянно голосующий за какую-либо партию’), подбор функционального аналога (*suckling* ‘сосунок’), калькирование (*corn-crakers* ‘презр. «луштики кукурузы» – прозвище белых бедняков штата Кентуки’) и транскрипция (*sheriff* ‘шериф’).

Н. Гируцкий

ОСНОВНЫЕ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ МОДЕЛИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ СОЗДАНИИ ОККАЗИОНАЛИЗМОВ, СВЯЗАННЫХ С ПАНДЕМИЕЙ COVID-19

Во время пандемии COVID-19 человечество столкнулась с проблемами и ситуациями, которые не приходилось переживать ранее. Таким образом возник целый ряд окказиональных единиц, одним из элементов значения которых выступает ярко выраженный, как правило, оценочный, прагматический компонент. В настоящей работе осуществляется попытка анализа словообразовательных моделей английского языка, используемых при создании окказионализмов, связанных с пандемией COVID-19.

Материалом исследования послужили 50 окказиональных единиц, связанных с распространением COVID-19. Отбор единиц осуществлялся из новостных и аналитических статей информагентств, размещённых в сети Интернет (bbc.com, theguardian.com, usatoday.com, time.com).

Характеристиками, позволяющими определить окказиональные единицы как самостоятельный класс слов, являются: присущая окказиональным единицам «вневременная» новизна, незафиксированность в толковых словарях, принадлежность речи, а не языку, ненормативность, индивидуальная принадлежность; принадлежность определённому контексту, невозможность функционирования вне его, вероятностный характер лексического значения, которое конкретизируется контекстом.

Проведённый анализ англоязычного корпуса лексических единиц показал следующие результаты: окказионализмы подразделяются на несколько групп по способу словообразования. Наиболее продуктивными являются:

1. **словослияние** (36 %), например: *Covidivorce* (Covid + divorce), *coronials* (Corona + millennials), *Loxit* (lockdown + exit), и др.

2. **словосложение** (26 %), например: *coronaphobia* (corona + phobia), *doomscrolling* (doom + scrolling), *coronaviva*, *coronababies*, и др.

3. **аффиксация** (22 %) (*self-isolate*, *pre/post-corona*, *masklessness*, *covidism*, *covidity*, *antimasker*):

4. **сокращения** (12 %): аббревиации (*WFH* – working from home, *EBITDAC* – earnings before interest, taxed depreciation, amortization, coronavirus) и усечение (*sanny, quaz*).

5. прочие, менее продуктивные способы словообразования (4 %) (конверсия (*N95*) и неузвальное словообразование, основанное на подобию слов (*anti-buddies, Quarantino*)).

Получившиеся единицы отражают новые реалии, а также включают эмоциональную оценку переживаемых явлений – страх, осуждение, ироническое восприятие ситуации.

А. Гукало

МОТИВИРОВОЧНЫЕ ПРИЗНАКИ В СЕМАНТИКЕ НЕОЛОГИЗМОВ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Цель данного исследования заключается в выявлении и изучении ряда мотивировочных признаков, служащих основой для наделения нового слова именем.

Путем компонентного анализа в дефиниционной версии из авторитетных англоязычных онлайн-словарей (*Cambridge Dictionary, Webster's Dictionary, Urban Dictionary*) нами была исследована семантика **82 английских неологизмов**, описывающих самые разнообразные сферы жизни современного общества (интернет, политика, экономика, экология, коронавирус и т. д.).

В результате были выявлены следующие мотивировочные признаки (всего 28): характеристика явления (23 %), причина возникновения (9 %), функция (9 %), способ (6 %), объект (6 %), действие (5 %), местонахождение (5 %), объединение (4 %), ощущение (4 %), период (4 %), подобие (4 %), степень (2 %), процесс (2 %), абсолютизация (1 %), возраст (1 %), время (1 %), движение (1 %), количество (1 %), направленность (1 %), поведение (1 %), пол (1 %), происхождение (1 %), противопоставление (1 %), размер (1 %), роль (1 %), состояние (1 %), сущность (1 %), цель (1 %).

Наибольшее количество неологизмов (**23 %**) имеет в своей внутренней форме такой мотивировочный признак, как **характеристика** (*glamping* ‘гламурный кемпинг’, *infobesity* ‘информационное ожирение’. За основу берется один наиболее характерный признак называемого явления.

Такие мотивировочные признаки, как **причина** (*covidiot* ‘человек, пренебрегающий средствами коллективной и индивидуальной защиты в период распространения коронавирусной инфекции’ т.е. человек стал таковым *вследствие* коронавирусной инфекции COVID-19; *maskne* ‘акне, появляющееся *вследствие* долгого ношения медицинской маски’) и **функция** (*sleepcast* ‘аудиозаписи, помогающие максимально *расслабиться перед*

сном'; *cleanstagrammer* 'кто-то, кто публикует советы о *работе по дому* и *уборке* на сайте социальной сети Instagram'), хоть и не заняли лидирующую позицию, тем не менее имеют значительный вес – по **9 %** каждый.

Таким образом, семантика неологизмов современного английского языка свидетельствует о значимости прежде всего внешних характеристик именуемого явления, причин его возникновения и функции. При этом большинство исследуемых неологизмов именуется разными аспектами общения в социальных сетях.

А. Гурбанова, И. Г. Урбанович

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА
ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ И. А. БУНИНА
(на материале сборника рассказов «Темные аллеи»)

В цикле рассказов «Темные аллеи» И. А. Бунин создает *мозаичную* картину своей беспокойной эпохи. Во многом стиль писателя определяет фразеологическая система, которая идейно-художественно мотивированна и дышит естественностью.

В ходе исследования было выделено 110 фразеологизмов. Отобранные фразеологизмы были классифицированы по следующим тематическим группам: чувство-отношение (20 ед.), чувство-ощущение (18 ед.), качество, признак действия (14 ед.), семантические номинации, характеризующие человека и сферу его поведения/деятельности (12 ед.), семантические номинации, характеризующие явления, события (11 ед.), деятельность лица/не лица в отношении кого-, чего-либо (9 ед.), интеллектуальные способности, состояние и деятельность (7 ед.), семантические номинации со значением времени (7 ед.), внутренние качества (6 ед.), переход из одного состояния в другое лица/предмета (3 ед.), внешние качества (2 ед.), семантические номинации со значением пространства/места (1 ед.).

Наиболее обширными тематическими группами являются: чувство-отношение (20 ед., 18 % выборки), чувство-ощущение (18 ед., 16 % выборки), качество, признак действия (14 ед., 13 % выборки), семантические номинации, характеризующие человека и сферу его поведения/деятельности (12 ед., 11 % выборки).

Приведем примеры:

– *Чей теперь черед, коллеги? Кто теперь дама вашего **щирого сердца**?* («Зойка и Валерия») (тематическая группа чувство-отношение);

«*Но при этой мысли так пронзало воспоминанье о бархатистости ее вишневых губ, что **отнимались руки и ноги***» («Зойка и Валерия») (тематическая группа чувство-ощущение);

«*Кричит, как орел: стой, стрелять буду! А там не слушают, гонят тройку **во весь дух и пыл***» («Баллада») (тематическая группа качество, признак действия);

*«Приехав в Москву, я воровски остановился в незаметных номерах в переулке возле Арбата и **жил** томительно, **затворником** – от свидания до свидания с ней» («Кавказ»)* (тематическая группа семантические номинации, характеризующие явления, события).

Таким образом, выявленные семантические номинации фразеологизмов отражают внутренний духовный мир героев, дают характеристику явлениям и событиям, раскрывают мироощущение и отношение героев друг к другу.

Также был проведен анализ специфики грамматических конструкций отобранных фразеологизмов, который выявил следующие конструкции:

- Глагольная конструкция (47 ед.): *глаза налились, нос не высунуть, получил отставку* и др.
- Наречная конструкция (21 ед.): *в двух словах, глаз на глаз, на побегушки* и др.
- Именная конструкция (17 ед.): *добрые люди, не первой молодости, ума палата* и др.
- Междометный фразеологизм (7 ед.): *бог весть, за-ради Господа, за коим чертом* и др.
- Фразеологизм по типу предложения (14 ед.): *даже глазом не моргнул, дела давно минувших дней, мертвых с погоста не носят* и др.
- Сравнительная конструкция с союзом *как* (4 ед.): *как во сне, как сурок* и др.

По своей стилистической окрашенности были выделены следующие фразеологизмы: разговорные (79 ед.), книжные (12 ед.), просторечные (9 ед.), устаревшие (7 ед.), грубо-просторечные (3 ед.).

Исходя из проделанного анализа, можно сделать вывод, что степень стилистической активности фразеологизмов в художественных произведениях зависит от индивидуальной склонности того или иного писателя, его принадлежности к определенному литературному направлению, от того, насколько богат его запас фразеологизмов. Такой анализ художественного произведения позволяет определять идиостиль и специфику писателя. Использование фразеологизмов в идиолекте И. А. Бунина придает особое своеобразие его стилю: от лиризма к объективности, простоте и сдержанности, глубине в обрисовке внутреннего мира человека, стремлению к философским обобщениям, утверждению гармонии мира.

Е. Денисенко

ТЕМАТИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ НЕОЛОГИЗМОВ ПЕРИОДА ПАНДЕМИИ COVID-19 (на материале немецкого языка)

Словарный состав как наиболее подвижная и проницаемая сфера языка подвержен постоянным изменениям. Источником перемен чаще всего выступают номинативные потребности человека, возникающие вследствие развития социума и обеспечивающие появление в языке новых единиц, а также «отсеивание» устаревших лексем. Особый интерес для изучения

представляют неологизмы – лексические единицы, порождаемые носителями языка в ответ на те или иные явления общественной жизни.

Объектом нашего исследования стали наименования явлений пандемии, источником которых служит словарь неологизмов Института немецкого языка в г. Мангейме.

С помощью метода компонентного анализа в его дефиниционной версии, а также принципа идентификации мы выявили 11 тематических групп, к которым относятся выделенные наименования: обозначение вируса и его симптомов (*Doppelpandemie* ‘двойная пандемия’), распространение вируса (*Virenbomber* ‘вирусный бомбардировщик’), средства и меры защиты от вируса (*Firmenmaske* ‘фирменная маска’), меры, введенные правительствами стран для сдерживания инфекции (*Kontaktverfolgung* ‘преследование контактов’), последствия пандемии для общества (*Coronabauch* ‘букв.: корона-живот (живот, появившийся вследствие малоподвижного образа жизни во время самоизоляции)’) и другие.

Широкий диапазон выделенных тематических групп свидетельствует о многообразии номинативных потребностей, вызванных пандемией. Вместе с тем не все указанные группы пополнялись одинаково активно.

Среди всех проанализированных лексических единиц словаря неологизмов Института немецкого языка в г. Мангейме наибольший удельный вес имеет тематическая группа «меры, введенные правительствами стран для сдерживания инфекции и помощи граждан». В эту группу входит 389 единиц, что составляет 20 % от общего количества лексем. Следующими доминирующими группами являются: «тест/прививка» (19 %), «средства и меры защиты от вируса» (13 %). Вероятно, высокий статус указанных групп связан с важной ролью способов защиты от болезни и своевременной диагностики коронавируса.

Наименьшее количество наименований вошло в тематическую группу «спортивная жизнь», ее составляют лишь 15 слов, или 0,8 % от общего количества единиц. Периферийное положение данной тематической группы представляется вполне закономерным, так как во время локдауна у людей почти не осталось возможности не только заниматься спортом, но и посещать спортивные мероприятия.

Широкий диапазон выделенных тематических групп, разнообразие лексических единиц свидетельствуют о том, что пандемия коронавируса внесла весомый вклад в неологизацию немецкого языка и в значительной степени поспособствовала расширению его словаря.

А. Зберановская

ЛЕКСИЧЕСКИЕ АНТОНИМЫ JOY ‘РАДОСТЬ’ И SORROW ‘ПЕЧАЛЬ’

Для понимания всего комплекса различий английских субстантивных разнокоренных и разновекторных антонимов *joy* и *sorrow* был проведён сопоставительный анализ их этимологических, семантических параметров и деривационного потенциала.

В английском языке лексема *joy* впервые упоминается в XI веке в значении *feeling of pleasure and delight* ‘чувство удовольствия и восторга’. Данная лексема происходит от французского слова *joie*, которое в свою очередь является заимствованием латинского слова *gaudia*. Несколько позже в английском языке появляется лексема *sorrow*, которая впервые упоминается в XII веке в значении *grief, regret, pain, anxiety* ‘печаль, сожаление, боль, тревога’ и произошла от немецкого слова *sorga*. Таким образом, исследуемые антонимы хотя имеют разное происхождение, примерно в XII веке оказались в английском языке в антонимических отношениях.

Обе лексемы в современном английском языке примерно в равной степени полисемантичны: согласно анализируемым в работе толковым словарям лексем *joy* имеет 7 различных ЛСВ, а лексема *sorrow* – 6 ЛСВ.

Все значения слова *joy* тематически близки, то есть они относятся к положительным эмоциям и переживаемым человеком чувствам. Тем не менее, ЛСВ разделяются на три группы: 1) именование чувства радости, а также удовлетворения; 2) объект (агент), вызывающий чувство радости или удовлетворения; 3) состояние человека, вызванное чувством счастья/удовлетворения.

Все ЛСВ лексемы *sorrow* также тематически близки, так как они относятся к отрицательным эмоциям и переживаемым человеком чувствам грусти, горя и печали. Также как и в случае с *joy*, все значения полисеманта *sorrow* можно свести к трем группам: 1) именование чувства грусти, печали, сожаления; 2) выражение чувств грусти, горя, в результате потери близкого человека или неудачи; 3) объект (агент), вызывающий чувство грусти или сожаления.

Таким образом, семантическое развитие антонимических векторных антонимов *joy* и *sorrow* оказалось аналогичным, что обусловило наличие у них одинаковых моделей полисемии и зеркальных антонимических отношений среди всех значений этих лексем, главных и производных, что далеко не всегда имеет место в антонимических парах.

Изучение деривационного потенциала показало, что деривационный потенциал существительного *joy* гораздо выше, чем у *sorrow*: лексема романского происхождения *joy* образует 3 суффиксальных адъективных и один префиксальный субстантивный дериват с исконными и заимствованными аффиксами, что свидетельствует о высокой степени его адаптации (*joyless, joyful, joyous; overjoy*) и одно сложное слово с исконным корнем (*killjoy*), в то время как у заимствованного из германских языков существительного *sorrow* лишь одно производное – прилагательное с исконным суффиксом (*sorrowful*).

А. Зорина

ОСОБЕННОСТИ АДАПТАЦИИ НЕМЕЦКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ (на материале бытовой лексики)

Бытовая лексика немецкого происхождения широко представлена в русском языке и составляет около 20 % от общего количества немецких

заимствованных единиц. Методом сплошной выборки из «Современного словаря иностранных слов» под ред. Е. А. Гришиной были отобраны 153 лексемы.

Заимствования в русском языке-реципиенте подвергаются фонетической, грамматической, а также семантической ассимиляции. Анализ материала демонстрирует, что основные ассимилятивные процессы на просодическом уровне представлены смещением ударения в немецких словах и изменением слогового объема бытовых лексем. Так, сдвиг словесного ударения наблюдается в 57 случаях (37,2 %), чаще всего в составе немецких сложных слов, например: *der Balléttmeister* – балетм^ейстер, *der Dúrchschlag* – дуришл^аг. Реорганизация слоговой структуры немецких бытовых заимствований в русском языке проявляется в расширении (*der Minnesinger* – миннезингеры) и сокращении (*die Binde* – бинт, *das Hartblei* – гарп) слогового объема лексем.

Фонетические изменения согласных представлены палатализацией (*der Alpenstock* – альп^еништок), субституцией не характерного для русского языка немецкого щелевого [h] коррелятом – смычно-взрывным [г] (*die Hülse* – гильза), появлением дополнительной согласной (*die Puppe* – пупс) и др.

В области ударного вокализма зафиксированы следующие модификации: субституция нетипичных для русского языка немецких гласных [ø:], [œ], [y:] и [ʏ] русским гласным [и], например: *der Flügel* – флу^гель; изменение вокалических признаков (ряда и/или подъема): *der Bürgermeister* – бургомистр; транслитерация немецкого дифтонга [aɪ]: *der Kragstein* – кронштейн.

Под давлением заимствующего языка немецкие бытовые лексемы осваиваются также морфологически, в них наблюдается изменение грамматического рода и числа имен существительных, например: *die Kachel* (ж.р.) – кафель (м.р.), *der Backenbart* (ед. ч.) – бакенбарды (мн. ч.).

Таким образом, немецкие бытовые лексемы подвергаются в системе русского языка значительным преобразованиям на фонетическом и морфологическом уровнях. Основными просодическими модификациями являются смещение ударения в составе немецких сложных слов, а также изменение слогового объема лексем. В сфере вокализма и консонантизма самыми частотными модификациями являются палатализация согласных, субституция нетипичных гласных и согласных, транслитерация дифтонгов. На морфологическом уровне происходит изменение исходного грамматического рода и числа имен существительных.

Д. Зуева

ФРАЗЕОЛОГИЯ В ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОМ ИСКУССТВЕ (на материале английского и немецкого языков)

На данный момент общеизвестным в области лингвистических и социальных наук является то, что фразеологический фонд языка является одним из ключевых аспектов социолингвистики и его изучение считается необходимым для понимания внутренних процессов, как языковых, так и социальных.

В последние несколько десятилетий не только во фразеологии, но и в ряде других дисциплин наблюдается доминирование антропологического подхода, т.е. языковые и какие-либо другие явления рассматриваются неразрывно с социальными аспектами жизни человека, историей и психологией носителей языка.

В ходе работы объектом исследования стали фразеологизмы, изображенные на картине Питера Брейгеля Старшего «Фламандские пословицы» (создана около 1569 г.). В ней собраны аллегорические изображения более сотни пословиц, многие из которых используются до сих пор, однако некоторые уже вышли из употребления. В ходе изучения эквивалентов данных фламандских пословиц в русском, английском и немецком языках были выявлены интересные трансформации их формы, поскольку при написании работы информация набиралась не только из словарей, но и из исторических справочников и искусствоведческих книг.

Анализ отобранных фразеологизмов велся тем же путем, что и представленный ниже фразеологизм – один из наиболее интересных из описанных в работе – *сидеть на углях*, т.е. проявлять нетерпение, волноваться. Он содержит в основе яркий образ, вызывающий картины средневековых пыток. Он передается в немецком языке через ФЕ *wie auf glühenden Kohlen sitzen* ‘сидеть как на горящих углях’. В английском языке «инструмент пытки» – угли – заменяется на ширильные крюки (одна из деталей ширильной рамы, используемой для прядения шерстяных тканей), что снова возвращает к уже неоднократно упомянутому овцеводству и переработке шерсти в Англии (*to be on tenterhooks* букв. ‘быть на ширильных крюках’). Либо в качестве «инструмента пытки» выступают булавки и иголки: *to be on pins and needles* (букв. ‘быть на булавках и иголках’).

Таким образом, в ходе исследования было выяснено, что эквивалентов фразеологических единиц в рассматриваемых языках отражают не только какие-либо моральные представления, но жизнь того времени: занятия людей, предметы, которые их окружали, особенности мышления. В этом видится ценность фразеологического фонда каждого языка: он позволяет связать воедино прошлое и настоящее, проследить развитие исторических и социальных процессов в языке, изменение психологии людей. При сравнении фразеологизмов разных языков выявляются особенности каждой нации.

М. Ковалей

СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В СФЕРЕ ДИЗАЙНА И МОДЫ

В последние десятилетия индустрия моды стремительно развивается и расширяет свои границы, в разных странах мира проводятся мероприятия в рамках международного сотрудничества, следовательно, растет потреб-

ность общения специалистов в данной сфере. Все это обуславливает интерес к исследованию современной терминологии дизайна одежды и моды, которая находится в центре внимания нашего исследования.

Материалом для исследования послужили 300 лексических единиц языка моды, представляющие собой термины и понятия индустрии моды, отобранные методом сплошной выборки из специализированных лексикографических источников и рекламно-информационной продукции (электронные каталоги одежды, журналы мод, гиды по стилю).

Проведенное исследование позволило выявить наиболее продуктивные способы образования терминов дизайна одежды и моды. Для образования терминов характерными являются следующие способы: простые морфологические (аффиксация, словосложение, конверсия (особенно продуктивна в английском языке), аббревиация, лексико-семантическое преобразование, например, перенос значения и т.д.

В ходе исследования были рассмотрены заимствованные и интернациональные термины, а также выявлены специфические особенности терминов английского и русского языков и общие черты, присущие терминосистемам в изучаемых языках, которые важно учитывать в условиях глобализации современного общества.

Результаты, полученные в ходе исследования, дают основание полагать, что дальнейшее развитие английской терминологии дизайна одежды и моды в следующих направлениях:

- 1) пополнение данной терминологии за счет увеличения терминологических словосочетаний;
- 2) увеличение числа сокращений, образуемых в значительной степени эллипсом, усечением и телескопией;
- 3) рост интернациональных терминов, базовым языком для которых послужит английский язык;
- 4) увеличение американизмов в связи с растущим влиянием США на международной арене.

В. Колесная

ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКАЯ ИНТЕРПРЕТАЦИЯ УСТАРЕВШЕЙ ЛЕКСИКИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ (на материале словаря «Versunkene Wortschätze»)

Освобождение лексикона от единиц, «лишних» с точки зрения носителей языка, столь же закономерно и необходимо, как и обогащение его новыми словами. Выход из активного словаря ненужных лексических дублетов, устаревшей лексики содействует более эффективному выполнению языком его основной и важнейшей функции – быть средством человеческого общения.

Объектом нашего исследования являются слова, которые вышли из употребления. В качестве источника языкового материала был проанализирован толковый словарь «Versunkene Wortschätze. Duden», изданный в 2016 году в Берлине. Составители называют данный словарь «памятником» для многих слов, которые уже являются устаревшими. Своеобразие данного лексикографического источника заключается в том, что он основан на ответах носителей немецкого языка. Респондентам был задан вопрос, по каким устаревшим словам немецкого языка они будут особенно скучать. В результате опроса в словарь вошло 1009 устаревших лексем и их дефиниций.

Взяв за основу данный словарь, мы распределили устаревшие лексемы по 17 тематическим группам.

Тематическая группа «Наименования социальных отношений» содержит наибольшее количество устаревших слов. Вероятно, это связано с изменениями в жизни общества, в том числе института брака и семьи. К данной тематической группе можно отнести следующие лексемы: *die Aussteuer* ‘приданое’, *die Damenbekanntschaft* ‘знакомство с женщиной’, *die Flatterie* ‘лесть’ и др. Большое количество лексем содержит и группа «наименования лиц»: *der Blagueur* ‘хвастун’, *der Fuchsschwänzer* ‘подлиза’, *der Gleisner* ‘лицемер’ и др.

Тематическая группа «наименования предметов быта и обихода» занимает третье место по количеству вошедших в нее устаревших слов. Данная группа содержит такие языковые единицы, как: *das Kantel* ‘четырёхгранная линейка’, *das Leilah* ‘простыня’, *die Büre* ‘наволочка’, *das Felleisen* ‘дорожный рюкзак’ и др.

Что касается тематических групп, которые по количеству конститuentов находятся на периферии, то к ним относятся: «наименования животных» (*der Kamelopard* ‘жираф’), «наименования сооружений и построек» (*die Fragnerei* ‘маленький магазин’), «наименования, связанные со спортом» (*die Leibesertüchtigung* ‘спорт’).

Лексикографическая интерпретация устаревшей лексики сопряжена с определенными сложностями для лингвистов в связи с особенностями толкования устаревших единиц и разной интерпретацией критериев, по которым следует включать такие единицы в словник. Проанализированный нами словарь опирается на мнение носителей языка и дает представление об устаревшей лексике на современном этапе развития немецкого языка.

А. Кузуб

МАРКЕРЫ ВРЕМЕНИ ВО ФРАЗЕОЛОГИИ НЕМЕЦКОГО, АНГЛИЙСКОГО 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.

Основным критерием, отличающим фразеологизм от переменного словосочетания и устойчивых словосочетаний других типов, является семантическое преобразование компонентного состава. Расшифровать истинное значение фразеологизма помогает изучение языковой картины мира народа.

Понятие времени универсально для многих культур, в том числе для немецкой, английской и русской. Однако восприятие времени имеет национально-культурные особенности. По темпу жизни и ритму жизнедеятельности немецкая, английская и русская культуры принадлежат к разным группам. Немецкая и английская культура относятся к монокронным, а русская культура – к полихронным.

Анализ фразеологизмов материала показал, что большинство маркеров времени в немецкой, английской и русской культуре совпадает. Компонент *время* чаще всего фигурирует в своём буквальном значении в составе фразеологизмов, например, *Jedes Ding hat seine Zeit/All in good time* ‘Всему своё время’, *Es ist hohe Zeit/It’s high time* ‘Самое время’.

Обозначения конкретных промежутков времени – как длинных, так и коротких – гораздо чаще обретают переносный смысл. Например, *der Tag/day* ‘день’ используется для обозначения времени в целом, жизни человека: *seine Tage beschließen/to end one’s days* ‘закончить свой жизненный путь’. Компонент *gestern/yesterday* ‘вчера’ используется в значении ‘неактуально’, например: *von gestern sein/yesterday’s news* ‘устареть’. Существуют лингвокультурные маркеры, которые не имеют эквивалентов в двух других исследуемых языках (например, лексема *fortnight* ‘две недели’ имеется только в английском языке, а лексема *сутки* – только в русском).

Таким образом, можно сделать вывод, что маркеры времени входят в состав ряда фразеологизмов немецкого, английского и русского языков и в одинаковой мере проявляют свои свойства на разных уровнях языка благодаря универсальности концепции времени в рассматриваемых нами языках. Более детальное рассмотрение особенностей помогает выявить лингвокультурные маркеры и лакуны, которые открывают интересные факты о языковой картине мира той или иной культуры.

П. Луговская

МИФОЛОГИЧЕСКИЕ ПЕРСОНАЖИ ВО ФРАЗЕОЛОГИИ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Целью данной работы было исследование фразеологизмов с компонентами-названиями мифических существ в немецком и русском языках для выявления их сходств и различий в этимологии, семантике и структуре.

В русской фразеологии обнаружены фразеологические единицы (ФЕ) с такими мифологическими персонажами как черт, дьявол и бес. У восточных славян черт – собирательный образ, включающий в себя всю нечисть: водяных, леших, домовых и т.д. *Черт* (или *чорт*) в «Толковом словаре» В. Даля трактуется как олицетворенье зла, враг рода человеческого: нечистый, не́кошный, черная сила, сатана, диавол, лукавый, луканька, шайтан, шут, шили́кун, шиш, шиш́ига, отяпа, хóхлик. В материале имеются следующие ФЕ с данным компонентом: «*черт возьми!*» (выражает негодование, возмущение, удивление), «*катись ко всем чертям!*» (грубый способ выгнать человека). Данные фразеологизмы имеют структуру восклицательного предложения.

Бес в мифологии и народном христианстве славян представляет собой злой дух. В словаре В. Даля дается следующее определение беса: «злое, бесплотное существо, злой дух, демон, сатана, диавол, черт, вельзевул, царь или князь тьмы, царь ада, преисподней». В материале имеются следующие ФЕ с данным компонентом: «*седина в бороду, а бес в ребро*» (фразеологизм отражает безрассудные поступки людей зрелого или пожилого возраста, которые, желая вернуть былую молодость, совершают глупые поступки). *Бес обуял, бес попутал, бес вселился, бес дернул* – так говорят о человеке, который совершил сумасбродный поступок. Данные ФЕ имеют структуру предложения.

В немецком языке лексема *Teufel* является эквивалентом русских лексем *черт, дьявол* и *бес*. Она также часто встречается в материале исследования. В древневерхненемецком имелись слова *satanas, diabolus*, что считалось вульгарной латынью, позже они приобрели звучание *tiubil, tieval*, а еще позже – *diuval, diufal*, и в то же время употреблялось вульгарное слово *daemonium*. В материале имеются следующие фразеологизмы с данным компонентом: *Der Teufel ist nicht so schwarz, wie ihn die Leute malen* ‘Не так страшен чёрт, как его малюют’ (кто-то или что-то не так страшно, как это себе представляют); *Wenn man vom Teufel spricht, kommt er gerannt* ‘Вспомни солнце – вот и лучик, вспомни лихо – оно придет тихо’ (когда человек говорит о несчастье, оно обрушивается на него).

Итак, изучение фразеологизмов позволяет рассмотреть лингвокультурную картину определенного народа, расширить познания о языке и раскрыть для себя культурно-историческое богатство этноса.

М. Майоров

КОНЦЕПТУАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЯ *ВОЙНА* ВО ФРАЗЕОЛОГИИ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

Для определения составляющих концепта *ВОЙНА* был отобран материал из нескольких компетентных словарей (англо-русский фразеологический словарь под редакцией А. В. Кунина, немецко-русский фразеологиче-

ский словарь под редакцией Д. Г. Мальцевой, новый немецко-русский фразеологический словарь под редакцией Б. П. Шекасюка, Duden. Bd. 11. Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten и др.). Материал исследования включает 147 фразеологических единиц (ФЕ) английского языка и 120 ФЕ немецкого языка, имеющих отношение к войне. Были определены тематические группы ФЕ, связанные с понятием *война*: 1) процессы подготовки и ведения войны; 2) обмундирование; 3) огнестрельное оружие; 4) холодное оружие; 5) метательное оружие; 6) боеприпасы; 7) воинские звания и наименования родов войск; 8) абстрактные понятия, связанные с войной и отношением человека к ней.

В отобранном материале большая часть ФЕ имеет структуру словосочетания (95 % и 92 % для английского и немецкого языков соответственно), единицы со структурой предложения встречаются реже (5% и 8 % соответственно). В обоих языках преобладают ФЕ с главным компонентом-существительным (98 % и 92 % в английском и немецком языках соответственно), доля ФЕ с главным компонентом-глаголом или компонентом-прилагательным очень мала (2 % и 8 % соответственно).

Семантические группы ФЕ в исследуемых языках не совпадают. В английском языке первое место занимают ФЕ с компонентами, обозначающими холодное оружие (26 %), например: *rattle one's sabre* 'бряцать оружием, угрожать войной'; второе – процессы, связанные с подготовкой и ведением войны (21 %), например: *lay siege to smb.* 'брать что-л. осадой'; третье – абстрактные понятия, связанные с войной и отношением человека к ней (18 %), например: *send smb. to glory* 'отправить кого-л. на тот свет' букв. 'отправлять кого-либо за славой'.

Первое место по частотности в немецком языке занимают ФЕ, отражающие абстрактные понятия, связанные с войной и отношением человека к ней (22 %), например: *auf dem Felde der Ehre* 'на поле брани', букв. 'на поле чести'; второе – процессы, связанные с подготовкой и ведением войны (18 %), например: *in Angriff nehmen* 'взяться за что-л.' букв. 'взять в нападение'; третье – ФЕ с компонентами холодного оружия (16 %): *mit dem Säbel rasseln* 'бряцать оружием, угрожать' букв. 'гремять, звенеть саблями'.

Таким образом, английские и немецкие ФЕ, несмотря на принадлежность обоих языков к одной группе, имеют существенные различия, обусловленные разным историческим и социокультурным развитием англо- и немецкоговорящих стран.

Т. Макриденко

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ МЕДИЦИНСКИХ ТЕРМИНОВ

Актуальность темы исследования определяется, прежде всего, необходимостью комплексного анализа новых лексических единиц, появляющихся в языке в связи с развитием технологического и человеческого потенциала,

возникновением новых сфер деятельности и проблемных задач, а также изменений, происходящих в семантической структуре уже существующих лексем.

Проводимое исследование направлено на выявление структурных и семантических особенностей английской медицинской терминологии как средства отображения изменений лингвокультурной и социальной среды.

Материалом исследования послужили 34 английских медицинских термина, введенные в словарный резерв изучаемого языка за период 2019-2021 гг., публицистический текстовый материал, общим объемом 18838 словоупотреблений, а именно 13 статей новостного портала *HIV* и 9 статей издания *The Guardian*. Отобранные лексические единицы были проанализированы в программе Concordance 3.3.

На основе полученных данных был проведен анализ частотности употребления данных лексических единиц в отобранных текстах. На следующем этапе с применением специальных словарей был проведен анализ лексического значения отобранного материала, который показал, что 32,35 % отобранных лексических единиц являются неологизмами, например, *quatorzaine* '14-тидневный срок изоляции', *Elbow bump* 'средство избежать прикосновения рук при приветствии'; 26,47 % зафиксированы как термины, например, *immune* 'иммунный', *morbidity rate* 'уровень заболеваемости'; 31,82 % единиц не подтвердили терминологический статус, но являются неологизмами, к примеру, *community transmission* 'внутригрупповая передача инфекционного заболевания', *flattening the curve* 'снизить уровень заболеваемости и повысить уровень выздоровления'.

Проведение структурно-семантического анализа отобранных однословных терминов, терминологических словосочетаний, аббревиатур и сокращений позволило выявить, что большая часть лексических единиц (55,8 %) являются односложными, например, *vaccine* 'вакцина', *virus* 'вирус', *testing* 'проверка', *infection* 'инфекция', *case* 'случай'. Достаточно высоким показателем частотности характеризуются и терминологические словосочетания (38,2 %), к примеру, *social distancing* 'социальная дистанция', *personal protective equipment* 'средства индивидуальной защиты'. Среди отобранных терминов 5,8 % лексических единиц представлены аббревиатурами, например, *PPE* 'СИЗ', *WFH* 'работа на дому'.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что бумажные словари не успевают оперативно зафиксировать все те изменения, которые происходят в лексическом составе языка, а корпуса современных текстов являются надежным источником актуальной терминологии.

Д. Мелешкевич

ЛЕКСИЧЕСКАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ПОНЯТИЯ “ЛОЖЬ” В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Исследование концептов является одним из ведущих направлений в современной лингвистике, поскольку с их помощью происходит формирование определенных образов и смыслов в сознании человека. Концепты форми-

руются на базе культурно значимых понятий. К числу таких понятий относится понятие “ложь”, которое представляет собой сложный и комплексный феномен. В большинстве определений ложь трактуется как намеренное искажение истины. В немецком языке в понятийном поле “Lüge” ‘ложь’ близким ему по значению является понятие “Betrug” ‘обман’. Основные лексические единицы синонимического ряда, репрезентирующие данное понятие, это слова *Lüge, Betrug, Unwahrheit, Schutzbehauptung, Falschaussage*.

Дефиниционный анализ данных лексем показал, что в немецкой культуре обман является преднамеренным введением человека в заблуждение, с помощью которого кто-то пытается скрыть свою вину и избежать тем самым наказания, иногда с целью обогащения. Самой высокой частотностью употребления обладает сочетание понятий “Lüge” и “Strafen” ‘наказывать’, это говорит о заложенном в немецкоязычной культуре стремлении к справедливости, например: *was die einen glauben, strafen die anderen Lügen* ‘то, во что верят одни, для других оказывается ложью’.

Лексические единицы, которые связаны с понятием «ложь» в немецком языке можно сгруппировать следующим образом: 1) субъект, который пытается ввести в заблуждение *Schwindliger* ‘человек, который говорит неправду, вран’, *ein krummer Hund* ‘мошенник’ и пр.; 2) образ действия, с помощью которого кто-либо пытается обмануть: *j-m Sand in die Augen streuen* ‘пускать кому-либо пыль в глаза’ *j-m die Augen auswischen* ‘провести, втирать кому-либо очки’ и пр.; 3) характеристика субъекта, попавшего под воздействие заблуждений: *auf dem Holzwege sein* ‘быть на ложном пути; серьезно заблуждаться’ и пр. Также ложь может иметь количественные характеристики, то есть является градуируемым понятием: *Schmu machen* ‘мелкое мошенничество’, *die Hucke voll lügen* ‘наврать с три короба’.

Несмотря на то, что ложь в немецком языке имеет негативную оценку, выявлено и такое выражение *ein frommer Betrug*, означающее ‘ложь во спасение или с благими намерениями’. Данное изречение мотивируется альтруистическими соображениями, не противоречит общечеловеческим ценностям.

Из приведенных примеров видно, что когнитивные и нравственные аспекты поведения человека многомерны и изучение процессов репрезентации понятия “ложь” в немецком языке является одним из перспективных направлений, позволяющих глубже познать основные черты национального менталитета.

А. Михеева

МЕСТО И РОЛЬ ЛАТИНСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (на материале поэмы М. Эрманна «Desiderata»)

Латинский язык – один из языков итальянской группы языков, впоследствии распространившийся далеко за пределы современной Италии.

Хотя в наши дни латынь и считается мёртвым языком, она не утратила своей роли универсального языка науки и культуры. В особенности это проявляется в огромном количестве латинской лексики, позаимствованной многими языками мира. Так, лингвисты подсчитали, что в английском языке латинские заимствования составляют около 60 %, включая слова, заимствованные непосредственно из латинского языка или через какой-либо другой романский язык.

Целью данного исследования стали рассмотрение и оценка роли латинских заимствований в английском языке путём анализа этимологии английских слов. Материалом для исследования послужил текстовый материал поэмы М. Эрманна «Desiderata».

В первую очередь, из поэмы был взят отрывок, из которого методом частичной выборки были отобраны все существительные, прилагательные, наречия и глаголы, после чего была прослежена их этимология. В результате было выявлено, что из 21 слова 11 имеют латинские корни, 5 – праиндоевропейские, 3-германские, 1 – прагерманские, 1 – французские. Иными словами, более 50 % слов имеют латинское происхождение.

Далее из поэмы к словам *perennial* и *virtue* были подобраны два синонимических ряда, объединённых значениями ‘вечный’ и ‘добродетель’, соответственно: *timeless, everlasting, eternal, perpetual, ageless, immortal; goodness, honesty, integrity, worth, dignity, excellence, morality, honesty, decency, respectability, righteousness*. В результате анализа было установлено, что в первом случае из 7 слов (включая *perennial*) лишь 2 слова имеют исконно английское происхождение, остальные 5 – латинское; во втором случае из 12 слов (включая *virtue*) 9 имели латинские корни, оставшиеся 3 – английские. Для составления синонимических рядов были использованы электронные словари «Collins Dictionary» и «Woordhunt».

На основании проведённого исследования можно сделать вывод, что заимствования из латыни составляют существенный лексический пласт в английском языке. Знание данной лексики и её происхождения не только улучшает понимание процесса заимствования слов, но и позволяет провести различные параллели и ассоциации между изучаемыми языками, что в дальнейшем значительно облегчает их освоение и может быть успешно использовано в процессе обучения.

А. Новик

ПРИНЦИПЫ НОМИНАЦИИ АНТИСЕПТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Согласно О. И. Блиновой принцип номинации – правило, которое формируется на основе обобщения мотивировочных признаков и одновременно служит отправной базой для наименований.

Данное исследование посвящено изучению принципов номинации антисептических средств в современном английском языке, выявлению их структурных и семантических свойств.

Методом сплошной выборки из онлайн версий газетных изданий Washington Post, Daily News, New York Times, The Guardian, а также списков эффективных средств для борьбы с пандемией, опубликованных агентствами по охране окружающей среды США и Министерством здравоохранения Канады, было получено 90 наименований. Из них 52 наименования антисептических средств и 38 обозначений бытовых дезинфекторов.

В результате исследования их структурных характеристик было установлено, что 54 % наименований антисептиков представляют собой словосочетания, состоящие из общеупотребительных нарицательных имен: *“Clean Drops Mini Hand Sanitizer”*. Для группы обозначений бытовых дезинфекторов характерны аббревиация (32 %) и аффиксация (26 %): *“D.O.D.”*, *“Viroid”*.

Семантический анализ выявленных наименований позволил установить, что среди 52 номинаций антисептиков лишь одна не мотивирована. Остальные являются мотивированными лексемами, со следующими мотивировочными признаками: цель (8 ЛЕ) *“GermZero Hand Sanitizer Gel”*, натуральный состав (8ЛЕ) *“Organic Gardens Moisturizing Hand Sanitizer”*, запах (5ЛЕ) *“Basil Hand Sanitizer”* и др. Такая тенденция объясняется ориентацией на массовую аудиторию, которую привлекает цель и результат использования антисептика, его приятный запах и экологичность.

Обозначения бытовых дезинфекторов мотивированы лишь в 26 из 38 случаев. Основополагающими признаками являются цель (7 ЛЕ) *“SpectraKill”* и функция (7 ЛЕ) *“Oxiclean Laundry and Home Sanitizer”*. Кроме того, были выявлены такие мотивировочные признаки, как сфера применения *“Barbicide RTU”* (for barbers), надёжность *“True disinfectant”*, эффективность *“SNiPER”*.

Таким образом, среди обозначений антисептических и дезинфицирующих средств встречаются как общие принципы номинации (цель), так и частные, в зависимости от особенностей обрабатываемого объекта. Самыми частотными принципами номинации среди антисептических средств является целеполагающий и органический, фиксирующие в семантике слова достигаемую цель и натуральный состав. Для наименований бытовых дезинфекторов это функциональный и целеполагающий принципы.

Е. Петрова

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ НОВЫХ ЖУРНАЛИСТСКИХ ТЕРМИНОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Язык является «живым организмом», который тесно связан со всеми сферами жизни человека. Процесс появления в языке неологизмов – это отражение общественной потребности в выражении новых понятий. Под неологизмом принято понимать слово или идиому, входящие в язык в связи

с развитием культуры и техники и ощущаемые говорящими как новые. В эпоху информационных технологий непрерывно развивается такая область, как журналистика, поэтому там активно появляются неологизмы. Для поиска неологизмов тематической группы “Journalism” был использован онлайн-словарь английских неологизмов «Word Spy». Было проанализировано 72 неологизма и создана их структурная классификация: по частям речи и по способу словообразования.

Неологизмы в сфере журналистики относятся к трем частям речи: 68 существительных (*anniversary journalism, anonymice, back-channel media, barking head* и др.), 1 прилагательное (*hyper-local*), 1 глагол (*to fauxtoshop*) и 2 глагольные формы (*egocasting, news-grazing*). Таким образом, наиболее важной частью речи оказалось имя существительное (94 %), что неудивительно, так как в журналистике имена активно используются в заголовках.

Наиболее продуктивными способами словообразования английских неологизмов сферы журналистики являются словосложение (47 %) и телескопия (31 %) (аффиксация, конверсия, усечение и метафоризация представлены незначительным количеством примеров). *Словосложение* (compounding) – самый частотный способ образования новых слов данной тематической группы, который предполагает объединение слов или их основ в одно сложное слово: *anniversary journalism = anniversary + journalism; back-channel media = back-channel + media; barking head = barking + head; beat sweetener = beat + sweetener; blogosphere = blog + o + sphere*.

Телескопия, или *слияние* (blending) – второй по частотности способ образования журналистских неологизмов в английском языке, при котором новое производное слово возникает посредством слияния полной основы одного слова с усеченной основой другого слова или благодаря слиянию усеченных основ обоих исходных слов: *anonymice = anonymous + mice; belligerati = belligerent + literati; buckraker = buck (‘dollar’) + muckraker; charticle = chart + article; chatterati = chattering classes + -rati (‘elite’)*.

Таким образом, словосложение и слияние оказались самыми продуктивными способами словообразования английских неологизмов сферы «Journalism», что связано с профессиональным навыком журналистов создавать яркие, эмоционально окрашенные, но при этом краткие, лаконичные слова для описания как новых реалий, так и старых, но рассматриваемых под новым углом.

Д. Потокская

АНГЛИЙСКИЕ И НЕМЕЦКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКЕ (на материале бытовой лексики)

Важным результатом контактирования языковых систем является процесс заимствования, способствующий обогащению словарного состава языков. Лексикон белорусского языка активно пополнялся иноязычными лексическими единицами в течение многих веков, в том числе и заимствованиями из немецкого и английского языков.

Значительная часть германизмов и англицизмов в белорусском языке относится к группе бытовой лексики, о чем свидетельствует результат сплошной выборки (473 лексемы) из «Словаря иностранных слов» (1999) Булыко А. Н., а также «Словаря иноязычных слов. Актуальная лексика» (2006) Булыко А. Н.

В ходе исследования было выделено 14 групп немецких бытовых заимствований в белорусском языке, самыми многочисленными являются наименования предметов и приспособлений хозяйственного использования (20 %), например: *прас, гобель*; наименования продуктов питания (20 %): *клёцкі, цыбуля, шпроты*; названия построек и их отдельных частей (13,1 %): *анкер, бальверк, ганак*.

Английские бытовые предметные лексемы образуют в белорусском языке 13 различных групп, при этом в отличие от заимствований немецкого происхождения отсутствует группа наименований растений и деревьев. Распределение отобранного материала по группам показало схожую с немецкими бытовыми лексемами картину. Так, двумя основными тематическими группами, представленными практически в равной степени, являются названия предметов и приспособлений хозяйственного использования (21,1 %), например: *ксеракс, тосцер*, а также наименования продуктов питания и напитков (20,2 %): *панкорн, гамбургер*. Далее следуют наименования зданий, построек и их частей (14,1 %): *матэль, вігвам*.

Англицизмы, как и немецкие заимствования, попадая в белорусский язык, подвергаются изменениям на фонетическом и морфологическом уровнях. Общими в процессе фонетической ассимиляции заимствований являются такие явления, как «аканье» и смещение ударения, например: *der 'Port, wein – партвэйн*, *'popcorn – панкóрн*; субституция несвойственных для белорусского языка гласных звуков и дифтонгов: *der Flügel – флігель*, *cowboy – каўбой*, *die Laubsäge – лобзік*, *bungalow – бунгала*.

Различие в морфологической адаптации немецких и английских бытовых лексем проявляется в том, что при заимствовании немецких имен существительных может наблюдаться изменение исходной родовой принадлежности, например: *die Artischocke (ж.р.) – артышок (м.р.)*, *der Brandbogen (м.р.) – фрамуга (ж.р.)*.

Процесс обогащения белорусского языка заимствованиями непрерывен, поскольку белорусский народ продолжает поддерживать финансовые, политические, культурные, научно-технические контакты с народами других государств.

Н. Рашкевич

ОЦЕНОЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ УСТОЙЧИВЫХ СЛОВСОЧЕТАНИЙ С КОЛРОНИМОМ *BLUE*

Цвет является неотъемлемой частью восприятия человеком окружающего мира. Цветообозначения в разных языках имеют как различия, так и сходства в употреблении, так как символика цвета очень тесно связана

с национальной спецификой и является средством выражения менталитета. Ассоциативность цвета наиболее четко прослеживается в языке в виде различного рода устойчивых сочетаний, содержащих цветовой компонент. Процесс поиска идиом с колоронимом *blue* включал изучение словарей «Cambridge Dictionary», «Collins English Dictionary», «Longman Dictionary of Contemporary English», «Merriam-Webster Dictionary», «Oxford English Dictionary», «The Free Dictionary». Всего проанализировано 50 фразеологизмов с цветообозначением *blue* и выявлен их оценочный потенциал.

Исследованные идиомы были подразделены на три типа:

1) 30 идиом отрицательной оценки (*be in a blue funk*, *blue the air*, *burn with a low blue flame*, *have the blues*, *feel blue* и др.). Фразеологические единицы данной группы чаще всего выражают признаки, ассоциирующиеся с эмоциональными характеристиками человека (негативными): *My dad **blued the air** after he found out I'd put a dent in his car* (значение ФЕ 'ругаться на чем свет стоит'); *I don't know what it is, but I always **have the blues** on Sundays* (значение ФЕ 'хандрить'); *I was quiet all through dinner because Phil's comments about my appearance left me **burning with a low blue flame*** (значение ФЕ 'сильно разозлить').

2) 16 идиом нейтральной оценки (*blue and white*, *blue beret*, *blue hair*, *blue state*, *blue-collar workers* и др.). Такие ФЕ наиболее часто выражают признаки, указывающие на профессиональную, партийную и другую принадлежность, вид деятельности, выполняемые функции: *A **blue and white** suddenly appeared, and I knew we were finished* (значение ФЕ 'полицейский'); *He pitched his appeal at both "red state and **blue state** America"* (значение ФЕ 'сторонник демократов'); *I'm always surrounded by **blue hairs** at the podiatrist's office* (значение ФЕ 'пожилые люди').

3) 4 идиомы положительной оценки (*blue blood*, *blue flag*, *blue-eyed boy*, *blue-ribbon*): *Because his great-grandparents made millions, he is regarded as one of the city's **blue bloods*** (значение ФЕ 'аристократ, уважаемый человек, обладатель высокого социального статуса'); *Wow, Sharon, this is a **blue-ribbon** pie – I never knew pecan pie could taste so good!* (значение ФЕ 'высшего качества, первоклассный').

Таким образом, можно сделать вывод, что в английском языке синий цвет имеет в основном отрицательный эмоционально-оценочный смысл. Нейтральными являются идиомы, указывающие на профессиональную или другую принадлежность человека. ФЕ с положительной оценкой встречаются в языке крайне редко.

С. Романова

НАЗВАНИЕ НАСЕКОМЫХ ВО ФРАЗЕОЛОГИИ АНГЛИЙСКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

Цель работы состояла в установлении общих и отличительных черт фразеологизмов с наименованиями насекомых в немецком и английском языках. Для подробного анализа был отобран материал в количестве 36 фразео-

логических единиц (ФЕ) английского языка и 34 единиц немецкого языка из нескольких лексикографических источников.

Самыми распространенными компонентами являются *fly/Fliege* ‘муха’ и *bee/Biene* ‘пчела’. Например, *a fly on the wheel* означает ‘человек, имитирующий бурную деятельность и сильно преувеличивающий свое влияние и участие в каком-либо деле’, *wie die Fliegen sterben* ‘мрут как мухи’, *to have a bee in one's bonnet* ‘иметь навязчивую идею, быть чем-либо одержимым’, *Jede Biene hat ihren Stachel* ‘У каждой пчелы есть свое жало’.

Также при анализе английского и немецкого корпусов можно заметить, что нередко компоненты, часто встречаемые в одном языке, не находят отражения во фразеологии другого. Например, *Grille* ‘сверчок’ входит в состав следующих немецких фразеологизмов *Grillen fangen* ‘ловить сверчков, хандрить’, *sich Grillen in den Kopf setzen* ‘внушать себе страхи’. Компонент *cricket* ‘сверчок’ не обнаружен среди ФЕ английского языка.

Важно отметить, что, несмотря на многие совпадения фразеологизмов английского и немецкого языков, их лингвокультурологическое наполнение в большинстве случаев отличается. Так компонент *bee* ‘пчела’ в английском языке представлен фразеологизмами *to be busy as a bee* ‘быть занятым как пчела’, *have bees in the head/brain* ‘быть сумасшедшим, чудаком’. В немецком: *emsig wie eine Biene* ‘усердный как пчела’, *eine flotte Biene* ‘привлекательная девушка’, *eine dufte Biene abstauben* ‘флиртовать с красивой девушкой’. Таким образом, в английском языке компонент *bee* отражает такие качества человека, как трудолюбие и чудаковатость (обычно с негативной коннотацией), в немецком – трудолюбие и внешняя привлекательность (о девушках).

Таким образом, в английской и немецкой лингвокультурах совпадают некоторые качества человека, выраженные фразеологизмами с названиями насекомых, например, пчела ассоциируется с трудолюбием, а бабочка – с красотой и беззаботностью. Различия свидетельствуют об уникальности картины мира каждой лингвокультуры.

Е. Рыжинская

ИЗМЕНЧИВОСТЬ И ИСТОРИЧНОСТЬ ЯЗЫКОВОГО ЗНАКА (на материале английского и немецкого языков)

Со времен Вильгельма фон Гумбольдта, раскрывшего диалектическое единство устойчивости и изменчивости в языке, феномен языковых изменений неизменно привлекал внимание широкого круга исследователей. Важность исторического аспекта при изучении языка также совершенно очевидна, поскольку для гуманитарных объектов исторические условия возникновения и последующего развития имеют определяющее значение.

На основании проведенного анализа устаревшей лексики английского и немецкого языков были выявлены основные группы архаизмов:

1) собственно-лексические архаизмы, примером которых в английском языке может служить устаревшее слово *horologe* ‘часы’, в настоящее время замененное словом *clock* или *watch*; в немецком языке примером данной группы архаизмов служит устаревшее слово *die Bagage* ‘багаж, кладь’, замененное словом *das Gepäck*;

2) лексико-словообразовательные архаизмы, примером которых в английском языке может служить устаревшее слово *endlong* ‘вдоль, прямо’, используемое теперь в форме *endways*; в немецком языке примером данной группы архаизмов служит устаревшее слово *die Fährnis* ‘опасность’, замененное словом *die Gefahr*;

3) лексико-семантические архаизмы, примером которых в английском языке может служить слово *bane*, устаревшее для значений ‘отрава, яд’ и замененное на *poison*, но все еще актуальное для значения ‘проклятия’; в немецком языке примером данной группы архаизмов служит слово *der Draht*, устаревшее для значения ‘деньги’ и замененное словом *das Geld*, но актуальное для значений ‘провода’, ‘телефонный (телеграфный) провод’.

Историзмы английского и немецкого языков были в свою очередь разделены в соответствии с тематическими группами. Например, историзмы, описывающие общественно-политический порядок и культурную жизнь людей, такие как словосочетание английского языка *death duty* ‘налог на наследство’ или немецкое слово *die Fabrikgesetzgebung* ‘фабричное законодательство, аналог кодексу законов о труде’; историзмы морской тематики: в английском – *argosy* ‘большое торговое судно’, историзмы, называющие должности и лица по роду их занятий: в английском – *bellaman* ‘лицо, объявлявшее народу официальные известия’ или в немецком – *der Armenarzt* ‘врач для бедных’. Также было определено, что историзм может заново войти в систему языка в совокупности с новым означаемым. Например, глагол немецкого языка *rauken*, который является историзмом в значении ‘фехтовать’, снова функционирует в современном языке уже в значении ‘зубрить (учить что-то)’.

Таким образом, в результате проведенного исследования выяснилось, что с течением времени такие элементы структуры языкового знака, как означающее и означаемое, претерпевают определенные изменения, что в свою очередь способствует непрерывному появлению в языке устаревшей лексики – архаизмов и историзмов.

Я. Савошинская

НАЗВАНИЯ ВНУТРЕННИХ ОРГАНОВ ЧЕЛОВЕКА ВО ФРАЗЕОЛОГИИ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Существует ряд работ, в которых раскрыта тема соматических ФЕ с основным компонентом, обозначающим внешние органы человека. К таким работам относятся труды Н. В. Куницкой, Б. С. Данилова и Т. Н. Чайко.

Однако в данном исследовании в центре внимания находились названия внутренних органов человека в качестве компонентов фразеологизмов немецкого и русского языков.

Материал для исследования был отобран из толковых, переводных и фразеологических словарей, а также электронных словарей. При анализе исследуемых фразеологических единиц учитывалась фразеологическая образность и лексико-грамматическая структура фразеологической единицы.

Согласно данным критериям, фразеологические единицы материала исследования можно разделить на три группы: полные эквиваленты, частичные эквиваленты, безэквивалентные.

В первую группу попадают соматические фразеологические единицы, которые полностью совпадают и по смысловой наполняемости, и по грамматической структуре, например: *Reines Herz ist besser als Gold* 'Чужая душа дороже золота' букв. 'Чистое сердце лучше, чем золото'.

Ко второй группе относятся единицы, при переводе которых на другой язык совпадает смысловой эквивалент, но теряется структурное единство, например: *Galle speien* 'рвать и метать' букв. 'извергать желчь'.

Третью группу составляют фразеологические единицы, которые не имеют схожести по значению и по структуре, например: *Fremder Schmerz geht nicht ans Herz* 'Своя рубашка ближе к телу' букв. 'Чужая боль не идет к сердцу'.

Исследование показало, что среди отобранных 119 фразеологических единиц, большая часть фразеологизмов немецкого языка частично эквивалентны единицам русского языка (65,5 %), безэквивалентные единицы материала составляют 22,1 %, самыми малочисленными оказались полностью эквивалентные ФЕ (они составляют 12,4 %).

Так как немецкий и русский языки относятся к разным языковым группам, очевидно, что во фразеологии данных языков имеется много различий, что может быть обусловлено историческими событиями и особенностями развития культуры.

Д. Сай

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ПОНЯТИЯ «СИЛА» В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Ментальный мир, отражая глубинный уровень индивидуального и коллективного сознания, всегда оставался в центре внимания исследователей. Понятие «сила» является одним из основных в сознании человека, оно связано с характеристикой личности, имеет сложную структуру и отражает важный фрагмент мировидения индивида. Данное понятие является одним из базовых и характеризуется чрезвычайно сложным, объемным и абстрактным содержанием. Под силой может пониматься не только физические преимущества, но и так же стойкость духа и воли.

Основной лексической единицей, номинирующей понятие «сила» в немецком языке, является лексема *die Kraft*, которая является переводным соответствием русского слова *сила*. К ближайшей периферии понятийного поля *Kraft* в результате анализа синонимических связей можно отнести следующие лексемы: *Energie, Ausdauer, Arbeitskraft, Mut, Macht, Stärke, Fähigkeit, stark, voll, stärken, verschärfen, vertiefen, kräftigen*. В немецком языке сильным считается человек, предмет или действие, которое обладает физической силой (*ein kräftiger Mann* ‘сильный мужчина’), хорошо развитый и крепкий (*kräftige Pflanzen* ‘могучие растения’), в высокой степени выраженный, видный (*kräftigen Hunger haben* ‘иметь сильный голод’), решительный (*jemandem kräftig die Meinung sagen* ‘кому-то решительно сказать свое мнение’), богатый питательными веществами (*eine kräftige Malzeit zu sich nehmen* ‘иметь плотный прием пищи’), довольно грубый (*eine kräftige Sprache führen* ‘грубо выражаться’).

Путём дефиниционного анализа установлено, что при функционировании в немецких контекстах лексема *die Kraft* способна в одинаковой мере репрезентировать базовые значения: ‘физическая сила’ (*Kraft für Kämpfe* ‘сила для битвы’), ‘силы природы’ (*natürliche Kräfte*), ‘общественные силы’ (*in Kraft treten* ‘вступить в силу’, ‘влияние, власть’ (*die Kraft der Mannschaft* ‘власть народа’), ‘воздействие’ (*die Kraft spüren* – ‘чувствовать воздействие’), ‘производственные силы’ (*die Arbeitskräfte*).

Сопоставив состав синонимов, представляющих базовые значения в словарях и в художественных текстах, замечаем значительное расширение их состава при функционировании в художественных текстах. Перспектива дальнейшего исследования состоит в возможности изучения лексико-семантической экспликации понятия «сила» на материале других языков, в возможности выяснения отображения этого понятия во фразеологической картине мира разных языков.

Г. Салаева, И. Г. Урбанович

КОЛОРАТИВЫ В ПРОИЗВЕДЕНИИ Г. ЯХИНОЙ «ЗУЛЕЙХА ОТКРЫВАЕТ ГЛАЗА»

Цвет всегда имел большое значение в культуре ввиду его тесной связи с философским и эстетическим осмыслением мира. Поэтому вопрос цвета и цветонаименования также входит в проблематику лингвистики. Одним из продуктивных подходов исследования идиолекта художественных произведений является анализ цветонаименований языка писателя. Совокупность всех языковых единиц, передающих цветовую семантику в произведениях писателя, составляет идиостилевое семантическое поле «Цвет», которое репрезентирует индивидуально-авторские цветовые концепты и их организацию.

В романе Г. Яхиной «Зулейха открывает глаза» использование цвета неизбежно, оно призвано создавать общий фон произведения. Этот роман – о жизни простой татарской женщины, выросшей в деревне, не знавшей жизни, кроме тяжелого сельского труда. Роман о становлении женщины, зарождении внутренней свободы и становлении зрелой личности.

В ходе исследования анализировались такие главы романа, как «Один день», «Стук в окно», «Встреча». Всего было выделено 157 ед. колоративов, которые подверглись семантическому анализу и были классифицированы по следующим тематическим группам:

1. Предметная характеристика (51 ед.): *алые* полосы; *белые* свечи; *желтые* дома; *рыжий* ремень; *серая* шинель; *черные* зерна и др.

Например:

*Достаёт нежно **белеющую** в полутьме **головку сахара**, бьёт по ней со всей силы обухом топора – сверкая на изломе острыми **голубыми искрами**, откалывается большой кусок...*

*Муртаза бережно ссыпает туда **солнечно-желтое**, звонкое на морозе зерно, Зулейха подставляет руки под тяжёлые рассыпчатые струи.*

2. Внешняя характеристика человека (40 ед.): *белые* глаза; *изжелта-карие* глаза; *красные* пятна; *розовая* кожа; *седые* косицы; *ярко-красные* ладони и др.

Например:

*– Отлыниваешь?! – Муртаза уже расчистил первую могилу и стоит, опираясь на древко лопаты, сверлит Зулейху глазами: **зрачки желтые**, холодные, а **белки – темные, мутно-рубиновые**.*

*Две тонкие **седые косицы**, тянущиеся до бедер, нужно распушить, намылить и прополоскать, не задевая большие висячие серьги-полумесяцы и не заливая водой незрячие глаза.*

3. Мир природы (39 ед.): *белая* круговерть; *зеленые* всходы; *рыжие* сосны; *темно-голубая* пурга; *черные* ели; *ярко-синие* небо и др.

Например:

*На ветке липы опять щебетание, юркая **синегрудая синица** вернулась на свое место.*

*Вековые **черные ели** с похожими на копыта острыми вершинами росли в урмане так часто, что коню не пройти.*

4. Характеристика явления (14 ед.): *желтые* отсветы; *Красная* армия; *красноордынцы*; *оранжевые* языки пламени; *розовый* пар; *воздух черный* и др.

*Зулейхе сложно давались длинные русские слова, значения которых она не понимала, поэтому называла всех этих людей про себя – **красноордынцами**.*

*... И трактор, и противные человечки корчатся в **оранжевых языках** пламени, через мгновение оборачиваются пеплом...*

5. Акциональное действие (5 ед.): *лезвие **взблескивает**; **зажглись** окна; **чернеет** дыра* и др.

Лезвие взблескивает в воздухе и втыкается в резной наличник.

Кое-где в домах уже зажглись окна.

6. Качество, признак действия (5 ед.): въезжают *затемно*; сверкающий лэгэн; тускло мерцают и др.

Например:

Въезжают во двор уже затемно.

Упыриха подтягивает подбородок к носу, смяв морщины на лице, прикрывает глазницы чуть подрагивающей рукой – в золотых перстнях тускло мерцают отражения керосиновых ламп.

Таким образом, индивидуально-авторская цветовая палитра подразумевает сложное и многомерное ментальное образование, в состав которого помимо обыденно-понятийного содержания входят еще и оценочные смыслы, показывающие отношение автора к познаваемому объекту.

Использование обширного количества цветов помогло Г. Яхиной не только ярко и живо описать происходящие события, но и более натурально и точно передать характер героев. Каждый из героев произведения получил свою, неповторимую характеристику. Произведение автора не только обогащает внутренний мир читателя, посредством употребления разнообразных цветообозначений, но и помогает совершить более тщательный анализ главных мыслей и идей автора, которые он вложил в произведение.

Э. Санкович

МЕТАФОРЫ-НЕОЛОГИЗМЫ В НЕМЕЦКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Многие из исследовательских устремлений человека – исследователя по своей природе – сталкиваются с препятствиями в виде ограниченности его сенсорных систем. Поэтому несовершенство органов восприятия мы компенсируем уникальным мышлением, способным, как утверждали Ж. Фоконье и М. Тернер, создавать новые смыслы, опираясь на уже существующие. Человеческий разум способен на порождение метафоры, которая не только «отфильтровывает» важную в данный коммуникативный момент информацию, но и облегчает восприятие абстрактных явлений, выстраивая параллели с более конкретными, овеществлёнными понятиями. Метафора также является активным инструментом словотворчества, позволяющим экономить языковые и когнитивные усилия путём создания своего рода «ассоциативного якоря» на основе имеющихся языковых ресурсов.

Объектом нашего исследования выступают метафорические неологизмы, которые вошли в тематическую группу «Politik» корпуса OWID в течение трех последних десятилетий. В результате анализа отобранного языкового материала было установлено, что наибольшее число неологизмов-метафор приходится на девяностые годы XX века (19,6 % от общего числа единиц, составляющих данную тематическую группу). Сравнительно боль-

шое количество метафорических неологизмов в этот период объясняется, вероятно, рядом важных событий в жизни немецкого языкового сообщества – объединение ГДР и ФРГ и связанные с этим политические и социальные преобразования. В течение двух следующих десятилетий тематическая группа «Politik» пополнялась результатами метафоризации менее активно.

Рассмотрим механизм метафоры с точки зрения теории концептуальной интеграции на примере единицы *der Reformstau* ‘задержки при проведении реформ’. Данное слово образовано путем объединения двух лексических элементов: *die Reform* ‘реформа’ и *der Stau* ‘дорожная пробка’. Именно второй компонент сложного слова представляет собой результат метафорической номинации.

Можно предположить, что представление о препятствиях при проведении реформ существовало в сознании людей и до возникновения номинативного запроса. При появлении ситуации-триггера (задержке необходимых в период объединения Германии реформ) носители языка подобрали языковую форму, которая наилучшим образом представляет данный фрагмент опыта. Между двумя доменами – «дорожная пробка» и «препятствия, задержка» – именуемый субъект установил сходство: замедление целенаправленного движения. Таким образом, из двух исходных пространств информация поступила в смешанное ментальное пространство, или бленд, результатом чего стало появление нового значения в семантической структуре компонента *-stau* в составе сложного существительного *der Reformstau*. На основе анализа неологизмов в политическом дискурсе можно сделать вывод о том, что метафора является удачным элементом словотворчества, особенно в тех ситуациях, когда цель номинации носит абстрактный, комплексный характер.

Ю. Сможенкова

СУБСТАНТИВАЦИЯ ПРИЛАГАТЕЛЬНОГО *RED*

В данной работе будет рассмотрен процесс конверсии на примере субстантивации прилагательного *red* ‘красный’ в качестве простой исходной основы.

Основное значение прилагательного *red*:

1) having the colour of blood. (Longman Dictionary, Oxford Dictionary)

Субстанция – образование существительных.

В английской литературе постоянно используются отадъективные существительные в цветообозначении.

1) ‘Red means the color of fresh blood’:

His red is fading cherry-crimson, his blue is a fading colour between royal and ultramarine. (Byatt A.S. Art Work, p34819)

Можно заметить, что субстантивированное прилагательное в английском языке может принимать форму множественного числа путем прибавления окончания -s.

*She uses a lot of **reds** and pinks in her paintings.* (Oxford Dictionary);

2) '*Red is a person who has socialist or communist political opinions*'. (Oxford Dictionary)

Интересно, что отадъективное существительное применяется не только для обозначения понятий, которые имеют прямое отношение с исходным прилагательным, – что-то красное. Однако *red* в этом значении выходит из употребления.

3) '*Red means a kind of wine*'. *Red* часто употребляется в значении 'красное вино'. На то, что речь идет о красном вине указывает сочетаемость этого слова с такими словами, как *bottle*, *purple* (как оттенок);

I'll take a nice bottle of red. (Oxford Dictionary);

Стоит отметить, что в качестве существительного *red* употребляется также в выражении '*in the red*'. Значения приведенные ниже обладают схожей смысловой окраской – "находиться в финансовом минусе".

4) '*Red is a company or organization that is in the red has lost money in a particular period*':

*The company is some \$6 million in the **red**.* (Longman Dictionary)

5) '*Red means shares that are in the red have fallen in value*':

*Almost all stocks on the FTSE 250 were in the **red** and the index finished 426.8 points lower.* (Oxford Dictionary)

6) '*Red is a bank account that is in the red has an amount that is less than zero*':

*Increasing numbers of people are finding their bank balances in the **red** once they've paid their monthly bills.* (Oxford Dictionary)

Все вышеизложенное позволяет сделать вывод о том, что субстантивация является одним из наиболее продуктивных и эффективных способов конверсии в английском языке.

К. Сокол

ГИБРИДНОЕ СЛОВОСЛОЖЕНИЕ КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ

На протяжении веков человек испытывал потребность в новых словах, чтобы назвать те или иные понятия, возникшие в результате познавательной деятельности. Эта потребность в именах удовлетворяется с помощью таких способов номинации, как словообразование, семантическая деривация, звукоподражание и заимствование.

Обращение к ресурсам родного языка для порождения новых наименований по-прежнему играет важнейшую роль, однако следует отметить и возрастающее количество заимствований из английского языка.

На материале немецкого языка мы рассмотрели комбинированный способ номинации – гибридное словосложение, предполагающее использование заимствований в качестве одного из компонентов сложных слов. В результате исследования было установлено, что гибридные композиты с англоязычным элементом можно распределить по следующим тематическим группам:

– «Экономика»: *Swapgeschäft* ‘разновидность сделки, объектом которой являются девизы; валюта’, *Dumpingpreis* ‘экспортная цена товара или услуги, сниженная по сравнению с уровнем цен, существующим в стране экспорта’, *Rating-Agentur* ‘рейтинговое агентство’;

– «Информационные и цифровые технологии»: *Digitalbild* ‘цифровое изображение’, *Email-Benachrichtigung* ‘уведомление по электронной почте’, *Single-Börse* ‘виртуальная служба знакомств’, *Online-Bibliothek* ‘онлайн-библиотека’, *Bluetooth-Kopfhörer* ‘беспроводные Bluetooth-наушники’;

– «Предметы быта»: *Single-Spülmaschine* ‘компактная модель посудомоечной машины’, *Longneckflasche* ‘бутылка с длинным горлышком’, *Gefrierbox* ‘морозильная камера’;

– «Предметы одежды»: *Casual-Hemd* ‘свободная рубашка’, *Outdoorkleidung* ‘одежда, предназначенная для активного отдыха на природе’, *Young-Fashion-Marke* ‘молодёжный бренд одежды’;

– «Транспорт и путешествия»: *Charterflug* ‘чартерный рейс’, *Singlereise* ‘путешествие в одиночку’, *Europatrip* ‘поездка по Европе’;

– «Развлечения»: *Event-Catering-Firma* ‘фирма, занимающаяся организацией мероприятий’, *Real-Life-Fernsehen* ‘просмотр телевизора в режиме реального времени’;

– «Работа и социальные отношения»: *Office-Partner* ‘напарник, партнёр по офису’, *Teamgeist* ‘командный дух’.

Широкий диапазон гибридных номинаций позволяет сделать вывод о важной роли данного способа словообразования в современном немецком языке и свидетельствует об открытости языка-реципиента для заимствованных элементов и способности включать их в словообразовательную систему.

В. Стреж

СПЕЦИФИКА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТАМИ НАИМЕНОВАНИЯМИ ОДЕЖДЫ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Исследование семантических особенностей фразеологических единиц английского и русского языков с компонентом, относящимся к лексико-семантической группе «одежда» является актуальным и представляет научный интерес, поскольку позволяет раскрыть культурные особенности народа, познать его историю и традиции, что способствует повышению эффективности процесса межкультурной коммуникации.

В ходе исследования были выявлены фразеологические единицы с компонентом – названием предмета одежды, которые были распределены, исходя из их значения, по тематическим группам, представленным в табл.1.

Таблица 1. Фразеологические единицы с компонентами наименованиями предметов одежды, распределенные по тематическим группам

Тематическая группа	английский язык	русский язык
характер человека	a wolf in sheep's clothing; a big girl's blouse/shirt; blue stocking;	руки в брюки; выпрыгивать из штанов; держаться за мамину юбку;
межличностные отношения	good clothes open all doors; to put someone in a straitjacket; to wear the pants in one's family; to take off one's hat;	по одежке встречают, по уму провожают; сарафанное радио; надевать смирительную рубашку; заткнуть за пояс; закидать шапками; быть у кого-то под башмаком; два сапога пара; снимать шляпу;
поведение, чувства и эмоции	to trail one's coat; to shake in one's shoes; one's heart sank into one's boot;	плакаться в жилетку; давать по шапке;
финансовое положение	empty pockets; to lose one's shirt; to get along on a shoestring;	без штанов; снимать последнюю рубашку; набивать карманы; толстый карман

Сравнение фразеологических единиц с компонентом-наименованием одежды в сопоставляемых языках позволяет выявить как сходства, так и различия между языками; при этом межъязыковое различие превалирует над сходством. Межъязыковые различия обусловлены историческими особенностями развития народа, особенностями его мышления, со знаковыми и социально-культурными функциями конкретного вида одежды или ее элемента в социуме.

А. Супрон

СЕМАНТИЧЕСКИЕ МОДИФИКАЦИИ АНГЛИЙСКИ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ (на материале блогов)

Характерной чертой современного этапа общественного развития является диалог культур, в процессе которого все более интенсивными становятся межкультурные коммуникации. В результате данных тенденций наблюдается заметное увеличение английских заимствований в современном немецком языке, чему способствует родство рассматриваемых языков.

Интенсификация процесса заимствования приводит к освоению не только новых лексических единиц, но и появлению новых значений у ранее заимствованных лексических единиц.

Материалом исследования послужили 93 лексемы английского языка, заимствованные немецким языком. В результате анализа данного материала были выявлены следующие основные типы семантических модификаций: 1) семантический сдвиг: сужение значения (квалитативное (14 %) и квантитативное (23 %)), расширение значения (квалитативное (5 %) и квантитативное (15 %)), смещение значения (8 %); 2) семантический перенос: метафора (12 %) и метонимия (14 %); 3) изменение оценочной коннотации: ухудшение значения (3 %), улучшение значения (6 %). В результате анализа данного материала были сделаны следующие выводы:

Преобладающим типом семантических модификаций на основе проанализированного материала являются квантитативные сдвиги. Данные сдвиги отражают процессы развития немецкого языка в аспекте синхронии: заимствуются те значения, в которых существует потребность на данном этапе.

Квалитативные же сдвиги оказались менее частотными в связи с тем фактом, что для качественных модификаций необходима полная семантическая ассимиляция, так как увеличение объема понятия происходит лишь при полном осмыслении и переработке объема изначального понятия, на что требуется больше времени.

Семантический перенос, включающий в себя метафору и метонимию, является одним из основных механизмов семантических модификаций ввиду того, что внеязыковые явления могут интерпретироваться у различных культур по-разному и носители того или иного языка выбирают особые черты, выступающие основой для наименования. Необходимо отметить, что в обоих типах семантического переноса задействовано ассоциативное мышление.

Изменение оценочной коннотации обусловлено мировоззрением носителей языка-реципиента, где те или иные явления могут рассматриваться в более позитивном или негативном свете, что вызвано экстралингвистическими факторами.

Таким образом, заимствованные слова демонстрируют семантический потенциал, реализуемый в изменении значений либо же в создании новых значений, ведущий к динамичному развитию лексической системы языка.

К. Сяськова

ПОПУЛЯРНЫЕ РУССКИЕ И АНГЛИЙСКИЕ СЛЕНГОВЫЕ СЛОВА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

К концу 20-го века стали активно развиваться компьютеры и интернет-технологии, а уже в 21-м веке интернет стал неотъемлемой частью нашей жизни. Это явление и повлекло за собой возникновение компьютерного сленга, который по-другому называют веб-сленг.

Целью данной работы является анализ сленга, используемого в англоязычных и русскоязычных социальных сетях, и определение наиболее часто употребляемых сленговых слов и выражений.

Материалом для нашего исследования послужили более 3000 постов и комментариев в социальных сетях Reddit, Twitter, Youtube, Пикабу, Вконтакте.

Методом сплошной выборки в социальной сети Reddit было отобрано 30 сленговых единиц, в Twitter 22 сленговые единицы, в Youtube 27 сленговых единиц, в Пикабу 9 сленговых единиц и в Вконтакте 42 сленговые единицы.

На англоязычной платформе Reddit наиболее часто используются сленговые аббревиатуры *LOL* (14 раз) и *LMAO* (8 раз). Четыре раза использовалось сокращение *bc*. *Pls* и *OMG* встречались по три раза. По два раза использовалось *gonna*, *bro*, *ofc* и *wtf*. Остальные сленговые единицы (всего 21) встречались по одному разу.

В комментариях под видео на Youtube 16 раз встречалась аббревиатура *LMAO*, девять раз *LOL* и шесть раз *LMFAO*. Выражение *I'm dying* или *I died* употреблялось семь раз, а фраза *It is killing me (kills me/ killed me)* встречалась пять раз. По четыре раза употреблялись сокращения *pls/plz* и *yt*, три раза встречался смайлик, сделанный из букв *XD*, и по два раза использовались *kinda*, *luf* и *ok*. Остальные 16 сленговых единиц встречались по одному разу.

В русскоязычном Twitter наиболее часто использовались слова *мью* (6 раз), *типа/типо* (5 раз) и *стэнить* (4 раза). *Фд*, *ульт*, *тред* встречались по три раза. Слова *плиз*, *фанфики/фф*, *рт*, *фав* использовались по два раза. Остальные 12 сленговых единиц и выражений встречались по одному разу.

В записях на платформе Пикабу почти не использовались сленговые слова. Два раза встретилось слово *клёвый*. Слова *стрёмно*, *бро*, *лыбиться*, *грохнуть*, *лять*, *хз*, *стёб* и *наверн* употреблялись по одному разу.

В социальной сети Вконтакте чаще всего встречались различные вариации слова *стекло* (13 раз), слова *мем/мемы* (7 раз), *чел* (6 раз), *комменты* (4 раза) и *админы* (3 раза). По два раза употреблялись слова *фэндом/фандом*, *бро*, *фф*, *фейк*, *шарить*, *позер*, *хз*, *охренеть*, *персы*. Остальные 28 сленговых единиц встречались по одному разу.

Проведённый анализ показал, что наиболее употребляемыми сленговыми словами в англоязычных социальных сетях являются аббревиатуры *LMAO*, *LOL* и выражение *I'm dying*. В русскоязычных социальных сетях наиболее часто используемые сленговые слова – это *стекло*, *мемы*, *чел* и *мью*.

Я. Хорошун

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНОЧНОЙ СЕМАНТИКИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПАРЕМИЯХ

Оценка является постоянным атрибутом индивидуума и формируется как аспект деятельности и поведения человека в социуме и является своеобразной характеристикой объекта через призму отношения к нему

субъекта. В языкознании под оценкой понимают положительное или отрицательное суждение об объекте действительности, опирающееся на сравнение данного предмета с эталоном. Являясь лингвистической категорией, оценка обладает определенным потенциалом языковых оценочных средств и характеризуется определенной структурой, в которую входят субъект, объект, основание оценки, оценочный предикат, оценочная шкала. По способу выражения оценочные высказывания классифицируются на эксплицитные (прямые) и имплицитные (косвенные).

В настоящем исследовании анализируются некоторые семантические свойства этической оценки понятий «добродетель» – «порок» в структуре англоязычных паремий (пословиц и поговорок). Мы определяем паремию как краткое, образное и устойчивое высказывание, употребляемое, как правило, в переносном значении и синтаксически оформленное как простое или сложное предложение, излагающее правила или принципы поведения, нравственные законы, сформулированные на основе жизненного опыта. Материалом для исследования послужили словари пословиц и поговорок в английском языке. В ходе анализа практического материала было выделено девять пар антонимических значений этической оценки, объединенных понятиями «добродетель» – «порок». Установлено, что реализация оценочной семантики в структуре анализируемых паремий осуществляется с помощью лексико-грамматических средств, описательных синтаксических конструкций, выполняющих прагматилистическую функцию. Например: *Politeness costs nothing, Fortune favours the brave, Patience is virtue, Love your neighbor as yourself. It's better to give than to receive, Fear has a quick ear, A liar ought to have a good memory, Cheats never prosper. There is a black sheep in every family.* Положительное или отрицательное значение «добродетель» – «порок» в структуре паремий заложено в семантике существительных, глаголов, прилагательных. В ходе исследования было отмечено, что в некоторых случаях граница между положительной и отрицательной оценкой бывает довольно тонка и требует более широкого контекста.

Таким образом, паремии обладают такими свойствами как семантическая, лексическая и синтаксическая устойчивость употребления. Оценочная семантика в пословицах и поговорках определяется прагматической направленностью говорящего с целью формирования положительной или отрицательной оценки об объекте в рамках шкалы «хорошо»-«плохо».

Т. Чевикер, И. Г. Урбанович

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СРАВНЕНИЙ В РУССКОЯЗЫЧНОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Публицистический стиль (от лат. *publicus* – общественный) – исторически сложившаяся функциональная разновидность литературного языка, используе-

мая в газетах, общественно-политических и литературно-художественных журналах, в агитационно-пропагандистских выступлениях, в средствах массовой коммуникации.

Публицистический стиль речь – средство общения, и в первую очередь он выполняет функцию воздействия. Функцию воздействия, как основную, выделяет лингвист Ю. А. Бельчиков, который подчеркивает, что «основная функция публицистического стиля – это идеологическое воздействие на широкие массы людей, формирование у них определенного мировоззрения, общественно-политического сознания с тем, чтобы убедить их в правильности и целесообразности тех или иных общественных идеалов или конкретных мероприятий, с тем, чтобы организовать их и побудить к определенным действиям» [1, с. 31]. Следует отметить также и такие функции публицистического стиля, как коммуникативная, экспрессивная, эстетическая.

Средства выражения экспрессивно-воздействующей функции в газетно-публицистической речи разнообразны. Публицистика располагает словарными единицами, которые в своем употреблении довольно строго закреплены за данным типом речи, – газетизмами. Подчеркнем, что лексика газетно-публицистического стиля имеет ярко выраженную эмоционально-экспрессивную окраску. Нередко в газетном тексте можно встретить такие тропы, как сравнения.

Исследователи по-разному подходят к изучению сравнений и рассматривают их с разных сторон. Однако почти все подчеркивают, что одним из важнейших признаков удачного сравнения является элемент неожиданности, новизны, оригинальности. Только тогда сравнения придают произведению стилистическое разнообразие, в образной форме выражают сущность предмета, придают экспрессивность и выразительность речи.

В качестве сравнений имеет место использование в публицистическом тексте фразеологических единиц, которые нередко подвергаются трансформации. Так в белорусской публицистике (газета «Рэспубліка», октябрь 2021 г.) были выделены следующие ФЕ (фразеологические единицы): *«помещик» местного разлива; «Чистые пруды»; в качестве «пряника»; вежливость джентльменов; главный враг человека; зажигают по-черному; как на праздник; как по маслу; красное золото; малой кровью; методом проб; на честном слове; не на жизнь, а на смерть; оставляет желать лучшего; переходный возраст; по последнему слову; со скрипом; тот еще квест; хозяин в доме.*

Данные ФЕ были отнесены к следующим тематическим группам сравнений:

- Сравнение, характеризующее абстрактные понятия (11 ед.): *в качестве «пряника»; вежливость джентльменов; главный враг человека; зажигают по-черному; как на праздник; как по маслу; малой кровью; методом проб; оставляет желать лучшего; переходный возраст; тот еще квест.*
- Сравнение, характеризующее артефакты (3 ед.): *на честном слове; по последнему слову; со скрипом.*
- Сравнение, характеризующее человека (3 ед.): *«Помещик» местного разлива; не на жизнь, а на смерть; хозяин в доме.*

- Сравнение, характеризующее мир природы (2 ед.): «*Чистые пруды*»; *красное золото*.

Фразеологической трансформации подвергаются 10 ФЕ посредством следующих приемов:

- Расщепление фразеологизма и введение новых компонентов (4 ед): *вежливость джентльменов* (узуальный ФЕ – *вежливость* – *точность королей*); *главный враг человека* (узуальный ФЕ – *враг рода человеческого*); *тот еще квест* (узуальный ФЕ – *еще тот фрукт*); «*помещик*» *местного разлива* (узуальный ФЕ – *местного разлива*).

Например: *Держать слово – вежливость джентльменов* (№ 189 от 05.10.2021 г. В заголовке статьи).

- Замена лексического компонента (2 ед.): *зажигают по-черному* (узуальный ФЕ – *пить по-черному*); *красное золото* (узуальный ФЕ – *черное золото*).

Например: *Красное золото Полесья* (о клюкве) (№198 от 16.10.2021 г. В заголовке статьи).

- Расщепление фразеологизма (2 ед.): *в качестве «пряника»* (узуальный ФЕ – *кнотом и пряником*); *методом проб* (узуальный ФЕ – *методом проб и ошибок*).

Например: *В качестве «пряника» страна (о Скопье) получила членство в НАТО* (№186 от 2 октября 2020 г. Статья «В Скопье снова ломают копыя»).

- Авторская интерпретация фразеологизма (1 ед.): *переходный возраст* (узуальное значение – подростковый возраст) используется в интерпретации возраста ухода на пенсию.

Например: *Пенсия – тоже переходный возраст и не менее болезненный, чем у подростков* (№187 от 1.10.2021 г. В заголовке статьи).

- Фразеологизм с обозначением географического объекта. Перенесение значения (1 ед.): «*Чистые пруды*».

Например: *Также появились свои «Чистые пруды» – озеро с небольшим водопадом* (№186 от 2 октября 2020 г. Статья «За преображением – в Преображенск»).

Таким образом, фразеологизмы, выступающие в качестве сравнения помогают глубже осмыслить особенности публицистического текста, образного мышления авторов; раскрывают и описывают своеобразные лингвистические приемы, создающие специфику исследуемого стиля.

Чжан Цинхань

ВТОРИЧНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ ТЕРМИНОВ РОДСТВА В КИТАЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Сопоставительный анализ функционирования терминов родства в качестве обращений в китайском и русском языках, так называемых вторичных употреблений, приводит к выводу о том, что несмотря на аналогичность

семейных связей в китайском и русскоязычных сообществах, эти употребления вследствие имеющихся лингвокультурных различий не совпадают по своему диапазону, более широкому в китайском языке.

Из всей системы терминов родства в русском языке при обращении к знакомым или незнакомым людям с целью сократить дистанцию между говорящим и адресатом, сделать отношения ближе и «роднее» могут быть использованы термины *дедушка, бабушка, отец, мать, дядя, тетя, брат, сестра, сын, дочь, внук и внучка*, т.е. наименования кровного родства всех пяти поколений родственников. Выбор конкретного слова в качестве обращения осуществляется в зависимости от пола, возраста, ситуации и строится на умозаключении, кем лицо, которому адресовано обращение, могло бы быть говорящему: «*сынок (внучок, доченька, внученька, сестричка), помоги мне, пожалуйста*»; «*дяденька (тетенька, дедушка, бабушка), присаживайтесь*» и др. Очевидно отсутствие в этом списке терминов некровного родства *золовка, свояченица, деверь*, а также названий родственников, принадлежащих к боковым линиям, таких как *племянник, кузен* и под.

В отличие от русского в китайском языке разрешено вторичное употребление практически всех терминов родства (21 наименование). Например, *外甥(wai sheng)* ‘племянник’, *外甥女(wai sheng nu)* ‘племянница’, *老表(lao biao)* ‘кузен’, *嫂子(sao zi)* ‘невестка’, *伯母(bo mu)* ‘жена старшего брата отца’ могут служить для дружеского обращения к сыну или дочери друга, к близкому другу, к жене друга, к женщине, которая старше матери, соответственно. Китайские девушки называют друзей-парней, которые старше их, *哥哥(ge ge)* ‘брат’. В разговорном китайском языке вторичное употребление терминов родства возможно в диалоге между учителем и учеником (например, *师父(shi fu)* ‘мастер-отец’, а если у учителя есть жена, то ученики к ней обращаются *师母(shi mu)* ‘мастер-мать’), хозяином и слугой, чиновниками и простыми гражданами (например, *父母官(fu mu guan)* ‘чиновник-родитель’, ‘родной чиновник’ или же *老爷(lao ye)* ‘старый дед’).

Ряд терминов родства в китайском языке, например, *孙子(sun zi)* ‘внук’ и *儿子(er zi)* ‘сын’ при употреблении в качестве обращений приобретают уничижительный оттенок и могут восприниматься как оскорбления.

Чжао Цзыцзе

СЕМАНТИКА И ПРАГМАТИКА ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

С конца 20 – начала 21 века изучение имен собственных в политической сфере стало одним из приоритетных направлений ономастического дискурса. Отказавшись от идеи, согласно которой имена собственные не имеют значений, исследователи задались целью выяснить, какую информацию передают имена собственные, и пришли к осознанию необходимости о том, что для раскрытия семантики имен собственных следует принимать во вни-

мание экстралингвистический и прагматический факторы, обуславливающие индивидуальное значение слова (см. подробнее Гарбовская 2006, Шишикина 2010, Бочкарева 2012, Головачева 2013, Паршина 2013 и другие разработки, выполненные в русле когнитивного матричного анализа). В этом контексте хотелось бы подчеркнуть важность исследований в области межэтнического политического дискурса, характеризующегося взаимодействием людей с разными представлениями и культурами, обладающих уникальной системой представления политических сущностей.

Наше исследование направлено на установление смыслов, связываемых с именами ведущих политических деятелей России и Китая разных эпох. Путем анализа контекстуального окружения имен собственных *Петр Великий, Михаил Горбачев, Борис Ельцин, Владимир Путин, Дмитрий Медведев* в русскоязычных текстах и *邓小平 Deng Xiaoping 'Дэн Сяопин', 江泽民 Jiang Zemin 'Цзян Цзэминь', 胡锦涛 Hu Jintao 'Ху Цзиньтао', 秦始皇(嬴政) Qin Shihuang 'Цинь Шихуан'* в китайском политическом дискурсе нам удалось установить следующее. Наиболее частотным в обоих типах дискурса является употребление имени собственного как обозначения государственного деятеля (*«Никогда не получал такого рождественского подарка, как тот, что я получил... в 1991 году от Михаила Горбачева!»* Соловьева Екатерина, 25.12.2021); *邓小平执政后认为左已形成了一种习惯势力, 现在中国反对改革的人不多, 但在制定和实行具体政策的时候, 总容易出现有一点留恋过去的情况, 习惯的东西就起作用, 就冒出来了* 'После прихода к власти Дэн Сяопин считал, чтолевые сформировали силу', проводимых им программ' (Сюй юн-цзюнь мемориальная сеть Дэн Сяопина, 28.11.2013); (*胡锦涛的八个加快和'刻不容缓'* "Восемь ускорений" и "срочность" Ху Цзиньтао' (Еженедельник сюй Цзин, 4.3.2010); *Рационалист Петр Великий, страстно желавший все сделать «правильным», регулируемым и контролируемым, не без основания решил, что проще оставить Москву, чем пытаться ее изменить*) и т.д., что, однако, не исключает возрастных (*江泽民的“老人干政”走到尽头* 'Конец "правления старика" Цзян Цзэминя (китайский репортер ВВС Леан, 16.9.2014 =) и иных характеристик обозначаемого лица.

А. Якимович

СЕМАНТИКА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ-СОМАТИЗМОВ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Соматизм – это единица лексико-фразеологического поля, которая имеет в своём составе лексемы со значением «части тела» (Блюм А.). Обилие соматических фразеологизмов в разных языках естественно, так как «соматические лексемы, входящие в их состав, обладают высокой способностью метафоризироваться» (Куницкая Н. В.).

Обращение лингвистов к соматическим фразеологизмам объясняется в первую очередь универсальным характером этого языкового феномена: в каждом языке имеются фразеологизмы-соматизмы, схожие в структурном, семантическом и образном плане. Это обусловлено тем, что у представителей народов всего земного шара присутствует общность жизненных условий, мышления, человеческих чувств, психических процессов.

Материалом исследования послужили 120 фразеологических единиц, отобранных методом сплошной выборки из немецко-русского фразеологического словаря Л. Э. Биновича. В ходе исследования фразеологизмы с компонентом «части тела» были подвергнуты семантическому анализу, в результате чего выявлен ряд особенностей их семантики.

Например, соматическим фразеологическим единицам с лексемой «Kopf» присущи следующие значения:

- Рассудительность, ум: seinen Kopf für sich haben ‘иметь свою голову на плечах’;
- Легкомыслие: Wind im Kopf haben ‘ветер в голове’;
- Важность для человека: mit seinem Kopf bezahlen ‘поплатиться головой’;
- Превосходство: den Kopf hochhalten ‘высоко держать голову (вести себя с достоинством)’;
- Оскорбление: j-n vor den Kopf stoßen ‘обидеть, оскорбить кого-л. неприятно поразить, взволновать, рассердить кого-л.’.

Большая часть подвергнутых анализу соматических фразеологических единиц с данным компонентом обозначают мыслительные процессы – основное символическое значение лексемы «Kopf».

В целом можно констатировать, что все образные значения фразеологизмов с соматизмами формируются на основе первичного значения «части тела» с помощью метонимического переноса.

ПРИКЛАДНАЯ ЛИНГВИСТИКА

В. Адамович

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ИКТ) В ИЗУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

В связи с быстрым темпом развития информационных технологий каждая сфера человеческой деятельности на данном этапе претерпевает определенные изменения. Модернизация коснулась и формата обучения иностранным языкам; традиционные дидактические методы преподавания подвергаются некоторым преобразованиям, связанным с внедрением информационно-коммуникационных технологий в процесс образовательной деятельности. Информационно-коммуникационные технологии – это «технологии, использующие вычислительную технику и телекоммуникационные средства для сбора, хранения, обработки и передачи информации с целью оперативной и эффективной работы с информацией» (Польщиков А. В.). Информация может представляться не только в виде текста, как например в электронных учебниках или словарях, но и в аудио- или видеоформате. Существуют платформы и приложения (такие как YouTube, Quizlet, Edmodo и так далее), которые набирают популярность в последние дни в сфере изучения иностранных языков благодаря удобству их использования, простому интерфейсу и, прежде всего потому, что обучение может происходить как с учителем, так и без него. И у каждого из этих ИКТ есть свои преимущества.

В современном мире видео-платформа YouTube уже давно укоренилась как информационное пространство, где в основном предоставляется доступ к развлекательному контенту. Помимо развлекательной составляющей данная платформа содержит в себе огромное количество видео-контента, который позволяет улучшить свои знания иностранного языка. Самым распространенным способом предоставления информации, помимо обучающих видео, остаются «подкасты» – видео- или аудио передачи, которые имеют определенную тематику. Такой формат нередко задействуется при обучении иностранным языкам, так как у студента есть возможность услышать максимально приближенную к действительности речь носителя, помогает привыкнуть к изучаемому языку и таким образом улучшить навыки аудирования.

Второй стремительно развивающейся социальной сетью для рассмотрения является Edmodo. Она позволяет преподавателям производить обучение в дистанционном режиме; такой формат является доступным не только для отдельных преподавателей, но и также даже для целых школ. Данная платформа позволяет смоделировать виртуальную среду обучения, где преподаватели, студенты и родители имеют доступ к материалам, по которым происходит обучение.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что использование информационно-коммуникационных технологий – это не просто один из новомодных приёмов в образовательном процессе, а целый этап становления нового формата обучения.

Д. Бобрик

БИЗНЕС-АНАЛИЗ: ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ

Бизнес-анализ – это деятельность, которая позволяет осуществлять изменения в компании при помощи выявления определенных потребностей заинтересованных лиц и обоснования решений, обеспечивающих удовлетворение этих потребностей и представляющих ценность для данных заинтересованных лиц (Бариленко В. И.). Другими словами, бизнес-анализ – это деятельность, которая позволяет выявлять потребности бизнеса и находить пути преодоления этих трудностей.

Появление бизнес-анализа было в 1940-ом году, но развитие этого направление началось через 40 лет. Причиной задержки развития стала непопулярность направления для широкой публики, так как цена на ИТ была достаточно высокой. В начале 1990-х произошло множество изменений: улучшено хранение данных, созданы удобные для пользователя программы и интерфейсы. Это привело к резкому увеличению использования ИТ в бизнесе.

В связи с распространением ИТ в бизнесе появилась такая профессия, как бизнес-аналитик. Бизнес-аналитик – это специалист, которые использует методы бизнес-анализа для исследования потребностей деятельности организации с целью определения проблем бизнеса и в дальнейшем предлагает решения по улучшению положения предприятия на рынке (Бариленко В. И.).

Промежуточным продуктом бизнес-анализа между сбором информации и видимой стратегией развития находится разработка различных моделей, которые используются для демонстрации существующих планов по устранению различных проблем.

Методы бизнес-анализа могут быть связаны с анализом как внутренней среды предприятия (SWOT-анализ), так и факторов внешней среды (PEST-анализ).

SWOT-анализ – это метод стратегического планирования, для оценки внутренних и внешних факторов, влияющих на развитие компании (Lawrence Fine).

PEST-анализ – это анализ, предназначенный для выявления политических, экономических, социальных и технологических аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес (Попов С. А.).

В связи с возрастающей конкуренцией в бизнесе, предприятие пытается оставаться успешным, для это нужно постоянно следить за показателями, методами работы, анализировать свою работу, работу своих конкурентов и среду, в какой они работают. В настоящее время предприятия генерируют

огромное количество данных в рамках своей повседневной деятельности. В результате чего основой предприятия является бизнес-анализ, благодаря которому будут найдены проблемы, которые необходимо исправить, а бизнес-аналитик будет искать лучшие решения для продвижения предприятия на рынке.

Д. Гагилайте

АВТОМАТИЧЕСКИЙ ПОДБОР ЗАГОЛОВКОВ ТЕМАТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ПРИ ПОМОЩИ МЕТОДОВ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ

Ввиду увеличения объема информационных данных (в том числе массивов текстов на английском языке) возникает потребность в обеспечении их автоматической обработки в части автоматического реферирования. Построение краткого резюме может быть произведено при помощи методов в рамках одного из следующих подходов: экстрактивного (предполагает поиск и извлечение наиболее значимых частей исходного текста, из которых в дальнейшем строится реферат) и абстрактивного (заключается в генерировании нового текста). Одной из задач этого этапа является автоматическое формулирование заголовка. Для ее решения разработаны различные программные продукты, использующие технологию машинного обучения. К одной из последних разработок можно отнести языковую модель GPT-3 от OpenAI.

В ходе исследования нами были использованы такие программные продукты как t-CONSPECTUS, Open Text Summarizer, Paper Title Generator, Writefull, INK's Google Ads Headline Ideas Generator в качестве средств для автоматического анализа и обработки ряда текстов информационного характера в 5 тематических категориях: «Естественные науки», «Информационные технологии», «Лингвистика», «Культура и искусство», «Образование».

Так, автоматически сформулированные заголовки новостных статей соответствовали основным требованиям: отражали одну из идей исходного текста и характеризовались отсутствием значительных потерь в синтаксической структуре независимо от предметной области. Однако некоторые из них получились достаточно длинными, например, для статьи с заголовком «*Students who self-identity as multilingual perform better in exams*» был создан заголовок «*Young people who consider themselves 'multilingual' tend to perform better across a wide range of subjects at school*», что может быть проинтерпретировано как недостаток.

Если касаться сгенерированных заголовков информационных постов, размещаемых в блогах, то более качественный результат показали программные продукты, разработанные с опорой на принципы абстрактивного подхода к автоматическому реферированию. Они позволили создавать заголовки, характеризующиеся высокой степенью конкретизации в передаче смысла исходного текста и реализующие их основные функции (номина-

тивную, информативную и рекламную). В качестве примера можно привести оригинальный и сгенерированный заголовки: «*Understanding Generation Z on Social Media*», «*Connect with Gen Z on social media to discover their needs, interests and values*».

Таким образом, проведенный анализ сгенерированных заголовков в автоматическом режиме показывает, что технология машинного обучения является перспективным инструментом для решения поставленной задачи.

А. Доронина

ПРОДАКТ-ПЛЕЙСМЕНТ

Продакт-плейсмент или скрытая реклама подразумевает использование различными персонажами из фильмов, книг, видеоблогов или музыкальных клипов определенного продукта, либо демонстрацию логотипа.

Продакт-плейсмент повышает узнаваемость бренда, создаёт дополнительный интерес и провоцирует людей на покупку. Именно провоцирует, ведь кому не захочется быть похожим на своего любимого героя, который так часто появляется в футболке от Nike или без ума от Coca-Cola?

Многие компании используют данный прием для продвижения их продукта без явного навязывания покупателю. Благодаря тому, что брендированный продукт интегрируется в произведение, никто даже не замечает, что посмотрел рекламу, но сам момент прекрасно фиксируется в сознании.

Такой метод нравится мне гораздо больше, так как человек сам решает, хочет ли он купить себе подобную вещь.

Стандартная реклама навязывает продукт, который может быть нам не нужен. Подобное раздражает и скорее отвращает от бренда, так как, например, если какой-нибудь молодой человек будет все время наткаться на рекламу блеска для губ, он в первый раз просто не обратит на это внимание, в десятый начнет со злостью закрывать объявление. Скрытая реклама действует мягче: увидев, как героиня фильма использует этот же блеск для губ, он не будет чувствовать, что это именно реклама, а вот целевая аудитория этого продукта – девушки, заинтересуются и возможно решат приобрести его в дальнейшем.

Недостатки у такого типа рекламы тоже есть:

В первую очередь, такой вид рекламы имеет довольно большую стоимость. Чем больше популярность у фильма, тем больше цена на размещение в нем рекламной продукции.

Во-вторых, у продакт-плейсмента нет призыва к действию. Это непрямая реклама, поэтому четкий призыв к покупке отсутствует. Упор сделан на увеличение узнаваемости продукта или бренда и повышение лояльности у клиентов.

Так же не просто контролировать результативность данного типа рекламы. Проанализировать успех кампании по скрытой рекламе на деле оказывается почти недостижимо, потому что на объём продаж оказывают влияние много иных факторов: сезонность, цены, конкуренция и прочее.

Ю. Жирикова

АВТОМАТИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

В настоящее время для автоматизации рутинного человеческого труда используется искусственный интеллект. Его истинная задача заключается в решении задач, которые человек выполняет интуитивно, но которые трудно описать (например, распознавание лиц на изображениях и т.д.). Эти решения могут позволять компьютерам учиться на своем опыте. Одним из популярных направлений применения и развития искусственного интеллекта являются диалоговые системы – специальные программные комплексы, предназначенные для общения с пользователем. Они становятся все более популярными, так как возможности моделей обработки естественного языка значительно увеличиваются и позволяют удовлетворить все больше потребностей пользователей.

Также последние 10 лет очень популярны социальные сети, мессенджеры. Telegram – один из лидеров на этом рынке, мессенджер, имеющий огромное количество возможностей: от обмена сообщениями и файлами любых форматов до организации конференций, групп и каналов. С помощью ботов функционал приложения практически не ограничен. На момент января 2022 года насчитывается около 550 миллионов пользователей.

В изучении иностранного языка использование соц. сетей и мессенджеров необходимо, так как информационно-коммуникационные технологии расширяют рамки учебного процесса, усиливая его практическую направленность, способствуя интенсификации самостоятельной работы и повышению познавательной активности, что позволяет эффективно дополнить процесс изучения языка. Среди достоинств можно отметить индивидуализацию и дифференциацию обучения, геймификацию, круглосуточную доступность, экономию времени и отсутствие осуждения и стеснения, что снимает языковые барьеры. Однако существует мнение, что компьютер не сможет полностью заменить преподавателя по ряду причин, например, отсутствие возможности имитировать воспитательные функции и полностью заменить человеческое общение. Также информация не ценится, так как она в общем доступе. По вышеперечисленным причинам, ИТ предлагаются в качестве дополнительной помощи в изучении языка.

В рамках проведенных исследований была поставлена задача разработки чат-бота для изучения английского языка, позволяющего получить информацию о базовых правилах английского языка (времена и артикли), также расширить словарный запас. Все это находится в привычном мессенджере

Телеграм, о котором было упомянуто ранее. Бот использует большое количество смайлов и стикеров, что привлекает внимание пользователя. Информация представлена в текстовом виде, в виде таблиц и схем, также есть видеоматериал. Пользователь может пополнять словарь словами, генерируемыми чат-ботом, найти нужную информацию, а также пройти тест на знание лексики. Перспективой дальнейших исследований в данном направлении является модификация версии чат-бота, расширение его функционала.

А. Круглик

МЕТОДЫ ОЦЕНКИ В СИСТЕМАХ ВИРТУАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

Общение в сети Интернет стало неотделимым элементом социальной деятельности современного человека. Это обусловлено ростом доступности различных социальных сетей и развлекательных ресурсов. Целью работы является рассмотрение методов выражения оценки в виртуальном общении в том числе и в социальных сетях.

В зависимости от аксиологического значения (хорошо или плохо) выделяют два типа оценки:

- положительная (*a good mobile phone*);
- отрицательная (*bad mobile phone*).

Языку присуще глубокое противопоставление дескриптивных и оценочных значений. Основное их отличие состоит в том, что дескриптивные значения закрепляют отношение высказывания к действительному миру, а оценочные значения определяют связь между действительным миром и его идеализированной моделью.

Таким образом, в зависимости от соотношения в оценке чисто оценочного и дескриптивного значения можно выделить два типа оценки:

- общая оценка (содержит только оценочное значение) (*delicious cake*);
- частная оценка (содержит наряду с оценочным значением и дескриптивное) (*tasty cake, mouth-watering cake*).

В зависимости от того, присутствует или отсутствует в оценке предметно-логическое содержание, оценка бывает:

- рациональной;
- эмоциональной.

Рациональная оценка предполагает наличие мотиватора в структуре высказывания: *I like my Iphone because of its huge screen* ‘Я люблю свой iPhone из-за его огромного экрана’. Для усиления рациональности служит включение в высказывание предиката, например: *I think it is the best car of all time* ‘Я думаю, что это лучшая машина всех времен’. Эмоциональная оценка в качестве непосредственной реакции на объект характеризуется наличием экспрессивных элементов и эмоционально окрашенных слов: *a luxurious car* ‘шикарная машина’.

Таким образом, необходимо отметить, что для современного носителя языка выражение эмоций – насущная потребность, обязательная в общении. При этом оценка является субъективным выражением значимости предметов и явлений окружающего нас мира для нашей жизни и деятельности. Под значимостью имеется в виду способность или неспособность отвечать социальным потребностям человека.

В. Манаева

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА КОНФРОНТАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ОБЩЕНИИ

В XXI веке благодаря взаимопроникновению и обмену данными, которые происходят в гуманитарных науках, имеется возможность использовать совокупный подход для решения проблем, которые связаны с ролью языка в выражении и фиксации межличностных отношений. Одной из таких проблем является проблема конфликтных межличностных отношений в ходе коммуникации. Проблема конфликтных межличностных отношений как никогда актуальна в условиях глобализации и разнообразия культурных, языковых особенностей. Поиск способов разрешения конфликтных ситуаций на разных уровнях отношений между коммуникантами и необходимость последующего исследования лингвистических параметров конфликтной коммуникации демонстрируют актуальность данного вопроса в современном обществе.

Существует множество средств, которые маркируют конфликтный коммуникативный акт. Среди них особое применение находят многозначные слова и омонимы, ненормативная и негативная оценочная лексика, специальные номинации собеседников по какой-либо примете, слова-агнонимы (неизвестные, непонятные или малопонятные многим носителям языка слова).

Восклицательные знаки являются одним из наиболее частотных маркеров выражения конфликта. Например: *Deceit is not my fault! My God! How mad I was to love you! What a fool I have been!*

Одним из главных средств актуализации экспрессии в языке являются междометия, это важные структурные элементы речи, выполняющие прагматическую и экспрессивную функции в высказывании. Наиболее часто в конфликтных коммуникативных актах встречается междометие *oh*: *Oh, I can't bear to think of it! Oh, shut up, damn you!*

Повторы синтаксических конструкций служат усилению воздействия на собеседника: *I will never see you again. I will never think of you. I will never mention your name; You are not to come near her. You are not to see her again; We shall be sold up! Sold up! That's the matter, Min! SOLD UP!*

Используются и побудительные восклицательные предложения: *You guard your tongue!; Speak, sir!.. Answer me!; You – you stand over there!* В экстремальных конфликтных ситуациях такие предложения представляют собой речевые акты угрозы или приказа.

Существуют различные способы лингвистического выражения конфликта. Выбор этих средств непосредственно зависит от причин, которые вызывают конфликт и часто определяется на прагматическом и стилистическом уровнях, зависящих от социокультурных особенностей языка.

Д. Рогова

ЦВЕТ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ ОБРАЗНОСТИ В ФИЛЬМАХ

Цвет в кино может играть разные роли, иногда он служит лишь дополнением, подчёркивая нужную режиссёру атмосферу.

Существуют устоявшиеся цветовые схемы: монохроматическая, аналоговая, комплементарная, сплит-комплементарная и троичная. При выборе монохроматической цветовой схемы почти все цвета в кадре приближены к одному конкретному, различаясь только в тоне и в оттенке. Аналоговая схема характеризуется использованием несколько цветов, находящихся в цветовом круге друг за другом (например, только тёплые оттенки). В комплементарной используются два цвета, находящиеся в цветовом круге друг напротив друга. В сплит-комплементарной схеме выбираются два рядом стоящих цвета и один – им противоположный. Троичная цветовая схема представляет собой сочетание трёх равноудалённых в круге друг от друга цветов.

В визуальной культуре есть устоявшаяся схема использования цветов как определённых ассоциаций. Отсюда следует необходимость в интеллектуальном истолковании для воздействия цвета на зрителя.

Так в монохроматической схеме красный цвет принято считать символом любви и страсти. Розовый означает наивность и женственность. Оранжевый – радость. Жёлтый может символизировать как тревогу и безумие, так и теплоту, уют. Зелёный вызывает ассоциации с природой. Синий – одиночество. Фиолетовый предполагает наличие в кадре потустороннего.

В аналоговой цветовой схеме используются лишь тёплые или холодные цвета, с целью вызвать у зрителей определённые эмоции при просмотре конкретного фрагмента фильма.

Комплементарная схема применяется наиболее часто. Противоположности, то есть тёплые и холодные оттенки, воспринимаются как гармоничная пара.

При выборе сплит-комплементарной цветовой схемы соседние оттенки не сильно отличаются друг от друга, но, благодаря третьему цвету, сохраняется уникальная гармония.

Троичная же схема применяется реже всего. В ней один из цветов является главным, а остальные необходимы для усиления главного цвета.

Таким образом, можно сделать вывод, что цвет играет огромную роль в нашем восприятии мира, особенно, в визуальном искусстве. Он используется как один из самых мощных способов воздействия на зрителя. С помощью одного лишь цвета художник может создать нужное настроение, обозначить иерархию элементов, организовать сюжет и выстроить кадр.

МОРФОЛОГИЧЕСКАЯ РАЗМЕТКА КОРПУСА ТЕКСТОВ ПРОГРАММОЙ LANCSBOX

В современной лингвистике при проведении многих исследований необходимы большие объемы текстов в виде корпусов, обрабатываемых с применением компьютерной техники. Корпусы дали возможность сравнивать и анализировать не единицы текстов, а их совокупности, достигающие миллиардов словоупотреблений. Релевантные данным задачам предоставляет специализированное программное обеспечение *LancsBox*.

С помощью корпусного менеджера *LancsBox* был создан и автоматически размечен репрезентативный одноязычный корпус текстов современных американских авторов, опубликованных в 2021, включающий в себя 5 основных стилей (художественный, публицистический, научный, официально-деловой, разговорно-бытовой) и насчитывающий 57 тысяч словоупотреблений.

Наибольшее количество ошибок в автоматической разметке было допущено при тегировании прилагательных 8,6 %.

Половину всех собранных контекстов включали наречия, принятые за прилагательные (50,3 %): *They're at a well-resourced university, which you're paying a tremendous amount for them to attend, quite likely.*

Различные существительные были размечены как прилагательные (9,5 %): *As the youngest students begin to get vaccinated, Maryland education officials are rethinking the **state's** mask mandate for schools and how long it needs to stay in place.* В данном контексте существительное *state* находится в форме притяжения с помощью *'s*.

Самым распространённой частью речи, которая была отмечена как существительное, было местоимение с глаголом в сокращённой форме (40 %): *"After all that, **I'm** done with festivals," he said.*

Существительное также было принято за глагол (27,1 %): *Two belonged to **people** he later learned had died at the festival.* Существительное **people** стоит перед предлогом *to*, что во многих случаях указывает на глагол в форме инфинитива.

*Yeah, because humans are **amazing**.* Вспомогательный глагол *are* с прилагательным **amazing** были приняты за конструкцию с глаголом в форме настоящего продолженного времени (*Present Continious*) по формуле *to be+Ving*.

Некоторые предлоги были приняты за глаголы (12,5 %): *Pleasing also said that the line was inspired **by** pearls, which Styles frequently wears, calling it an "ode to the beauty found in a simple shell".*

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО ТЕКСТА

Официально-деловые тексты существуют, как правило, в письменной регламентированной форме и регулируют правовые и деловые отношения физических и юридических лиц. Манера изложения такого рода текстов особенно формальна, что проявляется в специфической терминологии и громоздких конструкциях [Бондаренко И. В.].

Основными свойствами стиля официально-деловых текстов являются: аргументативность, интертекстуальность, диалогичность, а также стремление к завершенной логической системности [Кужелева Т. Ю.].

Особое место в официально-документальном стиле занимает специализированная лексика – термины [Mamet P.].

Так, например, для обозначения противоположных правовых отношений используются лексические пары, образованные с помощью флексии: *Offeror – Offeree, Employer – Employee, Addressor – Addressee*.

Кроме того, официально-деловые тексты отличаются широким употреблением аббревиатур и акронимов: UN ‘The United Nations’, OAC ‘Oversight Advisory Committee’.

Широкое распространение в деловой практике получили «парные синонимы», к примеру, *null and void* ‘потерявший законную силу’.

Для этого стиля также характерно использование общеупотребительных слов и словосочетаний, приобретающих отличное от обычного значение. Так, слово *party* в документах означает не ‘партия’, а ‘сторона договора’.

Кроме того, такие тексты характеризуются наличием большого количества специфических оборотов, таких как *by virtue of a contract* ‘на основании договора’, *in witness whereof* ‘в удостоверение чего’.

Следует также учитывать различия американского и британского вариантов английского языка [Максименко Е. С.]. Например, приложение к договору может быть: либо *amendment* (амер.), либо *appendix* (брит.).

Во избежание повторений часто используются так называемые «канцеляризмы», такие как *hereunder* ‘ниже, в дальнейшем’; *herein* ‘при сем, в этом, здесь’.

В англоязычных документах нередко встречаются заимствования. К ним относятся, к примеру, латинские *de facto* ‘фактически’; *de jure* – ‘юридически’, *e.g.* ‘например’ и другие. Некоторые французские выражения, такие как *force majeure* ‘форс-мажор’, до сих пор не ассимилированы.

Структурно английские официально-деловые тексты отличаются своей конструктивной сложностью. Они богаты различными оборотами и книжными конструкциями. Тем не менее, одна из характерных черт официально-деловых текстов – преобладание простых предложений, в связи с чем для них свойственна высокая логичность и последовательность.

ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Chen Lu

THE DUAL NATURE OF THE OAK TREE IMAGE IN V. WOOLF'S "ORLANDO"

The study of the oak tree image in V. Woolf's "Orlando" with the dual nature is an important part, one is the tree, the other is the poem. The big oak tree exists forever in Orlando's life, and helps him to find his order in chaos, Woolf described the tree from many aspects at many significant moments. The poem "The Oak Tree" is the result of years of efforts that culminate in a masterpiece, and the finished poem is a symbol of Orlando's personal maturity. **Figurative language providing sensory details to create clear and vibrant descriptions which appeals to a reader's imagination and emotions** includes visual, auditory, olfactory, gustating and tactile imagery.

Thus, visual imagery appeals to our sense of sight. *After an hour or so the sun was rapidly sinking, the white clouds had turned red, the hills were violet, the woods purple, the valleys black.* The scenery was described by various beautiful colors, so readers could have a vivid picture of the environment in their mind and could have a common sense of loving nature with Orlando. Auditory imagery engages the sense of hearing. *Huge noises as of the tearing and rending of oak trees could be heard. There were also wild cries and terrible groanings. But Orlando stood there immovable till Paul's clock struck two, and then, crying aloud with an awful irony.* The writer used the huge noise and wild cries to reflect the giant pain in Orlando's mind, which could make readers feel the huge sadness of the protagonist.

Olfactory imagery relates to our sense of smell. *The scent of the bog myrtle and the meadow sweet was in her nostrils. 'I have found my mate,' she murmured. 'It is the moor. I am nature's bride.'* The scent of nature and the grand helped Orlando escape from loneliness and find peace for her later life. Gustatory imagery appeals to our sense of taste and food cravings. *... and the church builders built like that, anonymously, needing no thanking or naming, but only their work in the daytime and a little ale perhaps at night – 'What an admirable life this is,' he thought, stretching his limbs out under the oak tree. 'And why not enjoy it this very moment?'* The writer lent the favour of the ale to add the relaxing atmosphere of an admirable life when Orlando lied under the oak tree and enjoyed the ease of life.

Tactile imagery engages the sense of touch. *And so he sank into a quiet mood, under the oak tree, the hardness of whose roots, exposed above the ground, seemed to him rather comfortable than otherwise.* The imagery was used to describe the root as strong as a spine that could provide him a comfortable and quiet sense of mood.

Through the two paths to analysis this novel, the imagines of the tree and the poem perform an integrating functions by binding multiple episodes, motives, and twists of the plot into an integrated whole. In addition, each episode in which the oak tree is involved is a moment of epiphany uncovering to Orlando and the reader a part of ultimate truth drawing attention to the essence of life as V. Woolf sees it.

Gao Yuancheng

A TOUCH OF LOVE BY JONATHAN COE AS A CAMPUS NOVEL

When we refer to or study campus novel as an independent genre, the first thing that comes to mind in the past is David Lodge's *Trilogy* and Kingsley Amis' *Lucky Jim*, which are all classics of the campus novel genre. Jonathan Coe over the last decade or so has become one of Britain's more respected writers. Here, I'll introduce *A Touch of Love* by Jonathan Coe. Since the background of a campus novel must be set in the campus, the content of the story and the relationships between the characters all take place between students, between students and teachers, or between teachers and teachers. The novel was released in 1989, covers events from April to December 1986. Besides, the characters with Robin as the core are clearly and completely portrayed. Through the analysis of the relationships between the characters in the story, we can sort out the connection between Robin, Ted, and Aparna, as well as the relationship and interaction between Robin and his supervisor, Professor Davis. At the same time, from this novel, Coe's satirical writing style began to form and become more and more mature.

The novel opens with the reunion of two ex-Cambridge friends years after their graduation. Ted is a successful salesman, and his wife, Katharine, has persuaded him to meet with Robin Grant after a confounded phone call between them left her concerned about his perplexity. Robin is a PhD student in Coventry who is disillusioned and despondent after five years' study. Robin's real-life love disappointments inspire him to write about his sentiments, which he conceals in four short passages. It's said that Coe's novel has a postmodernist feeling as it describes the vastly different lifestyles of Robin, Ted, and those who know them. The story involves a lot of conversations, most of them with sardonic humor, and it establishes the characters' thoughts on current issues and life in general. Ted is haughty and lacks empathy, although he eventually grows more empathetic toward Robin. Ted's achievement and Robin's failure present extremely contrasting viewpoints on their Cambridge academic lives. As a result of his naivety and lack of social awareness, Robin is arrested and summoned to court. Aparna, an Indian postgraduate student, has a sporadic connection with Robin, after which they argue and split up. She is a dimly painted figure who, like the others, is swiftly forgotten.

The author makes a number of incisive statements about politics, the status of universities and their instructors, and the loneliness of living in the urban areas—and his stories proceed chronologically. It's brilliantly structured, but towards the

conclusion, I was still confused about the major characters' motivations and the circumstances surrounding the tragedy that impacts them. The only grace of this early book is Coe's satirical humor. Throughout the whole novel, Coe offers no easy answers and conveys an excellent sense of love's fleeting and delicate nature.

Liang Xiao

THE GENRE OF CHRISTMAS TALE IN CH. DICKENS' WORK

Christmas is celebrated on December 25. It is a sign of global culture that has attracted the attention of people from all the countries. What Christmas tales have in common is that they all use Christmas as the setting, but their styles and themes may be very different.

The works of British writer Charles Dickens occupy a large proportion of the Christmas tales written in English. Ch. Dickens was a British novelist, journalist, editor, illustrator and social commentator who wrote many popular novels.

"A Christmas Carol" is one of Ch. Dickens's three Christmas novellas. This work was created in 1843. The other two Christmas tales are "The Chimes" and "Cricket on the Hearth". "A Christmas Carol" mainly tells the story of Ebenezer Scrooge, a rich but very stingy man because "even beggars don't want to beg from him".

On Christmas Eve Scrooge is visited by the ghost of Marley and three other ghosts: the Ghost of Christmas Past, the Ghost of Christmas Present and the Ghost of Yet to Come who show him how his despicable behavior affects the people around him and Scrooge himself because in the vision presented by the Ghost of Christmas Yet to Come the near future after his death is marked by neglect and oblivion. Therefore, the main character is shocked and at the end of the story he wakes up and finds that he still has time to change. Finally, readers can see that Scrooge has become a generous and kind man.

The story of "A Christmas Carol" shows Ch. Dickens's rich imagination. In fact, the author combines the realistic setting with the element of supernatural to create this Christmas tale. He explores the problem of human nature and the change of character from evil to good. He enriches the narrative with Scrooge's memories and feelings and makes readers believe that human nature is good, that goodness is greater than evil in human heart, and goodness will eventually overcome the evil. Such themes and descriptions fully reflect Ch. Dickens's vision.

The novella "A Christmas Carol" has a profound humanistic value because it vigorously promotes the Christmas spirit of kindness, forgiveness and fraternity which is loved and respected by readers. The essence of this work is that it enthusiastically eulogizes the best aspects of human nature. The whole Christmas tale is filled with thought-provoking humanistic spirit since Ch. Dickens points out that everyone should be kind to others. He also teaches the readers that good deeds will be rewarded and evil deeds will eventually be punished.

The purpose of ghosts as supernatural characters in this literary work is to challenge Ebenezer Scrooge's pragmatism, educate and shock him, then release his inner feelings and finally help him reform. Ch. Dickens is good at using different literary means and stylistic devices to create a festive, suspenseful and mysterious atmosphere specific for this winter holiday. Thus, his novella "A Christmas Carol" contributes much to the development of Christmas tale as a literary genre.

Liu Xinxin

THEORETICAL APPROACHES TO GENRE

Genre is a fundamental category of literary studies and essential instrument of literary analysis. Genre is not a static concept but its understanding changes depending on the context, society, and the time period from which it is observed. The category of literary genre allows to differentiate and compare literary works since Plato and Aristotle in ancient Greece developed a classification of literature into epic, lyric, and dramatic genres based on mode of representation, however there is much theoretical dispute when it comes to categorizing specific genres and defining their purposes and functions. The term *genre* is now more commonly used in rhetoric, literary theory, and media theory to designate a certain type of text. Internally, genres are flexible, particularly the genre of the novel. Novels can be classified according to subject matter, type of hero, style, technique of composition, setting, tone, atmosphere etc., and in different national literatures there are different terms to reflect this variety. There are epistolary novels, campus novels, Gothic novels, historical novels, satirical novels, picaresque novels, detective novels, postmodernist novels, roman à clef, Bildungsroman, Künstlerroman etc. Various standards for distinguishing sub-genres in novels are still evolving, and the same novel might be classified in a variety of ways depending on the criteria used. Another issue in genre theory is determining whether genres should be considered "timeless essences" or "time-bound entities". Many academics argue that genres can only be discussed as historical phenomena in relation to specific historical and social situations, while others consider genres as ahistorical essences, consisting of a small number of "natural forms", "archetypes", "Platonic ideas", "anthropological constants", "types of worldview" etc. They argue that in spite of the dynamic fluidity of genres some types of literary works and their textual characteristics remain recognizable over time. In light of these concerns, several researchers have made their own constructive proposals for resolving the historical/ahistorical conceptualization of genres, such as the concept of prototypicality to describe writings that might be recognized as more typical members of a genre than others, N. Kopystyanska's differentiation of multiple levels of generic structures, and Chinese quartering method which is based on years of experience with the conventional "Verse and Prose" dichotomy in Ancient China as well as the western genre classification. No matter what method is adopted, scholars agree that genre is not some kind of label that is

attached to a literary work but an important tool of interpretation. As noted by N. Frye, “the purpose of criticism by genres is not so much to classify as to clarify”. Genre serves as a link between texts, producers, and interpreters since different genres have diverse audiences and text-reader interactions. They allow writers to define the direction of their creative work and to communicate with their audiences through genre expectations. Recognizing the multiplicity of genres helps to give a more sensitive assessment of the many ways in which literature has been valuable to us, and it is preferable to take a flexible approach because new literature is continually produced.

Song Yingchao

IMAGES IN K. ISHIGURO’S “NEVER LET ME GO”

Kazuo Ishiguro, winner of the 2017 Nobel Prize in literature, is one of the most famous novelists in contemporary literature. In his novel *Never Let Me Go*, the author constructs a post-human society, a world of human cloning that transplant organs for humans. The novel explores the different images and reveals the ethical dilemma faced by the post-human, and triggers readers to think about the ethical fetters.

The novel’s narrator and protagonist, Kathy, deals with the more typical problems, including friendship, sexual relationships, and questions of life’s purpose. The author skillfully connects the theme of image and the power of memory, he uses literary strategy to connect his characters’ construction of identity to their fragmented memory.

The most prominent image is the title “Never Let Me Go,” which is a song. It symbolizes both human love and the fear of losing what you love. It is a desperate protest against loneliness, against the hostility and alienation of the world. This is an attempt to stop the moment, to interrupt the course of a fleeting and elusive life. The image of Hailsham, the school clones go to, symbolizes the idea that clones are human beings, not just medical procedures.

The use of image effectively explains each theme and the author’s address to multiple images reinforces these themes, such as the gallery, the stranded ship, the tape, the fence, the river, the boat, the road. For example, an abandoned and bogged down boat, initially sky-blue, with time it became almost white, it symbolizes the bright hopes of the pupils of Hailsham for the future fading away. Now, with each recess of the organs, they gradually turn into a half-rotten boat, which no one else uses. People need the clones while they were “new”. Now, like a boat, they are bogged down in a swamp of impotence before someone else’s whim, from where there is no turning back. The road is traditionally an analogue of human life. In this context, empty, dreary roads that Kathy has to drive, are a symbol of her adult, bleak existence. As for the symbol of the car, for Kathy her little automobile is a symbol of freedom and some kind of independence.

Thus, the novel explores different images to show the attitude towards the possible future prospect of the rapid development of biotechnology, it also reveals people's ethical attitudes towards post-humans.

Xiao Jie

THE FUNCTION OF PHOTOEKPHRASIS IN THE NOVEL *THE PHOTOGRAPH* BY PENELOPE LIVELY

As a cultural phenomenon, ekphrasis, which is the verbal representation of visual images, has a long history but as an object of scholarly research it is relatively new. Ekphrasis uses detailed, vivid verbal description of a work of visual art as a literary device which is aimed at accomplishing the writer's various aims.

One of the earliest and most commonly cited forms of ekphrasis occurs in the poem *The Iliad*, where Homer provides a long and discursive account of the elaborate scenes embossed on the shield of Achilles. There ekphrasis functions as a device to make a recreation of the shield in a reader's mind.

Another example of ekphrasis application in poetry is a 19th century poem *Ode on a Grecian Urn* by John Keats. It is a romantic ode, a dignified but highly lyrical poem in which Keats addresses the urn and the images on it.

Ekphrasis has begun to be widely used in contemporary literature, it witnesses the current literary trend for intermediality, that is interaction of the text with other media (painting, film, photography, music, etc.) Suffice it to mention such novels as Peter Ackroyd's *Chatterton* (1987) or Tracy Chevalier's *A Girl with a Pearl Earring* (1999) whose plots are centered round real or fictitious pictures, *What a Carve Up!* (1994) by Jonathan Coe built on parallels with a 1960s comedy horror film under the same title, or Tibor Fischer's *The Collector Collector* (1997) narrated by an ancient vase to see the productiveness of intermediality. Consequently the study of various kinds of ekphrasis is becoming more and more popular with researchers.

While most of previous research was centered round the study of interaction between a literary text and painting, the more recent fields deal with the links between literature and film, literature and music, literature and photography. Contemporary English writers frequently incorporate photo images, either real or fictitious ones, into their works. Among them are Graham Swift (*"Out of this world"*, 1988), Rachel Seiffert (*"The Dark Room"*, 2001) Jonathan Coe (*"The Rain Before It Falls"*, 2007) and others. Hence the relevance of photoekphrasis to the modern literary study is taking shape as an edging trend of literary or artistic research. There are many distinguished scholars and critics devoted to the study of photoekphrasis, including Roland Barthes, Susan Sontag, Julia Straub, Francois Brunet, Tatyana Poluektova, etc.

A notable manifestation of photoekphrasis is the novel *The Photograph* (2003) by the contemporary English writer Penelope Lively. In the novel an omniscient narrator unveils a gripping process of an investigation about an affair

and hidden personality and secrets of the protagonist Kath, narrating and depicting a photograph accidentally found by her husband. Glyn speculates on the relationship between his wife and his brother-in-law Nick, for both appeared holding each other's hand in an intimate way in the photograph. A few more photos and a painting of Kath are also discovered by Glyn, and they are playing crucial roles in the plot of the novel. They act as essential clues leading and pushing forward the plot in the uncovering process.

Xie Weixi

THE THEME OF WAR IN PAT BARKER'S NOVEL *THE GHOST ROAD*

The Ghost Road (1995) is the third novel in the *Regeneration Trilogy* by Pat Barker, which describes shell-shocked soldiers in the aftermath of World War I. This historical and anti-war novel was preceded by *Regeneration* (1991) and *The Eye in the Door* (1993). The three books share characters and settings, and include the crucial events that took place during World War I in England and on the battlefields of France, between 1914 and 1918. These novels are primarily associated with the theme of trauma and war.

The theme of war is realized through several characters. One of them is the fictional character Billy Prior, a working-class British army officer, who is diagnosed with what would today be recognized a psychic disturbance, or PTSD. Another one is the psychiatrist William Rivers whose pioneering work during World War I illustrated the damage that war inflicts on the psyche. He is also considered as the pioneer of the treatment of shell-shocked soldiers. These characters add to the elaboration of the theme through revealing different aspects of the war: Billy Prior lives through the immediate war experience, while the figure of Rivers serves to illuminate the war's detrimental effects on a personality.

Barker recreated the great psychological trauma brought by World War I to British soldiers in *The Ghost Road* (1995), shaping many "feminized" men, including Billy Prior. The author also uncovers the phenomenon described as shell shock, arguing that it was related to the social expectations of the masculine role in the war. However, many British soldiers failed to live up to this "heightened code of masculinity" since once they had been exposed to the intolerable circumstances of the trenches, they inevitably experienced emotions such as fear of death, grief and horror.

When Barker describes the soldiers' post-traumatic confusion about their sexual desire, the significance of war and the significance of individual existence, she constantly reminds us that we have to ponder over the consequence of the war. In conclusion, *The Ghost Road* (1995) represents the author's strong desire to eliminate the destructive social factors and think about the survival prospect of mankind. *The Ghost Road* (1995) also warns us that in the 21st century, we still need to stay away from war, and calling for peace is an eternal topic and responsibility for mankind.

**ЭЛЕМЕНТЫ BILDUNGSROMAN
В РОМАНЕ ДЖ. РОУЛИНГ «ГАРРИ ПОТТЕР И ОРДЕН ФЕНИКСА»**

Существует большое количество работ, посвященных септалогии Дж. Роулинг. Тем не менее, этот роман пока не рассматривался специально как роман воспитания. Мы попытались выявить элементы Bildungsroman в романе Дж. Роулинг «Гарри Поттер и Орден Феникса», основываясь на традициях классического и «нового» романа воспитания, и определить их роль в идейном содержании этого произведения.

Исследование показало, что в романе «Гарри Поттер и Орден Феникса» присутствуют такие характерные для романа воспитания элементы, как известия о происхождении героя, показ интеллектуального и морально-этического его возрастания, внешней и внутренней мотивации духовного становления, неравномерность темпа повествования и др.

Сиротство Гарри, его несчастливое детство, не озлобившие, однако, его и не сделавшие завистливым, вызывают в читателе острое сопереживание. Герой и его судьба становятся и примером, и вместе с тем ролевой моделью для читателя, духовно возрастающего вместе с персонажами романа.

Испытания героев являются главным источником их внутренних изменений. Большинство испытаний имеют фэнтезийный характер, позволяя автору показать героев в ситуациях, невозможных в реальной жизни.

Духовный рост персонажей имеет в этом романе не только внешнюю, но и внутреннюю мотивацию. Внешняя мотивация выражается через обстоятельства, к которым герои вынуждены адаптироваться и тем самым расти как личности. Так, Гарри Поттер вынужден принять смерть Сириуса Блэка. Внутренняя мотивация, а именно желание стать полезным для общества, побуждает героев к действию, а далее – к личностному развитию. Например, желая принести пользу, робкий и неуклюжий Невилл Долгопупс вступает в Отряд Дамблдора и проявляет отвагу в битве в Отделе Тайн.

Отличительной особенностью данного романа воспитания является то, что не только главные герои, но и персонажи второго плана проходят путь становления, хотя изображены не так обстоятельно. Их появление в важные для главного героя моменты помогает читателю увидеть событие с разных точек зрения и составить адекватное суждение о действиях главных героев.

Для героев характерно интеллектуальное и морально-этическое обучение и возрастание. Интеллектуальное развитие происходит в процессе обучения – занятия и экзамены в школе Хогвартс. Морально-этическому обучению содействуют поступки, совершаемые персонажами. Так, через поведение Амбридж освещается проблема злоупотребления властью.

Неравномерность темпа повествования акцентирует внимание читателя на важных моментах в жизни героев. Такие моменты освещаются автором в подробностях, позволяющим в деталях проследить внутреннюю борьбу и постепенное духовное становление героев. Например, очень подробно описывается беседа Гарри и Дамблдора после битвы в Отделе тайн.

А. Васильева

ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ШПИОНСКОГО ДЕТЕКТИВА В РОМАНЕ ДЖОНА ЛЕ КАРРЕ «ШПИОН, ВЫЙДИ ВОН!»

Жанр шпионского романа – относительно «молодой» жанр в литературоведении: первым романом считается «Шпион» американского автора Ф. Купера (1821). Однако в XIX веке жанр не получил распространения, и следующие произведения появились только на рубеже XIX–XX в Британии. О «молодости» жанра говорит и то, что описываемое явление не имеет устоявшегося термина. Исследователи называют такие произведения «шпионским детективом», «шпионским романом». Шпионский роман возник на основе детективного романа. Детективная литература – это художественные произведения, сюжет которых посвящен раскрытию загадочного преступления. Можно сказать, используя выражение М. В. Нореца из его статьи «Детективный и шпионский роман: “Клеточная модель жанроформирования”», что детективный роман выступает материнской матрицей для образования жанра шпионского романа. В шпионском романе, в отличие от детектива, деятельность протагониста мотивирована тем, что он выполняет государственное задание, защищает национальные интересы. Он обладает высоким социальным статусом, который необходим для прикрытия его шпионской деятельности. Одной из наиболее ярких черт шпионского романа является автобиографичность. Кроме того, такие романы вызывают к патриотизму читателя и отражают острые общественно-политические ситуации и проблемы.

Джон Ле Карре (John le Carré, 1931–2020) – один из самых читаемых и признанных британских писателей XX в. Он мастер шпионского романа, а его жизненный опыт и личные впечатления органично вошли в его литературное творчество, отличающееся поразительной достоверностью. Действие романа Джона Ле Карре «Шпион, выйди вон!» происходит в 1973 году, в самый разгар Холодной войны. Вниманию читателя представляется конфликт двух противоборствующих держав – СССР и Британии. Ушедшего на покой Джорджа Смайли, бывшую правую руку руководителя британской разведки, просят помочь найти предателя. Смайли – невысокий, лысеющий и в очках, он скромн, однако за его вежливостью и неприметной внешностью скрываются пронзительность и невозмутимость перед лицом обстоятельств. У Смайли нет спортивных машин и толпы девушек, как у Джеймса Бонда, но у него есть его главное оружие – блестящий ум. Это

позволяет Смайли последовательно добиваться своих целей и в конечном итоге поймать «крота» с поличным. Им оказывается Билл Хейдон, талантливый разведчик, который уже много лет работал на СССР. Таким образом, в романе «Шпион, выйди вон!» обнаруживаются жанровые признаки шпионского романа, такие как детективный сюжет и герой-антагонист, который служит государству-сопернику и имеет высокий статус.

А. Владимова

СРАВНЕНИЕ РОМАНА ДЖЕЙМСА ГРЭМА БАЛЛАРДА «ВЫСОТКА» ЕГО И ЭКРАНИЗАЦИИ

Целью данной работы является проведение сравнительного анализа литературного произведения и его экранизации.

Источниками материала стали роман Джеймса Балларда «Высотка» (1975), одноимённый фильм (режиссёр Бен Уитли, 2015). Джеймс Грэм Баллард – британский писатель, одна из крупнейших фигур английской литературы второй половины XX века. Сюжет романа построен на эксперименте создания общества социального благополучия и равноправием между классами общества.

Сюжет романа сохранился в фильме, но характеристики героев были изменены. Характеры трёх главных персонажей романа: Роберта Лэйнга, Ричарда Уайлдера, Энтони Ройяла имеют различия и сходства. Характер Роберта Лэйнга в фильме был смягчён: он изображен как спокойный человек, не впутывающийся в конфликты. Писатель же в своей книге представил его с более жестокими качествами.

Характер Ричарда Уайлдера также был смягчён в экранизации: продюсер не был настолько жесток со своими близкими. Автор романа описал Уайлдера как человека с безразличным отношением к своей жене и детям.

Характер Энтони Ройяла, наоборот, был строже в экранизации: архитектор со строгостью относился к своей жене и к друзьям. Вместе с тем автор произведения показал Ройяла более приверженным идее создания центра перемен.

При этом нельзя не отметить заострение внимания автора на отношениях между главными персонажами. Установлено, что в романе и в фильме их интерпретация похожа; эти отношения можно соотнести с моделью работы психики, предложенной Зигмундом Фрейдом. Ричард Уайлдер представляет собой Ид, у которого все действия являются инстинктивными или нужными для получения удовольствия. Энтони Ройял символизирует Суперэго, поступки которого подчинены моральным нормам. Роберт Лэйнг представляет Эго и является мирным посредником между Уайлдером и Ройялом. Автор романа показал структурную модель психики Зигмунда Фрейда в героях, используя разговорную речь персонажей и их действия. Например, доктор (Эго) был спокойным и в диалогах в романе, и в сценах в фильме.

Уайлдер (Ид) был безжалостным в фильме и грубо выражался в романе. Ройял (Суперэго) был строгим по отношению ко всем, а также был высокоморальным человеком, который мог отличить хорошего человека от плохого.

Сравнительный анализ романа и его экранизации позволяет сделать следующие выводы: во-первых, режиссёр смягчил обстановку в фильме с помощью изменения характеристик персонажей; во-вторых, и в фильме, и в книге было показано то, как меняется человек под действием конфликтов.

В. Вырвич

РОМАН ТОМАСА КЕНИЛЛИ «ЛИЦЕДЕЙ» КАК ОБРАЗЕЦ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПРОЗЫ

Современный австралийский писатель Томас Кенилли (род. в 1935 г.) посвятил ряд своих романов истории материка. В основе сюжета одного из них, романа «Лицедей» (The Playmaker, 1987), лежит реальный исторический факт – постановка в Австралии пьесы английского драматурга Джорджа Фаркера «Офицер-вербовщик» (1706). Пьеса была поставлена силами первых белых переселенцев – офицеров, солдат и осужденных. При написании романа Кенилли воспользовался личным дневником реального человека, лейтенанта Кларка. Роман повествует о первых годах заселения Австралии, когда она была чем-то вроде эксперимента, а земля в значительной мере еще не была исследована европейцами.

Томас Кенилли подробно изображает трудности, с которыми столкнулись персонажи романа, прибывшие на материк в 1789 году. Главная трудность заключалась в нехватке продовольствия. Материк оказался совсем непригодным для жизни белых. Земля была совсем неплодородной, а кенгуру после появления людей отошли на большое расстояние, так что охота стала невозможной. Впоследствии голод усиливался, в результате чего среди поселенцев начались кражи продовольствия. Для борьбы с воровством была введена смертная казнь, которая со временем стала обычным явлением.

Второй проблемой были взаимоотношения с аборигенами, которые изначально не были враждебными. Аборигенам были интересны англичане, их одежда и действия. Всё изменил приказ губернатора, в котором было сказано взять в плен одного из аборигенов, что вызвало враждебное отношение к белым.

Третья трудность возникла при постановке пьесы. Сама постановка, по мысли губернатора, нужна была для того, чтобы разнообразить жизнь поселенцев, привнести в нее элементы культуры. При наборе актерского состава Кларк встречается с проблемой необразованности заключенных, многие из которых не умели читать. Наличие только двух экземпляров пьесы также добавляло трудности. Но Кларк, серьезно отнесшийся к поручению,

упорствует перед лицом условий, в которых приходится работать: драки, порки, убийства, повешения. Остановка удалась и в значительной мере достигла поставленной цели.

Роман Кенилли «Лицедей» наглядно показывает, что истоки того, что мы считаем современной Австралией, состояли из сложных отношений между охранниками и заключенными, белым и аборигенами, но убеждает в том, что люди обладают способностью создавать хорошие сообщества и совершать нравственно правильные поступки.

Е. Голуб

АЛЛЮЗИИ В РОМАНЕ С. ФОЛКСА «НЕДЕЛЯ В ДЕКАБРЕ»

Одной из основных характеристик современного английского романа является межтекстовый диалог как средство выражения его смысла. Литературные аллюзии, цитаты, реминисценции, заимствуемые из Библии, произведений мировой литературы, собственного литературного наследия, играют важную роль в выражении авторского замысла.

Под литературной аллюзией понимается отсылка автора к литературным героям, сюжетам, явлениям, а также к известным писателям. Прецедентные тексты становятся концептуальной основой многих английских романов эпохи постмодернизма.

Себастьян Фолкс является одним из самых известных британских писателей конца XX – начала XXI века. Его роман «Неделя в декабре» в художественной форме анализирует причины мирового кризиса 2008 года. Здесь писатель повествует о жизни современного Лондона (на протяжении одной декабрьской недели), увиденной семью персонажами, чьи судьбы переплетаются.

В романе С. Фолкса преимущественно используются неярко выраженные аллюзии, размышления о произведениях классической литературы, а также персонажах представителей критического реализма.

На формирование С. Фолкса как писателя повлияло творчество выдающегося автора XIX века Ч. Диккенса, поэтому одной из центральных аллюзий можно считать время действия романа: это неделя перед Рождеством. В книгах Ч. Диккенса основные события часто разворачиваются в преддверии Рождества, что имеет место в таких произведениях, как, например, «Рождественская песнь в прозе», «Колокола» и «Сверчок за очагом».

Одним из главных героев романа «Неделя в декабре» является Джон Вилс. Финансист, владелец хедж-фонда, думающий только о деньгах. Смысл его жизни лишь в том, чтобы зарабатывать и заключать выгодные сделки. Рассматривая личность Джона Вилса, можно предположить, что он очень схож с главным героем книги Ч. Диккенса «Рождественская песнь в прозе» Эбенезером Скруджем.

Скрудж и Вилс – двое очень состоятельных людей, работающих в схожих сферах. Они с детства привыкли много и усердно трудиться, но оба не ценят семью и очень одиноки, жадны, тщеславны, ими движет только жажда наживы, а безразличие пронизывает их насквозь.

Эгоистичного и безразличного человека, как Джон Вилс, можно сравнить с главным героем другого романа Ч. Диккенса «Домби и сын». Мистер Домби – мужчина, чьей главной целью является мировое господство. Его фирма ведет торговые дела в Англии и ее колониях, а вся его жизнь сосредоточена на продолжении семейного дела.

Оба эти персонажа лишены внутренней теплоты, а в их домах царит атмосфера ледящего холода, от которого страдают все окружающие.

М. Гутовец

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНАЯ ОСНОВА РОМАНА К. ВОННЕГУТА «СИНЯЯ БОРОДА»

Интертекстуальность – это общее свойство текстов, выражающееся в наличии между ними связей, благодаря которым тексты могут явно или неявно ссылаться друг на друга.

В моем исследовании с точки зрения теории интертекстуальности рассмотрен роман К. Воннегута «Синяя Борода», в частности, охарактеризована интертекстуальная основа произведения, выявлены основные источники заимствования и объяснена роль интертекстуальных элементов в произведении.

«Синяя Борода» – это народная сказка, в которой говорится о рыцаре, что в гневе убивал своих жен за любопытство: те нарушали его запрет и входили в тайную комнату. Образы персонажей этой сказки интертекстуально спроецированы на образы в романе К. Воннегута. Помимо сказочной основы, в произведении присутствуют отсылки к мифологии и античному эпосу, в частности, к произведению Гомера «Одиссея».

Вероятно, прообразом главного героя, Рабо Карабекяна, и является Синяя Борода. В романе также присутствует интересный персонаж по имени Дэн Грегори, черты которого напоминают того же героя народной сказки. Еще одна героиня, Цирцея Берман, тоже прямая отсылка к античной мифологии – к одноименной богине.

Обращаясь к образам Рабо Карабекяна и Дэна Грегори, можно заметить, что автор книги спроецировал образ Синей Бороды дважды: Рабо как Синяя Борода – это комическая, шутливая версия, а его творчество – есть воплощение гуманистических ценностей. Проекция на Дэна Грегори – совсем противоположная, и его персонаж – это олицетворение жестокости и конченавистнической идеологии.

Воннегут делает акцент на последствиях античеловечности: многие персонажи, как главные, так и второстепенные, стали жертвами войн или гонений. В этом и смысл последней и главной картины Рабо – творения всей

его жизни, на котором изображено то утро, которое сам герой увидел, проснувшись в первый день после окончания Второй мировой войны. На поляне изображено множество людей, и все они – жертвы войны и насилия, причем не только солдаты, но и простые люди, мирное население. Его картина несет мощный гуманистический и антивоенный смысл.

Исследователи выделяют целый ряд функций интертекстуальности в литературе. В анализируемом романе можно выделить экспрессивную, апеллятивную, эйдологическую и аксиологическую функции.

К. Воннегут считал, что очень важно разделять гуманистические ценности и прекратить популяризировать войну. В своем романе он акцентирует на этом внимание читателей, а также делится своими размышлениями относительно человеческой природы, истоков агрессии и насилия в обществе.

А. Давидович

СТИЛЕВОЕ СВОЕОБРАЗИЕ РОМАНА Э. УОКЕР «ЦВЕТ ПУРПУРНЫЙ»

По определению А. Б. Есина, «стиль – это эстетическое единство всех элементов художественной формы, обладающее определенной оригинальностью и выражающее известную содержательность» (Есин, А. Б. Принципы и приемы анализа литературного произведения: учеб. пособие / А. Б. Есин. – М.: Флинта, Наука, 2019. – с. 177). С точки зрения изучения стилового своеобразия художественных произведений интерес представляет роман «Цвет пурпурный» (“The Color Purple”, 1982) современной американской писательницы Элис Уокер, в котором перед читателями раскрывается история негритянки Селии, на долю которой выпало немало жестоких ударов судьбы.

В результате проведенного анализа нами были выделены несколько особенностей романа, определяющих его стиловое своеобразие. Первая особенность определяется тем, что роман имеет эпистолярную форму: он написан в форме писем Селии, адресованных сначала Богу, а затем сестре Нетти. В романе также есть письма Селии от Нетти, которые та писала из Африки, где помогала семье афроамериканских миссионеров. На протяжении романа мы замечаем развитие и становление образов героев, анализируя не только то, о чем написаны письма, но и то, как они написаны. Так, если сравнить письма Селии в начале и конце романа, очевидна разница с точки зрения объема текста, подбора лексических единиц, синтаксической структуры предложений, грамматики, орфографии и пунктуации, что передает изменения в сознании и мировоззрении героини, ее личностный рост. Кроме того, Селия долгое время не подписывала свои письма, что объясняется тем, что она не считала себя достойным человеком, однако позже она обретает достаточно самоуважения, чтобы подписать свое имя. К этому моменту в повествовании мы понимаем, что стали свидетелями удивительного роста

чернокожей женщины, которая начинала жизнь как жертва мужчин, расизма и социальной несправедливости, однако смогла стать полноценной личностью, и катализатором этого процесса стала ее дружба с Шуг Эвери.

В свою очередь письма Нетти, адресованные Селии, создают контраст между двумя персонажами. В них мы наблюдаем богатую образность речи, они правильно оформляют и используют подходящую лексику, практически отсутствуют грамматические ошибки. Нетти образованнее и рано покинула семью, не испытав тех страданий, через которые прошла Селия. Ещё одна стилевая особенность романа – это то, что произведение написано на не-гритянском диалекте, который Уокер использует, чтобы показать роль афро-американской женщины в современном обществе, рассказать о ее самоопределении в мире, где царят порядки установленные мужчинами.

А. Иванченко

ВНУТРЕННИЙ КОНФЛИКТ ГЕРОИНИ В РОМАНЕ Д. ЛЕССИНГ «ПЯТЫЙ РЕБЁНОК»

Художественный конфликт – это противоречие, которое образует сюжет и является неотъемлемой частью произведения. Роман Дорис Лессинг «Пятый ребёнок» («The Fifth Child», 1988) по праву считается одной из важнейших в позднем творчестве писательницы. Он содержит серьёзный внутренний конфликт главной героини Гарриет, который раскрывается постепенно, накаляясь до самого конца произведения, так и не разрешившись. Гарриет хочет идеальную семью, любящего мужа и много детей. Её мечта начинает исполняться, однако во время ее беременности пятым ребёнком вся идеальность и безупречность семьи Ловаттов начинает разрушаться.

Ребёнок причиняет Гарриет боль, будучи ещё в утробе и доводя женщину до слёз, что не нравится её мужу, Дэвиду. Гарриет чувствует себя отвергнутой, что ведёт её к агрессии по отношению к окружающим, которую она всеми силами пытается сдерживать и подавлять. Гарриет теряет покой и сон, отдаляется от близких, становится мрачной, молчаливой и подозрительной. Однако и после родов напряжение и настороженность Гарриет не пропали – ребёнок был не такой, как другие младенцы. Когда Гарриет и Бен возвращаются из больницы домой, становится очевидным, что Бен не поддается воспитанию и опасен для окружающих. Гарриет страдает от внутренней борьбы, так как пытается полюбить собственного ребёнка, переступив через ненависть. Близкие осуждают Гарриет за ее попытки наладить контакт с Беном в ущерб остальным детям, а также за сам факт того, что она родила некоего «монстра», тем самым только усиливая её страдания. Гарриет соглашается с тем, чтобы отдать Бена в специализированное учреждение в надежде, что её жизнь и семья станут прежними, однако спустя какое-то время, мучимая виной, она забирает Бена домой. В результате Бен находит общий язык только с компанией хулиганов, которых также отвергло обще-

ство. Позже он находит другую компанию и даже становится в ней главным, что показывает, что он способен осознавать связи между людьми с тем условием, что он будет принят, а не отвергнут.

Материнская амбивалентность, отражённая в Гарриет и гиперболизированная автором, соотносится с идеями психологов (в частности, британского педиатра и психоаналитика Дональда Винникотта) о том, что материнская любовь может чередоваться с ненавистью, которую мать может испытывать к своим детям из-за страха оказаться «плохой матерью». Внутренний конфликт Гарриет позволяет Лессинг затронуть такие темы и проблемы, как супружеские отношения, сложности материнства и стереотипные представления о роли жены и матери, воспитание «особенных» детей и необходимость помощи в этом со стороны общества, проблема соотношения наследственности, среды и воспитания в формировании личности человека.

К. Ковальчук

ПРОБЛЕМА ЛИЧНОСТИ ГЕРОЯ В РОМАНЕ Ф. С. ФИЦДЖЕРАЛЬДА «ВЕЛИКИЙ ГЭТСБИ»

Роман Ф. С. Фицджеральда был опубликован в 1925 году. До конца так и не понятно, о чем это произведение: о несчастливой любви, о романтическом стремлении к счастью или все же о притягательности «сладкой жизни» в ее американском варианте и о деградации личности, не способной устоять перед искушением больших денег? В герое романа «Великий Гэтсби» традиционно видят человека, который всю жизнь преследовал возвышенную мечту, но не смог осуществить ее. В чем же состоит его величие?

Во-первых, оно состоит в трагедии его жизни. План Гэтсби – разбогатеть любой ценой, чтобы вернуть себе любимую – заранее обречен на неудачу. Разбогатеть преступными путями оказалось удивительно просто. А вот «идеальная» часть плана была абсолютно неосуществимой как раз потому, что была идеальной. Гэтсби верит в любовь, это чувство навсегда останется для него высоким, искренним и чистым. Парадокс в том, что он не понимает, что именно стоит за идеалом, поэтому чувство и обречено на неудачу в обществе, где такие вещи, как настоящая любовь, редко можно встретить.

Во-вторых, величие Гэтсби – в верности идеалу и всепоглощающему чувству, в той силе характера, которая позволяет пройти по избранному пути до конца. Он сохраняет благодарное чувство к Дэну Коди (в спальне героя висит его портрет), остается верным Дейзи и тогда, когда она предает его. Он велик и в том, что взял на себя вину своей возлюбленной за смерть другого человека. Он обладает и другими незаурядными качествами. Гэтсби по-настоящему сильная личность. Всего в этой жизни Гэтсби добился сам, своей целеустремленностью, невероятной верой в себя и в мечту.

«Великий Гэтсби» – роман трагический. Он не только передает очарование «века джаза», но приоткрывает довольно мрачные стороны американской

жизни 1920-х годов – разгул преступности и борьбу мафиозных группировок, коррупцию и утрату моральных ценностей.

«Гэтсби подлинно велик – силой чувств, верностью мечте, готовностью и способностью своротить горы ради ее достижения. А гибнет он потому, что слишком “велик”, слишком романтик и идеалист, чтобы ужиться в холодном, циничном и расчетливом мире...» (В. Г.Прозоров).

Судьба Гэтсби очень трагична. Он впустую растратил свою энергию, врожденную талантливость и лучшие чувства души. Мечтания героя при всей их честолюбивой определенности и материальной подоплеке беспочвенны, потому что в мире, в котором он живет, нет места ничему искреннему и чистому.

А. Коноваленко

СВОЕОБРАЗИЕ ФИЛОСОФСКО-ХУДОЖЕСТВЕННОГО МЫШЛЕНИЯ АЙРИС МЁРДОК

Романы ирландской писательницы Айрис Мёрдок полны сложных сюжетных линий и многогранных, противоречивых персонажей, которые вовлечены в запутанные межличностные отношения. Герои произведений Мёрдок представляют самые разные философские позиции и мировоззрения. В ее работах мы всегда видим несколько точек зрения и рассматриваем проблему с разных сторон.

Как признавалась сама писательница, наибольшее влияние на нее оказало увлечение неоплатонизмом и философией экзистенциализма. Однако, мировосприятие Айрис Мёрдок было более обширным, нежели у приверженцев философии Сартра. Писательница помимо романов публиковала философские трактаты и драматические произведения.

Первые опубликованные романы не отличаются ярким накалом страстей. Эти романы полны расслабленной атмосферы и философских рассуждений: «Под сетью» (1954); «Бегство от волшебника» (1956); «Замок на песке» (1957). Однако со временем, мы можем наблюдать постепенно возрастающий интерес писательницы к острой драме и конфликтам. Мёрдок иллюстрирует результат внутренних противоречий героев, которые по большей части выливаются в открытые противостояния. В этих романах можно угадать увлечение Мёрдок экзистенциализмом и теориями Фрейда: «Колокол» (1958); «Отрубленная голова» (1961); «Единорог» (1963).

К концу 60-х неоплатонизм становится главным увлечением писательницы. Мёрдок в своих работах говорит о том, что каждому человеку требуется определенный нравственный эталон. Согласно её идее, каждому человеку необходимо понимать важность нравственных и моральных ценностей. Произведения, относящиеся к этому периоду, пронизаны атмосферой

морального и нравственного самосовершенствования: «Приятное и доброе» (1968); «Сон Бруно» (1969); «Довольно почетное поражение» (1970).

В отдельном ряду стоят романы 70-х годов, которые отражают вновь сменившееся увлечение романистики: «Человек случайностей» (1971); «Черный принц» (1972); «Священная и земная любовь» (1974); «Дитя слова» (1975); «Генри и Катон» (1976); «Море, море» (1978). В них рассматривается проблема случайности и неизбежного в жизни человека.

Творчество писательницы олицетворяет постоянное сражение с собой и окружающим миром. Ее романы – это отражение постоянной рефлексии и драматического переосмысления бытия. Для Айрис Мёрдок философские проблемы – это проблемы жизни и поиска её смысла. Именно эти внутренние противоречия делают ее творческий мир невероятно особенным и многогранным.

В. Коновалова

КУЛЬТУРНЫЕ АРХЕТИПЫ В АНТИУТОПИЧЕСКОЙ ТРИЛОГИИ С. КОЛЛИНЗ «ГОЛОДНЫЕ ИГРЫ»

В современном литературоведении одним из важных элементов поэтики художественного текста признается архетипический образ. В этом смысле антиутопия представляет собой уникальное явление в литературе, поскольку сюжетную основу произведений этого жанра, как и основу системы персонажей составляют, как правило, культурные архетипы, что и делает антиутопию столь популярной среди читателей разных возрастов, культур и социальных слоев. Однако проблема присутствия архетипического в поэтике антиутопии не стала пока предметом специальных комплексных исследований.

Культурные архетипы как основа конструирования сюжета и образной системы в целом в антиутопической трилогии С. Коллинз до сих пор, насколько нам известно, не рассматривались. В нашем исследовании мы сделали попытку выявить основные культурные архетипы в романах С. Коллинз «Голодные игры», «И вспыхнет пламя», «Сойка-пересмешница» и их художественный потенциал в раскрытии идейного содержания трилогии.

Анализ трилогии С. Коллинз показал, что в ней обнаруживаются отсылки к архетипам разных видов; это: *архетипы-персонажи* (Пит Меларк – спаситель, верный друг; Хеймитч Эбернети – наставник; Цинна – помощник; Китнисс – герой; Кориолан Сноу – антигерой, Рута и Прим – ребенок и др.); *архетипы-ситуации* (предательство, нежданная помощь, любовный треугольник, который выстраивается вокруг Китнисс: в нее влюблены Пит Мелларк и Гейл Хоторн, её лучший друг, и др.); *архетипы-сюжетные линии* (борьба добра и зла, путешествие, инициация и др.). Например, главные герои Китнисс Эвердин и Пит Меларк вынуждены отправиться в путешествие, целью которого является победа в «Голодных играх». За время этого

путешествия Китнисс преодолевает множество препятствий и борется не только с соперниками, но и с самой собой. Конечная цель их путешествия – возвращение домой. Не пройдя его полностью и не выиграв «Голодные игры», это сделать невозможно.

В художественной структуре романа С. Коллинз «Голодные игры» культурные архетипы являются своего рода матрицей для формирования образов главных героев, причем в одном образе могут сочетаться несколько архетипических черт (например, Китнисс Эвердин – воин, герой, защитник, спаситель, помощник; Примроуз – ребенок, целитель, жертва; Пит Меларк – верный друг, возлюбленный, спаситель).

Для создания художественных образов, в основе которых просматриваются культурные архетипы, С. Коллинз использует различные способы и инструменты, к которым относятся: повествование от первого лица, самохарактеристика, характеристика со стороны других персонажей, речевой портрет персонажа, а также художественные детали: деталь интерьера, экстерьера и городского пейзажа, «говорящие» имена.

Е. Лисецкая

ПОСТМОДЕРНИСТСКИЙ ЭКСПЕРИМЕНТ В РОМАНЕ КУРТА ВОННЕГУТА «КОЛЫБЕЛЬ ДЛЯ КОШКИ»

Каждый роман Курта Воннегута в своей основе – трагикомедия, обусловленная ощущением истощенности и нежизнеспособности идеалов традиционного гуманизма. В своих книгах он затрагивает самые разные проблемы, волнующие мир сегодня, тема войны, угроза тотальной катастрофы и невероятное равнодушие человечества к своему будущему определяют основную часть его прозы. Автор достаточно пессимистически оценивает способность современной цивилизации сохранить подлинно человеческие ценности.

В романе «Колыбель для кошки» присутствуют все основные мотивы и приемы Курта Воннегута. Основная тема романа – ответственность ученых перед лицом человечества за свои открытия. Автор раскрывает проблемы и противоречия НТР, пытается всесторонне и глубоко осмыслить природу технократического сознания и парадоксы того прогресса, которого современное общество пытается достичь. Курт Воннегут в своем романе показывает несостоятельность «великих повествований», критикует просветительское мировоззрение.

«Колыбель для кошки» характеризуется иронией, в некоторой степени черным юмором, стремлением к нестандартному, образному взгляду на мир. В романе писатель рассматривает вечные философские проблемы жизни и смерти, добра и зла через призму комического.

Курт Воннегут осуществляет постмодернистский эксперимент на разных уровнях, что отражает его уникальный авторский стиль. Роман представляет собой коллаж, отсутствует логическая последовательность событий. Данная форма подачи материала предусматривает напряженное участие читателя в создании текста, включение читателя в игру. Такая форма дает возможность отразить расщепленность современного сознания. Повествованию К. Воннегута в романе «Колыбель для кошки» свойственны фрагментарность, аллюзийность, ирония, черный юмор, элементы антиутопии, постапокалиптики.

Курт Воннегут на всех уровнях повествования обосновывает невозможность построения формы. Он ставит своей целью создать антиискусство, антисистему, выработать новый способ говорения об абсурдной реальности.

Д. Литовко

ЖАНРОВАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РОМАНА ПИТЕРА АКРОЙДА «МИЛЬТОН В АМЕРИКЕ»

Считается, что нет лучшего способа понять, что действительно происходило в истории, чем размышлять о том, что вполне могло произойти. Такие размышления в литературе принимают форму альтернативной истории.

Альтернативная история определяется как жанр фантастики, посвященный изображению реальности, которая могла бы быть, если бы история в один из своих переломных моментов пошла по другому пути. Одним из многочисленных примеров жанра альтернативной истории является роман современного английского писателя Питера Акройда «Мильтон в Америке» («Milton in America»), опубликованный в 1996 году. Главным героем романа становится великий поэт, публицист и политический деятель английской буржуазной революции Джон Мильтон (1608–1674).

В реальности Мильтон получил религиозное образование в Кембриджском университете, что оказало влияние на формирование его взглядов. В период Буржуазной революции он станет сторонником Кромвеля и напишет много публицистических работ, в которых будет отстаивать идеи революции и республиканской формы правления. После реставрации монархии и восхождения на трон Карла II Мильтон был заключен в тюрьму. Позже тюремный срок изменили на штраф с конфискацией имущества и Мильтона освободили.

Точкой дивергенции в романе «Мильтон в Америке» становится период реставрации британской монархии после смерти Оливера Кромвеля. По версии Питера Акройда Джон Мильтон бежит в Северную Америку, хотя в реальности он продолжал жить и работать в Англии. В Америке классик английской литературы становится во главе созданной им пуританской общины. Постепенно он монополизировал власть и встает на путь авторитарной формы правления.

Соблюдая законы жанра альтернативной истории, автор заставляет читателя задуматься о том, как события, изображенные в романе, могли бы повлиять на образ современной Америки, если бы страна пошла по пути развития теологической пуританской республики. Из истории мы видим, что менталитет американцев формировался на основе многообразной культуры представителей разных национальностей, которые иммигрировали на новый континент. Пуритане, без сомнения, оказали влияние на формирование американской нации. Их мораль и ценности основывались на вере в собственные силы, в свою избранность и особую миссию, но поскольку Америка – страна иммигрантов, ее этническое, расовое, социально-политическое и религиозное многообразие не позволило пуританам в полной мере исполнить свою миссию.

Ю. Макаревич

ХАРАКТЕРИСТИКА ЖЕНСКИХ ОБРАЗОВ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ АМАНДЫ КРОСС

Аманда Кросс – творческий псевдоним известной американской писательницы Кэролин Хайлбрун (*Carolyn Heilbrun*, 1926–2003). Кэролин Хайлбрун известна не только своими художественными произведениями, но и литературоведческими работами, обращенными к феминистской критике.

В этом контексте особую значимость обретают образы героинь произведений Хайлбрун, так как в них отразились как жизненный опыт, взгляды, ценности самой писательницы, так и культурные, социальные, политические изменения, происходившие в современном ей обществе. Их специфика также определяется законами детективного жанра, так как сквозной персонаж произведений Аманды Кросс – преподавательница университета и детектив-любитель Кейт Фэнслер.

Кейт является образом новой женщины, повзрослевшей Нэнси Дрю (18-летняя американка, детектив-любитель, созданный коллективом авторов под псевдонимом Кэролин Кин), но ещё не состарившейся мисс Марпл (героиня детективных романов Агаты Кристи). Она является динамичным образом, так как от книги к книге она меняет свои взгляды и ценностные установки. В первой книге брак воспринимается ею как бессмысленная трата времени, а ухаживания Рида, своего помощника в расследовании детективных дел, она не воспринимает всерьез. В третьей книге серии она выходит замуж, так что теперь ей приходится разделять свой быт с Ридом. Их брак представляет собой скорее интеллектуальное партнерство, так как Кейт не собирается менять привычный уклад своей жизни.

Кейт становится детективом не по своей воле: она является случайным соучастником преступления в первом романе серии «*In the Last Analysis*» (1964). Именно по её протекции жертва находит своего убийцу: её студентка Дженет просит Кейт найти психотерапевта, и Кейт отправляет её к своему старому другу, Эммануэлю. У него в кабинете вскоре и находят труп Дженет.

По классификации женских образов в литературе, разработанной Е. Коржовой, мы можем отнести Кейт к типу личности, стремящейся нарушить равновесие со средой, а также найти элементы личности с активной жизненной позицией, что подтверждается, например, нежеланием Кейт менять фамилию после замужества. Кроме того, в образе Кейт сливаются два типа: человека-долга и человека-чувства, так как она активно использует свою интуицию и эмоциональное отношение к происходящему в достижении справедливости, что она считает своим долгом. Согласно классификации Е. Весельницкой, Кейт скорее представляет из себя женщину-воина, так как она активно действует и не позволяет управлять собой, а следуя классификации Ю. Лотмана она соединяет в себе второй и третий типы: «демонический характер, смело разрушающий все условности созданного мужчинами мира» и «женщина-героиня».

М. Малуха

ОБРАЗЫ ПЕРСОНАЖЕЙ В РОМАНЕ ПЕНЕЛОПЫ ЛАЙВЛИ «ФОТОГРАФИЯ»

П. Лайвли – автор более двух десятков романов для детей и взрослых, лауреат Букеровской премии 1987 года за роман «Лунный тигр» (The Moon Tiger). Ведущие темы в творчестве П. Лайвли (р.1933) – влияние прошлого на настоящее и память – характерны и для романа «Фотография» («The Photograph», 2003).

Копаясь в старых бумагах, главный герой Глин случайно находит старый конверт. Надпись гласит: «Не открывать. Уничтожить». Но любопытство берет верх, и внезапно мир главного героя переворачивается. Привычная жизнь рушится прямо на глазах. Пытаясь выяснить, какую тайну скрывала его жена, Глин неожиданно для себя воскрешает события давно минувших лет.

В романе 20 глав, которые носят названия каждого из персонажей или же обоих героев, связанных между собой то ли романтическими отношениями, то ли семейными узами. Из всех героев романа (их 9) можно выделить 4 главных: Глин, Элейн, Ник и Кэт.

Глин Питерс – напористый и самоуверенный мужчина шестидесяти лет. В прошлом аспирант, защитивший докторскую диссертацию, а теперь ландшафтный историк, у которого за плечами куча документальных съемок и научных работ. Глин трудоголик и аналитик. На это указывает его метод работы «объективный и беспристрастный», который он перенес и в свою жизнь. Он любит свою жену, но совершенно не интересуется ее жизнью.

Элейн Тарджет – уверенная и знающая себе цену женщина. Изящный нос и подбородок, выступающие скулы, широко расставленные глаза – лицо, ставшее с возрастом более привлекательным. Она ландшафтный архитектор

с безупречной репутацией, начинавшая с «девочки на побегушках» в одной небольшой фирме. В ее жизни только две отдушины: дочь Полли и собственный сад. Она терпит своего мужа Ника, прожектора и неудачника.

Ник в молодости был привлекательным мужчиной высокого роста, с красивой формой лица и отличными белоснежными зубами. Нынешний Ник предстает перед нами как мужчина с брюшком и залысинами, с отвисшей челюстью и мешками под глазами. У персонажа четко прослеживается отсутствие прилежания и усидчивости. Он никогда не доводит начатое до конца и никогда не повзрослеет.

Кэтрин, жена Глена, – центральный персонаж романа, но она появляется только в воспоминаниях других персонажей. Ей трудно дать определенную характеристику, так как с каждой главой она предстает перед читателями в новом амплуа. Только в конце романа выясняется, что случилось с Кэт и что послужило причиной ее суицида. Она – человек, не сумевший реализовать себя в профессиональном плане, ей не удалось стать матерью, она не получает должного внимания от мужа. Но она всю жизнь носила маску легкого и довольного жизнью человека.

А. Мычко

РОЛЬ ПОГРАНИЧНЫХ СОСТОЯНИЙ ПСИХИКИ ПЕРСОНАЖА В СОЗДАНИИ СВЕРХЪЕСТЕСТВЕННОГО В ГОТИЧЕСКИХ НОВЕЛЛАХ ДЖ. К. ОУТС

Джойс Кэрол Оутс является одной из знаменитых американских писательниц современности. Значительное место в ее готических новеллах принадлежит изображению различных проявлений необычного и пугающего, что дает ей возможность держать читателей в напряжении на протяжении всего повествования. Их погружение в особое эмоциональное состояние героев новелл позволяет автору приоткрыть завесу необъяснимого и показать его иррациональность, оставляя при этом место для сомнения и догадок.

Воссоздание разнообразных состояний психики персонажей является одним из ключевых моментов в функционировании сверхъестественного в литературном произведении. Это позволяет писателю сохранять сомнение, которое необходимо для того, чтобы категория необычного могла существовать в произведении. Невозможность постичь истину и найти рациональное объяснение происходящему ставит читателя перед выбором: поверить в его сверхъестественную природу либо попытаться найти ему рациональное объяснение. В этом плане пограничные состояния психики способствуют поддержанию в художественном произведении постоянного балансирования главного героя на грани реального и сверхъестественного.

Пограничными состояниями психики можно обозначить те состояния, в которых человек не способен адекватно воспринимать реальность и влиять на нее. Это может быть сон, галлюцинации, безумие. Роль сна особенно

важна в некоторых произведениях Дж. К. Оутс, например, в новелле «Dream-Catcher». Ее главная героиня Юнис подвержена влиянию некоего загадочного существа, которое является ей во снах, оставляя после себя синяки на ее теле и странный запах гнилых фруктов. Однако появление реальных доказательств присутствия этого существа дает героине уверенность в том, что оно действительно существует, в то время как читатель лишь еще больше погружается в сомнения и замешательство: «Now you know you've had a dream, now you know what a dream is – yet, early in the morning, waking again before dawn from a thin, wretched sleep, Eunice understood that the hideous bat-creature in her bed had not been a dream» (Дж. К. Оутс).

Помимо сна, позволяющего читателю усомниться в адекватности восприятия героем реальности происходящего, в новелле «The White Cat» Дж. К. Оутс использует, например, галлюцинации или возможное психическое расстройство персонажа. Так, главный герой чувствует сильную неприязнь к своей кошке, идентифицируя ее со своей женой, и однажды случайно или преднамеренно сбивает ее на машине. Напряжение от присутствия сверхъестественного в данной новелле особо ощутимо тогда, когда по возвращении домой он обнаруживает, что кошка жива, но ведет себя, подобно его жене, уже по-другому.

В. Пашкевич

ЖАНРОВАЯ СПЕЦИФИКА ЛИТЕРАТУРЫ YOUNG ADULT

«Young adult literature» переводится на русский язык как «литература для молодых взрослых». Согласно Кембриджскому словарю, это книги для людей позднего подросткового возраста или в возрасте около 20 лет. Раньше литература для молодежи не рассматривалась как отдельный жанр, но в середине 1990-х годов обрела самостоятельность и сегодня активно развивается и обогащается благодаря художественным находкам ее авторов. Современная young adult literature характеризуется жанровой гибридностью и включает фэнтези, детектив, драму, боевик проч.

Главное отличие жанра – книга обращается к подростку как к равному, не морализирует и не поучает. Подразумевается, что молодые люди читают художественную литературу не за тем, чтобы им что-то объясняли с позиции всезнающего взрослого. Здесь читатели становятся на одну ступень с персонажами, находят в книгах похожие переживания и опыт. В связи с этим литература young adult всегда эмоциональна, затрагивает специфические проблемы, рассказывает о том, что подросткам интересно, будь то эскапистские приключения сверстников или выживание в апокалиптической реальности. Герои здесь часто аутсайдеры, оказавшиеся в сложных обстоятельствах. Их делают усредненными, лишенными отличительных характеристик даже в том случае, если персонаж чем-то выделяется. Главной задачей автора является наделить персонажа личностно важными характеристиками,

показать мотив, задать цель и заставить действовать во имя ее исполнения, принимать сложные решения. Благодаря такому сочетанию читателю легче понять персонажа и идентифицировать себя с ним.

Например, Холден Колфилд (“The Catcher in the Rye”, 1951) своеобразно противится тому, что считает неверным и лживым, из-за чего его никто не понимает; Китнисс Эвердин (“The Hunger Games”, 2008) полна сомнений, ведь каждый ее шаг может стоить кому-то жизни, поэтому она боится рисковать и таким образом дает понять, что она не особенная, а такой же человек, как читатель; Томас (“The Maze Runner”, 2009) раз за разом принимает сложные решения, потому что осознает, что зона комфорта может притуплять разум ложным чувством безопасности и он не продвинется вперед, если откажется выйти из лабиринта.

Таким образом, черты young adult: подростковая целевая аудитория; главный герой подросток; посыл книги нацелен на разговор на равных; яркие персонажи и их динамичная эволюция; темы и проблемы, отражающие опыт подростков. Среди популярных тем: дружба, любовь, ответственность, принятие себя, взросление, общение со сверстниками и проч.; преимущественно эмоциональный, нежели рациональный отклик на происходящее.

Ю. Пучило

ПРОБЛЕМА ПАМЯТИ И НАРРАТИВА В РОМАНАХ ДЖ. БАРНСА «ПРЕДЧУВСТВИЕ КОНЦА» И «ОДНА ИСТОРИЯ»

Романы Дж. Барнса «Предчувствие конца», за который автор в 2011 г. получил Букеровскую премию, и «Одна история» посвящены проблематике памяти и сосредоточены, в частности, на автобиографической памяти.

Изучением памяти занимается отдельное междисциплинарное направление – «Memory Studies». Существуют различные классификации видов памяти, но наиболее существенной для целей настоящего исследования 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 индивида.

Исследователи в области философии и психологии отмечали схожесть организации автобиографической памяти и литературных произведений. Философ П. Рикёр полагал, что при помощи нарратива человек организует хаотичный опыт в цельную историю. Направление нарративной психологии придерживается взгляда, что с помощью нарратива человеческая психика упорядочивает пройденный опыт.

В романе Дж. Барнса «Предчувствие конца» рассказчик искажил собственные воспоминания, запомнив версию травматических для него событий, которая не противоречила его собственным представлениям о себе. В произ-

ведении «Одна история» рассказчик поначалу представлял собственную историю любви в идеализированном виде, искажая и подавляя воспоминания, которые не соответствовали романтическим идеалам.

Чтобы выразить в литературных произведениях недостоверную и субъективную природу памяти, Дж. Барнс прибегает к ретроспекциям и недостоверному рассказчику. Недостоверный рассказчик – одна из ярких черт обоих романов, которая соотносит их с традициями современного постмодернизма. При помощи недостоверных рассказчиков Дж. Барнс выражает идею, что по своей природе человек не может помнить и представлять события объективно и без искажений, отрицая наличие единственной истины.

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

Е. Садовская

ИДЕНТИФИКАЦИЯ МЕЖПОКОЛЕНЧЕСКОГО ДИСКУРСА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

Межпоколенческий дискурс подразумевает взаимодействие представителей разных поколений. Однако опознание межпоколенческого дискурса в художественной литературе может быть затруднено в силу его схожести с возрастным, педагогическим и семейным видами дискурсов. Соответственно, необходимо определить критерии, которые могут способствовать идентификации межпоколенческого дискурса. В качестве подобных манифестаторов могут быть выделены, прежде всего, прямые и эксплицитные идентификаторы в виде маркеров, содержащих лексемы «поколение» (мое поколение, ваше поколение, нынешнее поколение и т. п.).

Рассмотрим, каким образом данные параметры могут быть представлены в тексте. Для анализа были использованы примеры из художественной прозы на русском языке.

Повесть А. В. Жвалевского и Е. Б. Пастернак «Я бы на твоём месте» была опубликована в 2020 г. Она посвящена подросткам и их родителям, а также поискам взаимопонимания между ними. Соответственно, описываемые взаимодействия относятся непосредственно к семейному, возрастному, педагогическому и межпоколенческому дискурсу. Родители и их дети, прежде всего, общаются в рамках семейного дискурса и семейной иерархии. Одновременно они отличаются по возрасту, поэтому их общение можно в определенных ситуациях отнести к возрастному дискурсу.

Процесс воспитания и передачи опыта осуществляется в рамках как семейного взаимодействия, так и в школе, что автоматически встраивает педагогический дискурс в общение подростков, учителей и иногда родителей, так как часть описываемых событий связана непосредственно с учебным

процессом и тем, как общаются одноклассники друг с другом в школе, а также как коммуницируют учителя. Наконец, учитывая, что родители, учителя и подростки относятся к разным поколениям и имеют собственную картину мира, которая традиционно не совпадает, взаимодействие персонажей обретает четко манифестированную поколенческую принадлежность (как со стороны внешнего вида, так и в виде предпочтений в выборе профессии, музыки, времяпрепровождения в моменты отдыха, и, несомненно, поведения):

«– Армен, я хочу поставить тебе пятерку, – сказала она. – Потому что, мне кажется, именно для этого я с вами и работала, чтоб такое услышать...»

Учительница непедагогично шмыгнула носом.

– И на самом деле ваше поколение лучше нас, я не представляю, чтобы, когда я училась в школе, кто-то смог встать и признаться вслух, что он...

– Гей? – подсказал Армен. – или армяшка?

Учительница мучительно покраснела.» («Я бы на твоём месте». А. Жвалевский, Е. Пастернак)

Как очевидно, ситуация в данном фрагменте предполагает речевое взаимодействие учителя и учеников во время образовательного процесса, что характеризует подобный род коммуникации как педагогический дискурс. Также общение в рамках данного фрагмента носит четко обозначенный воспитательный характер. Следует учитывать также и разницу в возрасте учительницы и учеников. В описываемой ситуации учительница хвалит ученика за то, что он заступился за одноклассника в конфликтной ситуации, привнося воспитательный компонент в общение. Свое восхищение его поступком она сопровождает обращением ко всему поколению ученика, сравнивая молодое поколение со своим поколением. Наличие эксплицитного маркера «ваше поколение» позволяет идентифицировать данное взаимодействие как межпоколенческое. Таким образом, возникает гибридное педагогическое-воспитательное-межпоколенческое образование. Превалирующим, вместе с тем, является акцент на разнице в поведении поколений, а вербализованная маркированность подчеркивает межпоколенческую направленность коммуникации.

Восприятие взаимодействия как межпоколенческого возможно также благодаря пониманию ситуативного контекста, который, несмотря на отсутствие лексемы «поколение», также задействует такие лексемы как «молодежь» и «нынешние», подразумевая обращение представителя поколения, которое соотносит себя с «молодежью» и противопоставляет себя «нынешним»:

«Не понять относительность успехов для настоящего дела (оно в требованиях к себе: настоящего, правды – конечно, своей, выстраданной правды искусства – на горячем всей жизни, на горячих слезах – тупик, оупение, озлобление на «нынешних»: «Вот в наше время была молодежь...» («Тут начинается уже не хронология, но эпоха...» Г. Козинцев).

Сравнение ситуации в настоящем с ситуацией в прошлом противопоставляет тех, кто старше, и тех, кто младше. Лексическая единица «молодежь», подразумевающая социальную группу людей молодого возраста, переходящую из категории подростков в категорию людей, несущих социальную ответственность, в данном случае включает, в понимании автора, носителей иного типа мышления, отличающихся ценностями и, соответственно, иного поведения, выделяя их, надлежащим образом, не только по возрастному признаку, но и по поведению и жизненным ценностям, т.е. по группе признаков, которые используются в качестве критериев разделения поколений (помимо физиологического параметра традиционной разницы в возрасте между поколениями в 15–20 лет).

Лексема «молодежь» способствует пониманию противопоставления разных социальных групп, которое усиливается также благодаря использованию прилагательного «нынешние», встающего в оппозицию к «молодежи». Классификация данного фрагмента как носящего межпоколенческий характер, таким образом, строится на экспликации имплицитного смысла контекста через интерпретацию используемых лексических единиц, а также вспомогательного оборота «вот в наше время», также противопоставляющего адресанта адресату.

Таким образом, межпоколенческое взаимодействие может быть представлено в художественном тексте в различных форматах. Данное взаимодействие может быть как четко обозначенным и очевидным, так и имплицитным и сложно отделяемым от других видов дискурсов, в частности, возрастного, воспитательного и педагогического. В качестве манифестаторов, выделяющих дискурсивное взаимодействие как межпоколенческое, можно рассматривать наличие определенной группы маркеров. Наличие лексических маркеров межпоколенческого взаимодействия, например, таких словосочетаний как «твое поколение» или «нынешние», при эксплицитном либо имплицитном обращении одного поколения к другому позволяют идентифицировать речевое взаимодействие как межпоколенческое.

Н. Смулько

ЖАНРОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ РОМАНА Ч. ФРЕЙЗЕРА «ХОЛОДНАЯ ГОРА»

Современный американский писатель Чарльз Фрейзер (Charles Frazier) родился в городе Эшвилл, штат Северная Каролина в 1950 г. После окончания университета Фрейзер начал писать свой первый роман “Холодная гора” (“Cold Mountain”, 1997). После публикации в рекордно короткие сроки книга стала бестселлером, была удостоена Национальной книжной премии, по всему миру было продано около трех миллионов экземпляров, а в 2003 году экранизация книги была удостоена премии “Оскар”.

В основе сюжета романа лежит долгий путь, который главный герой Инман, дезертировавший с фронта во время Гражданской войны в США, проходит от больничной койки к своему дому на Холодной Горе, в дальнем западном уголке Северной Каролины. Там его ждет Ада – девушка, которую он любит.

В данном выступлении затронута тема жанровых особенностей романа “Холодная гора”, который можно соотнести с такой жанровой разновидностью романа, как *роман-путешествие* (используются также термины *роман пути, роман дороги, road fiction, the road novel*).

Работая над этим романом, писатель создает свой собственный метод изображения героя и дороги как двух неотделимых друг от друга аспектов художественного мира. В этом контексте необходимо обратиться к понятию *хронотоп*, а именно к хронотопу дороги.

Хронотоп дороги реализуется через открытое пространство и авантюрное время, которое в свою очередь включает в себя неожиданные препятствия в пути, мотив встречи, бегства, обретения, разлуки и потери, а также присутствие перекрестка. Среди важных моментов, связанных с хронотопом дороги, необходимо отметить его особую значимость в системе метафорического мышления. Человеческое сознание с опорой на хронотоп дороги выстраивает модели мироздания, репрезентируя в метафорах пути свои знания об окружающем мире, представлении о самом себе, процессы познания, творчества, труда. Дорога, которая занимает большую часть романа, представляет собой образ (способ) познания героем своей собственной сути.

Таким образом, идейное содержание романа тесно переплетается с его жанровой спецификой. Дорога, по которой так долго и упорно идет Инман, является символом его стремления к жизни, свидетельством морально-нравственного выбора героя, вектором его духовного роста и душевного устремления.

В заключение хочется сделать вывод, что жанровая модель романа-путешествия, избранная Ч. Фрейзером для своего повествования, обладает большим потенциалом и вариативностью воплощений для реализации различных авторский замыслов в изображении судеб героев эпических произведений.

В. Тарасенко

ОТТЕНКИ КОМИЧЕСКОГО В РОМАНАХ
Ч. ДИККЕНСА «ПОСМЕРТНЫЕ ЗАПИСКИ ПИКВИКСКОГО КЛУБА»
И У. ТЕККЕРЕЯ «ЯРМАРКА ТЩЕСЛАВИЯ»

Стихия комического в европейской литературе всегда представляла собой необъятную сферу для исследований как неоднозначное и многомерное понятие. Множество различных авторов, как белорусских, русских писателей, так и зарубежных, пишут произведения в этом направлении. Умело

играя словами, конструкциями, используя разные приемы создания комического эффекта, писатели успешно создают произведения, становящиеся всемирно известными. Такими авторами являются Чарльз Диккенс и Уильям Теккерея, славящиеся своими рассказами, повестями, романами.

«Посмертные записки Пиквикского клуба» – это роман Ч. Диккенса, которому свойственен добрый юмор, используемый для сглаживания острых углов реальности. Через смех автор перерождает сильные эмоции в некую шутку, создает условия для примирения с тяжелыми кошмарами, а через резкое критическое осмеяние обличает.

В то время как роман У. Теккерея «Ярмарка тщеславия» изобилует богатейшим спектром различных оттенков комического: от добродушного юмора, провоцирующего комический эффект за счет несоответствия идеалу поверхностных признаков героя, до самого беспощадного сарказма, направленного на обличение серьезных социальных пороков.

Анализ данных произведений У. Теккерея и Ч. Диккенса обнаруживает, что для создания иронической модальности писатели используют в основном одни и те же языковые средства, но разные оттенки комического. И у У. Теккерея, и у Ч. Диккенса ирония проявляется преимущественно в авторской речи с целью выделения, демонстрации основных черт характера героя и описания его внешности. Но, в отличие от У. Теккерея, который наделяет ироническим видением мира только одного персонажа – Беки Шарп, Ч. Диккенсу свойственно наделять иронией многих персонажей.

У Ч. Диккенса, в отличие от У. Теккерея, авторская ирония опосредована позицией положительных героев, речь которых содержит обличение пороков отрицательных персонажей. Если у У. Теккерея все герои одинаково нравственно несовершенны, то у Ч. Диккенса четкая система оппозиций: столкновение положительных и отрицательных героев сопровождается авторской иронией в адрес отрицательной, опосредованной речью положительного героя.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что Ч. Диккенс и У. Теккерея умело пользуются средствами создания комического, что делает произведения, проанализированные нами, уникальными. Однако авторы используют разные оттенки комического, что позволяет лучше донести идею произведений до читателя.

Т. Х. Чыонг

СИМВОЛИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ В РОМАНЕ ДЖ. СТЕЙНБЕКА «ЗИМА ТРЕВОГИ НАШЕЙ»

Символ является одним из самых интересных и своеобразных понятий в человеческой культуре. С одной стороны, он является продуктом нашего сознания, а с другой – он проявляет существующие независимо от нас и недоступные во всей своей полноте нашему сознанию принципы, идеи, смыслы

культуры. В процессе развития культуры и науки значение термина «символ» дополняется и переосмысливается. Для того, чтобы правильно понимать произведения художественной литературы, необходимо уметь верно интерпретировать символы, к которым авторы прибегают для раскрытия целого комплекса тем и идей. С точки зрения функционирования символической образности в произведениях художественной литературы большой интерес представляет роман американского писателя Дж. Стейнбека «Зима тревоги нашей» («The Winter of Our Discontent», 1961).

В первую очередь хотелось бы рассмотреть символизм пространственных образов в романе: дома Итана, главного героя, лавки, где он работает, банка и убежища в виде пещеры в скале. Для Итана *дом* ассоциируется с ощущением несвободы, там он должен добросовестно выполнять роли образцового мужа и отца семьи. Пространство *лавки* – это как раз то место, где герой чувствует себя в безопасности и где он имеет право на свободу мыслей. Несмотря на то, что Итан очень любит это место, нельзя не отметить тот факт, что здесь его порой охватывает чувство одиночества, а его единственным собеседником становятся консервные банки. *Банк* – мир лицемерия и перевернутой системы ценностей; это место, почитаемое жителями Байтауна, которые основывали свои действия на одной заповеди: «Деньги делают деньги». *Убежище* – это некое пограничное пространство, где главный герой делает свой окончательный выбор: между полным одиночеством и абсолютной свободой (свободой отказаться от жизни), и верой в возможность сочувствия и взаимопонимания между людьми. Итан выбирает второй вариант. Одним из центральных символов в романе также являются *деньги*.

Испокон веков деньги символизировали предательство. Поэтому в романе они и являются, так сказать, «пусковым механизмом», подтолкнувшим главного героя к обману и даже предательству когда-то близких ему людей. Значимыми символами в финале романа являются талисман и лезвие. Они являются олицетворением разных полюсов – жизни и смерти. *Лезвие* символизирует отчаяние главного героя, его выбор умереть и покончить со всеми проблемами. В противовес ему *талисман*, который дала ему дочь – это символ надежды. Талисман является заключительным символом романа и показывает, что новая жизнь только начинается и что у главного героя есть шанс и возможность исправить свои ошибки. Выделенные символические образы позволили Дж. Стейнбеку передать свое видение важнейших проблем духовной и социальной жизни современной ему Америки: материализма, одиночества и депрессии.

М. Хилько

ТЕМА ПАМЯТИ В ЛИТЕРАТУРЕ

Тема памяти получает всестороннее освещение в научной литературе, поскольку представляет научный интерес для данной дисциплины. Память в литературном произведении основывается на историческом прошлом,

а также формируется социальными, политическими и религиозными событиями в жизни литературных персонажей. Память находит свою актуализацию тремя различными способами, которые часто существуют в тексте одновременно: во-первых, для установления достоверности и важности текста на основе опыта и репутации писателей прошлого; во-вторых, как средство вызвать в тексте чувство ностальгии; и в-третьих, и наиболее универсально, как метод построения индивидуальной и культурной идентичности.

Первый вариант особенно распространен в литературе английского Средневековья и романтического движения XIX века. Второй вариант доминировал на протяжении всего XX века в произведениях англоязычных писателей как британского, так и американского происхождения, посвященных социально-политическим потрясениям, вызванным Первой и Второй мировыми войнами. Третья форма выражения встречается повсеместно во всех письменных произведениях, посвященных личным или культурным проблемам. По мнению исследователей, память является одним из центральных мотивов современной литературы. Для писателей становится крайне важно сохранять все разнообразие воспоминаний о прошлом, что позволит воссоздать для следующего поколения максимально полную картину исторического фона описываемых в произведениях событий. При таком подходе писатели и их произведения становятся связующим звеном между поколениями, хранителями коллективной памяти.

В литературоведении понятие «память», как правило, рассматривается в рамках теории интертекстуальности, теории культурной памяти Яна Ассмана и концепции литературы как коммуникативного средства памяти Астрида Эрля и Ансгара Нюннинга.

Представители теории интертекстуальности рассматривают внутритекстовые и внутрилитературные феномены через взаимопроникновения таких концептов, как 'интертекстуальность', 'память' и 'двойное кодирование'.

Художественная литература, таким образом, выполняет в рамках культурной памяти несколько функций: передача схем кодирования хода биографии, выработка представлений о прошлых мирах, выявление конкурентных моделей воспоминаний и размышление о процессах и проблемах коллективной памяти. В данном исследовании за основу принимается концепция Яна Ассмана, согласно которой культурная память представляет собой коллективную память носителей определенной культуры, направленную на сохранение смыслов этой культуры. В этом случае художественное произведение выступает каналом сохранения и передачи культурной памяти.

В. Чадович

ФЕНОМЕН ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ

Историческая память представляет собой часть исторического сознания, которая подпитывается как систематизированной, так и неупорядоченной, случайной информацией. Она избирательно выделяет наиболее значимую для сегодняшнего дня, «запоминающуюся» информацию. Историческая

память понимается как коллективная память или как социальная память, или в целом, как совокупность донаучных, научных, квазинаучных и вненаучных знаний и массовых представлений социума об общем прошлом. Историческая память сохраняет и воспроизводит сведения о прошлом на основе воображения, порожденного чувствами и ощущениями, вызванными настоящим. При этом ведущим предметом памяти, в отличие от пережитой истории, выступает не само событие, а лишь его отпечаток в сознании, образ, который сначала передается непосредственными участниками события, который потом реконструируется по определенным законам последующими поколениями.

В памяти запечатлеваются пережитые травмы и героические события, переплетаются запоминание и забвение. Память следует рассматривать как социально детерминированный феномен. Общество создает и поддерживает рамки для воспоминаний, общие события и герои воплощают идентичность группы. При этом память столько же, сколько и социальных групп. Забвение событий и героев вызывается вовсе не антипатией или безразличием, а исчезновением тех групп, в сознании которых хранилась память о них. В рамках концепта исторической памяти у каждой из социальных групп может быть своя история и своя историческая память. И даже если фигуры и события в них одни и те же, их роли и значения могут интерпретироваться по-разному в зависимости от темпорально обусловленных социальных и культурных потребностей групп.

Историческая память может быть двух основных форм: общей (совокупной) и личной (индивидуальной) исторической памяти. Общая историческая память состоит из множества индивидуальных, но не сводится к ним. Личные памяти пересекаются, но не объединяются в совокупной памяти. Общая память поддерживает идентичность группы, но это не означает, что все члены группы обладают одинаковой личной исторической памятью. Личная историческая память формируется под влиянием семьи, окружающей среды. Формирование личной памяти начинается с устных рассказов о предках, которые человек принимает на веру, в то время как основой научной истории являются факты. В совокупной (общей) исторической памяти сконцентрировано общее представление об истории, общая оценка исторической судьбы страны, нации, народа. Оба вида исторической памяти различаются по масштабу и функциям, по значимости для отдельной личности, по формам коммеморации, по источникам пополнения и т.п.

Т. Шайторова

ПОЭТИКА ПОВЕСТЕЙ КЛАЙВА СТЕЙПЛЗА ЛЬЮИСА «ПИСЬМА БАЛАМУТА» И «РАСТОРЖЕНИЕ БРАКА»

Внимание ученых, исследующих творчество К. С. Льюиса, концентрируется, как правило, на идейно-содержательной стороне его произведений, творческом пути и эволюции философских взглядов писателя. Вместе с тем, проблемы поэтики его произведений остаются до сих пор мало освещенными и требуют системного изучения.

Самой яркой чертой повестей К. С. Льюиса является их *полижанровость* – взаимодействие элементов различных жанровых форм. Так, в «Письмах Баламута» (далее «ПБ») обнаруживаются жанровые черты эпистолярия, философского романа, проповеди, сатиры, притчи. В «Расторжении брака» (далее «РБ») представлены элементы приключенческого рассказа, аллегии, проповеди, притчи, гимна. Эта особенность поэтики позволяет автору рассмотреть проблему в разных аспектах, используя поэтический арсенал разных жанров: эпистолярная форма располагает к доверительности, приключенческий сюжет удерживает внимание читателя, притчевость абстрагирует изображенное событие и переводит его осмысление на философский уровень, проповедь дает материал и аргументы для адекватного осмысления художественных образов.

Полижанровость коррелирует со специфической *системой персонажей*, куда входят как те, кто имеют реальные исторические прототипы (Наполеон, Тамерлан, Чингиз-хан, Генрих V, Дж. Макдоналд и др.), так и воссозданные писателем типические характеры («пациент», мать, священник и др.), и существа мифологические (ангелы, бесы, единороги и др.).

На уровне стиля уникальность поэтики повестей К. С. Льюиса проявляется в мастерском использовании *выразительных средств языка*, особенно при создании образов, связанных с религиозными интенциями автора. Наиболее активно используемыми выразительными средствами являются *метафоры* («ПБ»: «the Kingdom of Noise»; «РБ»: «chessmen»), *оригинальные сравнения* («ПБ»: «enemy headquarter»; «РБ»: «If all Hell's miseries the consciousness of one yellow bird, they would be swallowed up without trace, as if one drop of ink had been dropped into that Great Ocean to which your terrestrial Pacific itself is only a molecule»), *ирония* («ПБ»: «If a man can't be cured of churchgoing, the next best thing is to send him looking for the church that "suits" him until he becomes a taster or connoisseur of churches»; «РБ»: «There have been men before now who got so interested in proving the existence of God that they came to care nothing for God Himself ... as if the good Lord had nothing to do but exist!»), *аллюзии и реминисценции*, отсылающие к сюжетам и персонажам Библии («ПБ»: God and Satan, Paul and Apollos of Corinth; «РБ»: bright Spirits, the grey town, Heaven and Hell).

Благодаря такой сложной поэтической системе произведения К. С. Льюиса увлекают читателей разного возраста, пола, расы, образования, социального статуса, мировоззрения и побуждают их задуматься о смысле жизни и законах бытия.

Д. Якубёнок

СТИХОТВОРНЫЙ СБОРНИК «ЧАСОСЛОВ» КАК ОТРАЖЕНИЕ ПУТИ РЕЛИГИОЗНОГО САМОСОЗНАНИЯ Р. М. РИЛЬКЕ

Символы можно назвать посредниками между материальной и абстрактной сферами, они выступают своеобразным мостом между материальной реальностью и психикой человека. Что касается православной символики

и её основных элементов, то, согласно религиозным воззрениям первых христиан, никаких точек соприкосновения между материальным миром, к которому неизбежно принадлежали символы, и божественным быть не могло. Однако уже в середине II века н.э. прослеживается тенденция сближения божественного с миром, а также осознание того, что человек – воплощение божьего замысла, и символика перестает восприниматься как элемент исконно человеческой ассоциативности.

Истоки погружения знаменитого австрийского поэта Райнера Мариа Рильке в православие кроются в его духовной близости с Россией. Интерес Р. М. Рильке к России был богатым и глубоким, гораздо более интимным, чем очевидное желание лирика приблизиться к новым возможностям иноязычного самовыражения. Поэт любил русскую литературу, занимался переводами Чехова, Достоевского, Лермонтова, сделал попытку перевести «Слово о полку Игореве».

Именно «русские годы» вдохновили Р. М. Рильке на создание сборника «Часослов», поскольку Россия стала для него целостным носителем атмосферы задушевной отзывчивости. Всё его творчество представляет собой путь богоисканий. В «Часослове» его собственная, независимая модель бытия нашла окончательное лирическое оформление. В данном сборнике поэтом широко используется православная символика, как фундаментальная, так и авторская, подчеркивающая глубину его исканий. Наиболее часто встречающиеся символы: крылья, ветер, ангел, белый цвет и свет.

Среди символики, использованной в сборнике, преобладают художественные образы и символы цвета, что говорит о важности для автора не столько ритуальной атрибутики, сколько духовной, образной составляющей православия. Из этого следует, что культура, литература, искусство и природа России, в совокупности с погружением в православие, взрастили в сознании Р. М. Рильке четкое восприятие божественного, неоспоримо поспособствовали его религиозному самосознанию.

Россия стала для лирика экзистенциальной родиной, поспособствовала окончательному формированию его религиозного мировоззрения. Ранее разрозненные мотивы и идеи его богоисканий объединились в «Часослове» циклической творческой идеей, осознанной, окончательной и цельной.

Я. Шуфань

A TOUGH FEMALE CHARACTER AS DEPICTED BY SARA PARETSKY IN *BLOOD SHOOT*

Sara Paretsky is widely accepted to be a founder of an American feminist detective novel writing. Her protagonist Victoria Warshawski, smart and kind-hearted, is an ambitious and fearless person who effectively deals with stress, challenges and pressure. Critics say that in 1982 S. Paretsky created a gritty and independent private investigator from Chicago, truly a «tough guy», but from a female point of view [The Usual Suspects // *Crimeways Magazine* – <https://crimeways.wordpress.com/the-writers/>].

Critics as well as readers consider *Blood shot* by Sara Paretsky the best work in challenging the gender norms of detective writing. The theme of toughness as a mode of writing is seen in the plot which twists, so as to induce the reader's curiosity and suspense, from the first to the last page, and in the setting: tough women live in a tough town.

At the beginning of the novel private investigator V. I. Warshawski is hired by her childhood friend Caroline Djiak to find out who her father was. But unexpectedly Victoria finds herself investigating the murder of an environmental activist friend and the corruption at the chemical factory. Unfortunately, she got involved into a murder.

Caroline's request returns Victoria to her roots in the old South Chicago neighborhood she was raised in. She manages to dig up a lot of information on her own past, which she can see through her adult eyes. Simultaneously she sees a gallery of women with tough characters that penetrate the novel.

She remembers her mum Gabriella suffering from incurable disease, loving her daughter, but tough. She remembers herself in her childhood with loving parents: reckless, but tough. She remembers her neighbor Caroline: frivolous and flakey, but tough. She remembers her close friend Dr Charlotte "Lotty" Herschel: caring, but tough. She meets an elderly lady: unsatisfied, but tough.

Moreover, toughness is seen in the author's choice of the name of the protagonist – Victoria (Vic for short), presupposing a direct correspondence of the name and the meaning of the word *victory*, of the name and the author's strategy, of the name and the reader's perception: the name possessor must have a tough character.

Toughness is also seen in the form of the author's address to her protagonist Victoria Iphigenia Warshawski as V. I. Stylistically speaking, such an abbreviation not only saves the author's speech efforts while depicting the events of the novel, but being peculiar to a military style where it is stated as a conventional symbol and is known only to the initiated, it is used to enable the reader to feel the efficiency of a fast flow of events as military acts: so as to win, a winner must possess only a tough character.

Focusing on the theme of toughness in a women's character, S. Paretsky highlights the representation of gender in other themes reflecting various types of societal conflicts: between human and nature, the rich and the poor, men and women, adults and children.

А. Ясюкайтис

ФЕНОМЕН КИТАЙСКОЙ ЭТНИЧЕСКОЙ ЛИТЕРАТУРЫ В СОВРЕМЕННОЙ МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ

Массовая культура – понятие, охватывающее многообразные и разнообразные явления культуры 20 в., получившие распространение в связи с научно-технической революцией и постоянным обновлением средств массовой коммуникации.

Массовая литература – это часть массовой культуры. Ее бурное развитие пришлось на рубеж XX–XXI столетий. Массовую литературу определяют как совокупность популярных произведений, которые рассчитаны на читателя, не приобщенного (или мало приобщенного) к художественной литературе, не обладающего развитым вкусом, не желающего или не способного самостоятельно мыслить и по достоинству оценивать произведения и ищущего в книгах главным образом развлечения. (Хализев В. Е.)

Американская литература традиционно отличается расовым и этническим разнообразием. В последние десятилетия XX века, она подвергалась процессу вычленения и осмысления национально-этнических компонентов. Появляется написанная на английском языке литература коренного населения Америки, латиноамериканская, афроамериканская еврейско-американская, а также азиатско-американская литературы.

Как отдельное направление, азиатско-американская литература появилась в конце 1960-х гг. Эта литература создается на английском языке, публикуется в США и представляет неповторимый языковой материал. Авторы часто выбирали темами для своих работ расовые предубеждения и дискриминацию, отношения в семьях и конфликты поколений, поиск идентичности и изучение индивидуальной и коллективной истории и памяти.

Классическими представителями азиатско-американской литературы являются такие как Дэвид Генри Хван (David Henry Hwang), Максин Хонг Кингстон (Maxine Hong Kingston) и Эми Тан (Amy Tan).

Азиато-американское литературное творчество представлено китайской, японской, корейской, филиппинской традициями. Для данного исследования нас интересует китайская традиция.

На рубеже XX–XXI вв. выросло количество произведений китайско-американских писателей, которые выделяются в отдельную группу, а не рассматриваются среди авторов азиатского происхождения.

Одним из представителей современных азиатско-американских писателей является Кевин Кван, известный сатирической трилогией, включающей в себя романы «Безумно богатые азиаты» (Crazy Rich Asians, 2013), «Безумно богатая китайская девушка» (Chinese Rich Girlfriend, 2015), «Проблемы богатых людей» (Rich People Problems, 2018). Его книги основаны на личных наблюдениях, объединяют мягкий юмор, едкую сатиру, мелодраму и элементы остросюжетных романов и принадлежат к азиатско-американской литературе.

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

А. В. Велисевич

«ГАСТРОМЕТАФОРА В НЕМЕЦКО- И РУССКОЯЗЫЧНОМ МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ»

Гастрометафоры (далее – ГМ) представляют одну из динамично развивающихся групп метафор в дискурсе, что обусловлено их антропоцентричностью; суггестивностью; способностью привлечения внимания аудитории и выражения оценочных характеристик.

Цель исследования – выявление и интерпретация функциональных особенностей немецко- и русскоязычных ГМ в медийном дискурсе.

Материалом исследования стали 93 русскоязычных и 28 немецкоязычных метафор с компонентом «Еда/Пища» (исключая случаи повторов ГМ). Источником материала послужили 355 контекстов (105 русскоязычных и 250 немецкоязычных) газетных статей 2001–2022-х годов, отобранных методом сплошной выборки из лингвистических корпусов текстов DWDS и Национального корпуса русского языка.

Изучение функциональных особенностей проводилось на уровне раскрытия зависимости номинативных связей и оценочных коннотаций от тематических блоков медийного дискурса; выявления актуальных и потенциальных сфер употребления гастрономических метафор в медиадискурсе.

В ходе анализа выявлены доминирующие тематические блоки в русском и немецком медиадискурсах: «политика» (31 % русскоязычных; 40 % немецкоязычных случаев употребления ГМ); «спорт» (32 % и 14,8 % соответственно); «личная жизнь светских лиц» (15 % и 11 % соответственно). Также отражены менее значимые тематические блоки – «преступность», «геополитика», «культура и искусство», «социальные проблемы», «здоровье» (в русско- и немецкоязычном медийном дискурсе), «бизнес. Взаимоотношения в трудовом коллективе», «запрещённые вещества/алкоголь» (только в немецкоязычном медийном дискурсе).

Кроме этого, обнаружилась прямая зависимость номинативных связей и оценочных коннотаций гастрометафор от тематических блоков медийного дискурса. Исходя из данной закономерности, номинативные связи гастрометафор служат языковым средством выражения симпатии/антипатии (в большинстве случаев) по отношению к взглядам, мнениям, убеждениям представителей спортивной сферы, политических личностей либо напрямую к медийным личностям, личностям политиков/спортсменов.

В ходе исследования было определено, что в отличие от немецких ГМ, при главенствовании номинативной, информативной функций и функции воздействия, русские ГМ обладают редкочастотной конспирирующей функцией: «*Я его не знаю, но он, безусловно, **крепкий орешек***» [Дональд Трамп назвал Владимира Путина «крепким орешком» // Коммерсант, 2017.03.19].

Проведенное исследование позволило выявить как общие функциональные особенности немецко- и русскоязычных ГМ в медийном дискурсе, так и лингвоспецифические характеристики данных единиц в сопоставляемых языках.

Ю. Воронова

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАКТИКИ И СТРАТЕГИИ ДОМИНИРОВАНИЯ НА ОСНОВЕ МАТЕРИАЛОВ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ТОК-ШОУ

Речевое воздействие представляет собой воздействие человека на другого человека или группу лиц при помощи речи и сопровождающих речь невербальных средств для достижения поставленной говорящим цели. Основной стратегией получения власти в коммуникации считается стратегия доминирования, которая представляет вершину злоупотребления власти, подчиняя себе такие формы речевого воздействия как манипуляцию, внушение и дезинформацию.

Коммуникативная стратегия – это комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели, которая реализуется посредством коммуникативных тактик, состоящих из коммуникативных ходов (далее КХ).

Материалом исследования послужили выпуски русскоязычного ток-шоу «Привет, Андрей!» общей продолжительностью около 4 часов. Согласно классификации типов ток-шоу Н. В. Вакуровой, «Привет, Андрей!» – ток-шоу беседы ведущего с гостями. Было проанализировано 124 коммуникативных хода, которые были идентифицированы согласно предложенной Ю. В. Кудрявцевой классификации коммуникативных тактик стратегии доминирования. Среди них чаще всего встречалась тактика контроля над темой (34 КХ). Тактика демонстрации осведомленности была задействована 27 раз, тактика создания коалиции с доминирующим членом коммуникации тоже была обнаружена 27 раз, тактика демонстрации интеллектуального превосходства нашла свое отражение в 15 коммуникативных ходах, тактика, намеренного нарушения правил коммуникации встречалась 16 раз.

В ходе исследования также были отмечены особые способы выражения некоторых из коммуникативных ходов. Таким образом, для реализации коммуникативного хода интерпретации слов говорящего субъект коммуникации прибегает к использованию союза *«то есть»*, различных вводных конструкций со значением источника сообщения (*«как я помню»*, *«насколько я знаю»*). При реализации коммуникативного хода обращения к собеседнику отмечается частое использование обращений, многие из которых имеют форму так называемого «современного звательного падежа»: *Тань! Люсь! Валер!*.

Коммуникативная стратегия доминирования широко используется в различных типах дискурса и особый интерес вызывает её реализация в жанре ток-шоу, который включает черты и массмедийного, и бытового дискурсов.

Ю. Долмат

КОМПОНЕНТ СВОБОДА В АТРИБУТИВНЫХ СЛОВСОЧЕТАНИЯХ (на материале русского, белорусского и английского языков)

В процессе коммуникации важным является не только знание слов, правил их формирования и распознавания их смысла, но и способность лексических единиц сочетаться друг с другом. Особую роль в этом играют словосочетания, которые представляют сложную, но интересную исследовательскую проблему. Значительный вклад в развитие теории о словосочетании внесли Ф. Ф. Фортунатов, В. В. Виноградов, А. А. Шахматов, А. М. Пешковский и другие. Большую роль в системе языка играют атрибутивные группы. В. Д. Аракин описывает атрибутивное словосочетание как двучлен (реже трехчлен), у которого оба компонента – стержневой и зависимый – соединены синтаксической подчинительной связью.

Данная работа посвящена выявлению структурных и семантических особенностей русских, белорусских и английских атрибутивных словосочетаний с компонентом свобода.

Материалом исследования послужили имена прилагательные, определяющие свободу, а также атрибутивные словосочетания с компонентом свобода, выявленные методом сплошной выборки из русских, белорусских и английских художественных текстов.

В ходе анализа данных, полученных из словарей эпитетов, было выявлено 70 русских, 40 белорусских и 29 английских имен прилагательных, определяющих свободу. Из 40 белорусских прилагательных 26 сочетаются с выявленными русскими: *абмежаваная, безумоўная, бязмежная, дарагая, мімалетная* и др. Из 29 английских прилагательных 17 соответствуют русским: *boundless, real, true, perfect, intellectual, social, creative* и др.

Методом сплошной выборки из русских, белорусских и английских художественных текстов было выявлено 195 словосочетаний со словом свобода (80 в русском, 89 – английском, 26 – в белорусском). Данные словосочетания были распределены по следующим структурным группам: «прил.+сущ.», «сущ.+сущ.», «сущ.+инф.», «сущ.+предлог+сущ.». Из 80 проанализированных русских словосочетаний с компонентом свобода 12 имеют эквиваленты найденным английским и белорусским словосочетаниям: *дикая свобода – wild freedom, полная свобода – complete freedom, последняя свобода – final freedom, безграничная свобода – limitless freedom* и др.

Таким образом, анализ полученных данных показал, показал, что наиболее распространенными структурными группами атрибутивных словосоче-

таний в русском, белорусском и английском языках являются «прил.+сущ.», «сущ.+сущ.». Английские словосочетания, построенные по модели «сущ. + сущ» могут быть переведены на русский язык следующими способами: 1) именем прилагательным: *secret freedom* 'тайная свобода'; 2) существительным в родительном падеже: *press freedom* 'свобода прессы'. Разница в количественных данных может быть объяснена тем, что корпус белорусского языка находится в стадии доработки.

Е. Захилько

ИДЕНТИФИЦИРУЮЩАЯ ФОРМУЛА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «ИНТЕЛЛИГЕНЦИЯ»

Лексико-семантическое поле – это совокупность лексем, обозначающих определенное понятие в широком смысле слова, включающих в свой состав слова различных частей речи. Состав лексико-семантического поля формируется из определенных лексических единиц, содержащих в структуре своего значения интегральную общую сему и на этом основании являющихся парадигматически соотнесенными по смыслу.

В монографии «Системная организация лексики» отмечено, что «основным понятием для определения границ и состава лексико-семантического поля, обобщающим смысл, на основании которого объединяются слова изучаемой ЛСГ, является идентифицирующая формула, которая устанавливается путем обращения к критериям типологического изучения лексики» (А. А. Романовская).

С целью установления идентифицирующей формулы лексико-семантического поля «интеллигенция» в русском и английском языках, были проанализированы дефиниции лексических единиц, соотносящихся с понятием интеллигенция в указанных языках. По результатам проведенного анализа была установлена идентифицирующая формула лексико-семантического поля «интеллигенция» в английском языке – наличие образования, в русском – обладание статусом.

На основании интегральных сем, таких как ум, разум, развитие, знания, общество и другие, содержащихся в значениях проанализированных лексических единиц были выявлены следующие объединения: «человек», «общество», «статус», «образование», «интеллект», «поведение», «приличие», «норма», «богатство», «бедность» в русском языке, а также «education», «intelligence», «society», «character», «ability», «stupidity» в английском языке.

Анализ языкового материала показал, что разные семантические объединения включают разное количество лексических единиц. Например, «норма» (15), «character» (13). Более того, многие лексические единицы, входящие в состав того или иного объединения, являются многозначными и включаются в соответствующие объединения не только на основании первого лексико-

семантического варианта, отраженного в лексикографических источниках. Например, лексема культура включена в семантическое объединение «образование» на основании пятого лексико-семантического варианта.

Данный факт дал основание для выявления семантических объединений, образующих ядро лексико-семантического поля «интеллигенция» в русском и английском языках, а также объединений, находящихся на периферии. Так ядерными оказались объединения «общество» (32), «статус» (50), «образование» (37), «поведение» (27) в русском языке, и «education» (49), «intelligence» (50), «ability» (26) в английском языке, включающих большее количество лексических единиц из числа проанализированных (в скобках указано количество лексических единиц).

В. Ларина

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ГАЛЛИЦИЗМОВ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ

(на материале лексико-семантической группы «Блюда, напитки»)

Галлицизмы, как и ряд других заимствований, уверенно вошли в тезаурус современного русскоговорящего человека, однако, следует отметить, что процесс их адаптации на всех языковых уровнях носил длительный характер, а в некоторых случаях является незавершенным до настоящего времени. Цель данного исследования – выявить особенности семантической трансформации галлицизмов лексико-семантической группы «блюда, напитки». Работа выполнялась на материале заимствований из французского языка, извлеченных методом сплошной выборки из словаря В. И. Даля, Д. Н. Ушакова и Т. Ф. Ефремовой.

В ходе исследования были определены четыре основных вида трансформаций галлицизмов: расширение (**filet** – **филе**: ‘всякая вязанная сеткою работа, ячеистое вязанье, как вяжут рыбацьи сети’; ‘филейная часть говядины’ стало ‘мясом высшего сорта из средней части хребта туши’; ‘вообще – куском мяса или рыбы, очищенным от костей кушанье из такого мяса или рыбы’; ‘(спец.). вышивкой на нитчатой сетке.’), сужение (**vinaigrette** – **винегрет**: ‘окрошка, но без кваса, а с приправою уксуса, горчицы и пр., холодное, смесь всячины’ стало ‘холодным кушаньем в виде смеси мелко нарезанных овощей (куда обязательно входит свекла, иногда рыба или мясо), приправленным растительным маслом, уксусом и т.п.’; ‘перен. разг. совокупностью или смешением чего-л. разнородного, разнообразного.’), изменение/обновление значения (**compote** – **компот**: ‘вареные плоды, подслащенные, иногда с пряностями; взвар. компотный, взварный или взваровый.’ стало означать ‘сладкое кушанье из фруктов и ягод, сваренных в воде с добавлением сахара.’; ‘смесь сушеных фруктов и ягод, используемая для приготовления такого кушанья.’; ‘перен. разг. смесь чего-л. Разнообразного, не всегда совместимого.’), а также устаревание значения (**orgeat** –

оржад: 'миндальное молоко с водой и сахаром' стал 'прохладительным напитком различных способов приготовления, обычно из миндального молока с сахаром. (устар.)', однако в современном русском языке слово вернуло свою актуальность благодаря активной пропаганде здорового образа жизни, а также оно используется в рамках узкой специализации – барное дело). В составе данной ЛСГ только две не изменили своего значения (*champignon* – *шампиньон*: 'съедобный серовато-белый гриб семейства пластинчатых, нередко выращиваемый в промышленных масштабах'; *sabayon* – *сабайон*: 'подливка из взбитых с сахаром желтков, вина и пряностей'; 'напиток, приготовляемый подобным образом').

В результате исследования было установлено, что наиболее активным видом трансформации галлицизмов в рамках ЛСГ «блюда, напитки» является устаревание (утрата) значения – 75 %, что, безусловно, вызвано рядом экстралингвистических факторов.

Ле Ван Карина

СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ КАТЕГОРИИ ИРРЕАЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ РУССКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ

Ирреальность – это несоответствие действительности, представление высказывания как желаемого, требуемого, устанавливаемого (предполагаемого) говорящим. В языке ирреальность выражается с помощью ирреалиса (ирреального наклонения). Ирреалис – это общий термин для классификации грамматических модусов, под который попадают все модусы, объектом которых является описание событий, не имеющих места в реальной жизни.

Материалом исследования является оригинал и перевод на русский язык произведения Э. М. Ремарка «Три товарища». Объект исследования – категория ирреальности. Предмет исследования – способы выражения категории ирреальности в современных русском и немецком языках. Цель – рассмотрение и систематизация языковых средств выражения ирреальности в русском и немецком языках.

В русском языке ирреалис выражается с помощью сослагательного наклонения, который имеет только одну форму. Она образуется из формы глагола прошедшего времени и неизменяемой частицы «бы». В немецком языке ирреалис состоит из 2 временных форм – форма настоящего времени (Präteritum Konjunktiv) и форма прошедшего времени (Plusquamperfekt Konjunktiv).

В результате анализа выборки из произведения Э. М. Ремарка «Три товарища» были выявлены некоторые типичные способы перевода категории ирреальности с немецкого языка на русский: ирреальное сравнение в немецком языке выражается при помощи Präteritum Konjunktiv и переводится на русский язык с использованием настоящего времени с «как будто», ирреальное желание в немецком выражается при помощи Präteritum Konjunktiv,

Plusquamperfekt Konjunktiv и переводится с использованием сослагательного наклонения: *Schade. Hätte ich das gewußt.* 'Жаль. Если бы я знал', ирреальная возможность и ирреальное условие в немецком выражаются при помощи Präteritum Konjunktiv (Konditionalis I), Plusquamperfekt Konjunktiv (Konditionalis II) и переводятся с помощью сослагательного наклонения: *Er hätte es nicht getan, wenn wir nicht Arbeit gebraucht hätten.* 'Он не пошел бы на это, если бы у нас была работа', для выражения категории вежливости в немецком языке используется Präteritum Konjunktiv, Konditionalis I и переводится на русский с использованием прошедшего времени с частицей «бы» или «ли»: *Wir könnten am besten in eine Bar gehen.* 'Мы могли бы пойти в бар'.

В большинстве случаев употребление Konjunktiv II в немецком и сослагательного наклонения в русском языках совпадают. Но существуют исключения, когда нельзя провести четкой параллели между употреблением средств ирреальности в немецком и русском языках, т.к. граммема ирреалиса выражает более широкое множество значений, чем ирреальная модальность.

В. Ленковец

КОННОТАЦИЯ ИМПЕРАТИВА В РАЗНЫХ ТИПАХ ТЕКСТА (на материале русского и китайского языков)

Природа императива указывает на его «разговорность», принадлежность устной форме речи, однако его формы характерны тем книжным стилям, которые способны передать его функциональную специфику. В ходе исследования были рассмотрены способы выражения императива в текстах разных функциональных стилей, которые позволяют сделать следующие выводы:

1. Как в русском, так и в китайском языках в публицистическом стиле речи в императивных предложениях нет прямого адресата, так как получатель информации в рассматриваемом стиле – массовый адресат, прямые обращения опущены. 继承你祖宗的经验！Забронируйте место на курсе по лучшей цене！

2. В побудительных предложениях научно-учебного подстиля в китайском языке в большинстве случаев имеет место форма удвоения как односложных, так и двусложных глаголов, каузативные конструкции. 写一写, 给大家介绍一个国家的节日, 复习复习.

3. В рамках официально-делового стиля в китайском языке императивное значение может выражаться интонационно, с помощью глаголов 要 и 请. Фразовые побудительные частицы в этом стиле речи встречаются редко, так как важен тон сдержанности, такие национально-культурные китайские принципы, как «сохранение лица», «关系», трудолюбие, коллективизм и т.д. 请协助办理手续. 要代表张哲的利益.

4. Китайский императив в разговорном и художественном стилях ведет себя наиболее разнообразно (выражен интонационно, с помощью каузативных конструкций, редупликации глагола, побудительных модальных и фразовых частиц, наречий и т.д.). -你最好给我出去！你给爸爸送了！走吧！

5. В разговорном стиле в китайском языке широко распространено использование формы вопроса «прил. + 不 + прил.», например, «...能不能...?». Такой вариант подчеркивает наличие выбора у адресата, снижая при этом уровень навязывания просьбы.

В предложениях переговорного типа в китайском языке один говорящий может сознательно принижать свой социальный статус перед другим в процессе общения, если понимает, что это будет выгодно для достижения цели коммуникации. В силу высококонтекстности китайской культуры китайский менталитет требует по возможности избегать прямых форм волеизъявления, что необходимо в процессе межкультурной коммуникации и в официально-деловых контактах.

Е. Мицкевич

МОДАЛЬНЫЕ ЗНАЧЕНИЯ ИНФИНИТИВНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ В ПУБЛИЦИСТИКЕ

Какую бы тему журналист ни освещал, в каком бы жанре он ни работал, он всегда и всюду решает задачу – как реализовать свой замысел, какие языковые средства отобрать из всего многообразия, от каких отказаться, несмотря, может, быть, на всю кажущуюся привлекательность. Актуальность исследования обусловлена широким использованием в публицистике инфинитивных предложений для передачи определенного спектра их модальных значений.

Объектом исследования являются инфинитивные предложения в публицистике. В качестве предмета выступает модальная семантика инфинитивных предложений в публицистике.

Цель исследования заключалась в определении основных типов модальных значений инфинитивных предложений в современных публицистических текстах.

Инфинитивные предложения – одно из частотных синтаксических средств выражения модальных значений. В результате анализа 133 инфинитивных предложений из выпусков журналов «Знание – сила», «Наша психология» и газеты «Российская охотничья газета» мы выявили следующие модальные значения:

- 38 % значение «возможность» в вопросительных предложениях: *Как управлять ими?*
- 20 % значение «необходимость действия»: *Рисковать и идти навстречу новому.*
- 17 % значение «приказ»: *Не влюбляться!*
- 9 % значение «сомнение»: *Играть или не играть?*
- 6 % значение «долженствование»: *И сидеть мне с утра до вечера все ближайшие шесть выходных.*

- 4 % значение «невозможность действия»: *В наших домах не встретить подобных стульев и лестниц.*
- 4 % значение «неизбежность действия»: *Поменять взгляд на землю.*
- 1 % значение «желательность действия»: *Жить бы да творить ему в этой прекрасной стране на радость себе и публике!*
- 1 % значение «ненужность действия»: *Не поучать свои яйца.*

Таким образом, занимая различное композиционное положение (заголовки, подзаголовки, основной текст), инфинитивные предложения становятся действенным инструментом выражения модальной семантики. Наиболее частотными модальными значениями в нашем исследовании оказались значение «возможность действия», значение «необходимость действия», значение «приказ». Анализ показал, что в журнале развлекательного характера инфинитивные предложения более частотны в употреблении, чем в журнале научно-популярной направленности. Выбор инфинитивного предложения как модального средства в журнале развлекательного характера диктуется его стилистическими характеристиками.

Му Цзянмин

ОБРАЗ ДРАКОНА В КИТАЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

В центре внимания нашего доклада находится образ дракона, и, в частности, его место в языковой картине мира китайцев. Дракон символизирует национальный дух китайской нации: трудолюбивый, объединенный, благородный и миролюбивый. О Драконах ходит много легенд, и существуют разные мнения о происхождении Драконов. Современные китайцы называют себя потомками Драконов. Мифологический образ дракона нашел отражение и в китайской фразеологии. В результате анализа фактического материала были выделены следующие семантические группы:

1. Внешность Дракона. Внешние элементы Дракона появляются во фразеологизмах без подробного описания, акцентируется какая-то одна черта облика. Например: 龙眉凤目 Дословный перевод: [у человека] брови дракона, глаза феникса. Значение: о человеке, у которого «вид представительный, дух широкий» (дословный перевод, традиционно используемый китайскими фразеологическими словарями).

2. Свойства и характер Дракона. Анализируя фразеологизмы данной группы, мы выделили следующие черты, присущие Дракону: царственность (云龙井蛙 «yúnlóngjǐngwā» дракон в облаках, лягушка в колоде о знатных и простолюдинах, величие (龙飞凤翔 «lóngfēifèngxiáng» дракон летает и феникс парит. С Драконом китайцы в древности обычно сравнивали своего императора, потому что дракон был также символом власти. Трон императора именовался троном дракона; лицо императора – лицом дракона. Например, 老鼠生来会打洞 драконы рожают драконов, фениксы –

фениксов, а те, кто рожден крысами, мастера рыть норы; гениальность, великий талант: 犹龙 «yóulóng» похожий на дракона о гениальном человеке, 放龙入海 «fànglóngrùhǎi» пустить дракона в море о возможности раскрыть свои дарования). Образ дракона используют для описания стремительной карьеры: 跳龙门 «liǎyútiàolóngmén» подпрыгивать до врат дракона о подъёме по карьерной лестнице); энергичность, оживлённость: 龙腾虎跃 «lóngténg hǔyuè» дракон парит, тигр прыгает в значении полный сил и энергии; «сила, мощь». Характерно, что как правило, в этом значении дракон фигурирует вместе с другим священным животным – тигром: 龙骧虎步 бросок дракона и шаг тигра; 龙骧虎视 [Lóngxiānghǔshì] («рывок дракона, взгляд тигра» о мастерстве воина).

Проведенный анализ показал, что дракон представлен в китайской фразеологии как высшее существо, почитаемое народом Китая. Дракон олицетворяет храбрость, мужество, силу, смекалку и т.д. и имеет очень большую значимость в китайском мировоззрении.

К. Паляница

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ СТАТУСНЫХ ОБРАЩЕНИЙ

Китайские статусные обращения в разные исторические периоды имели разные формы и характеристики. Семантика обращений видоизменялась. Так, до образования Нового Китая характерной чертой обращений было 敬 (jìng ‘уважение’). Использование почетных обращений в повседневных разговорах является важным проявлением вежливости китайской национальности.

После образования Нового Китая характерной чертой обращений стала 简 (jiǎn ‘простота’). Образование Китайской Народной Республики в 1949 году ознаменовало собой упадок старой социальной системы, что нашло свое отражение в обращениях, из которых ушла дискриминация по полу.

После 1949 года важным символом смены китайского обращения стало введение слова 同志 (tóngzhì ‘товарищ’). Постепенно 同志 (tóngzhì ‘товарищ’) заменили 小姐 (xiǎojiě ‘мисс / девушка’) и 先生 (xiānsheng ‘господин’), которые стали самыми популярными обращениями. Во времена правления различных династий, а также во времена политических изменений обращения 小姐 (xiǎojiě ‘мисс / девушка’) и 先生 (xiānsheng ‘господин’) то теряли, то снова приобретали свою значимость.

Китай после реформы середины двадцатого века перешел от закрытой плановой экономики к рыночной экономике открытого типа. Общество быстро коммерциализировалось, и это привело к изменению в способах мышления и переосмысливанию принципов жизни. Эта социальная стадия

развития китайского общества нашла свое отражение в обращениях. Открытие страны и влияние западной культуры привело к тому, что обращение 同志 (tóngzhì ‘товарищ’) стало использоваться все меньше и в итоге перестало соответствовать реалиям времени. Поэтому снова вернулись старые обращения – 小姐 (xiǎojiě ‘мисс / девушка’) и 先生 (xiānsheng ‘господин’), в которых не остались прежнего отпечатка классового состояния общества, и они больше не имели политической окраски, содержащихся в них до Культурной революции.

В китайском языке ко всем взрослым мужчинам можно использовать обращение 先生 (xiānsheng ‘господин’) независимо от класса, профессии, возраста, дохода и тому подобное. Обращение 小姐 (xiǎojiě ‘мисс / девушка’) стало широко использоваться в обществе женщин, работающих в мире культуры, искусства и сферы услуг. В китайском языке оно также является уважительным обращением к молодым женщинам независимо от профессии, дохода или класса.

Таким образом, политические, экономические и культурные события, имевшие место в Китае, нашли свое отражение и в системе китайских обращений, которая претерпевает изменения. За прошедшее столетие имело место как появление новых форм обращений, которые пришли на смену старым, так и так называемая «реинкарнация» старых обращений.

3. Пыко

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НИКНЕЙМОВ

Никнейм – это сетевое имя, псевдоним, используемый пользователем в интернете как более короткая или новомодная альтернатива реальному имени. Причинами появления никнеймов являются: наличие полных тезок, однофамильцев, людей с одинаковыми именами, неблагозвучные фамилии, проблема уникальности имен.

Сходства прозвищ и никнеймов: ирреальные имена, могут не иметь связи с реальным именем, выполняют функции персонификации, характеристики, оценки лица, являются коннотатирующими именами. Различия заключаются в том, что прозвища даны человеку окружающими его людьми, определяются субъективным мнением коллектива, а никнеймы являются результатом самономинирования, определяются конкретными признаками, которые репрезентирует сам коммуникатор, обладают признаком единичности и определенности номинации.

При использовании личного имени в качестве никнейма имя редко дублирует реальную форму, чаще всего представлено в виде коннотативно окрашенных вариантов: *Анна – Nuta, Алексей – Леха*.

При создании псевдонима и никнейма важна мотивированность. Псевдонимы придумывали не только для того, чтобы скрыться, но для того, чтобы выделиться среди других: *Мадонна – Мадонна Луиза Чикконе*. Никнеймы строятся на ассоциативных связях, которые являются внутренней реакцией на слово-стимул: *Красотка – Мария Князева*.

В ходе исследования был проанализирован материал, извлеченный из сети «ВКонтакте» методом сплошной выборки в период с 03.03.2022 по 10.03.2022: 119 никнеймов, среди которых 55 составляют русскоязычные никнеймы (*Брошенная Джульетта*), 48 – англоязычные (*Heavy Milter*), 9 – из других языков (*Πόλλων Λεξικακος*), 7 никнеймов представлены латинской транслитерацией (*Prosto Chelovechek*). Мотивацией выступают профессиональные (*Настя Ногтикова*), социальные (*Mc WhiteStiff yeah*), географические (*Бузулучанка Просто*), возрастные (*Just Dude*) маркеры.

Структура представлена однословными единицами (буквенно-звуковые: *LO LA*, буквенно-цифровые: *Helly 1*) и в большей степени словосочетаниями (*Елена Ноготок*), так как в сети «ВКонтакте» существует две обязательные графы для заполнения: имени и фамилии. Встречаются имена собственные в полной форме (*Катерина Лайфхак*), но чаще в краткой (*Дима Пикассо*), так как социальные сети – это неформальная сфера коммуникации. Также следует отметить наличие прецедентных имен и текстов, отсылающих к произведениям искусства, литературы, музыки (*Дима Пикассо*, *Влад Цой*). Старшее поколение часто использует никнеймы, извлеченные из книг и фильмов (*Длинноногий Дядюшка*), младшее – никнеймы персонажей видеоигр, героев современных сериалов (*Gunther O'dim*).

А. Рживуцкая

ТЕНДЕНЦИИ В ФУНКЦИОНИРОВАНИИ МЕТАФОРЫ В КИТАЙСКОЯЗЫЧНОМ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ (на фоне русского переводного текста)

Описание функций и сущности метафоры в сфере научных исследований осуществляется в самом широком смысле: от средства создания художественной выразительности до базового способа познания и мышления.

Материалом для исследования выступили новостные статьи на двух языках, размещенные на двуязычном Интернет-ресурсе russian.china.com. Всего было проанализировано 100 статей различной тематики и отобрано 114 метафор. Рассмотрим обнаруженные тенденции в функционировании метафор.

Большое количество публицистических штампов свидетельствует о тенденции к **стандартизации** (зафиксирован 41 случай): 为建设国际月球科研站打下基础 – *заложить фундамент* для открытия исследовательской станции на спутнике Земли, 很多孔子的观念至今仍然有着积极的意义 – Множество идей Конфуция до сих пор *играет положительную роль*, 所积累的丰富经验 – Накоплен *огромный* опыт и др.

Тенденция к **фразеологизации** (2 случая) в публицистическом, а в частности новостном, дискурсе объясняется необходимостью точного и ёмкого объяснения тех или иных понятий. В примере ‘未来,

中俄两国将携手努力, 攻坚克难 – В будущем Китай и Россия будут *идти вперед рука об руку*, совместно преодолевая трудности’ русское сочетание «идти рука об руку» полностью соответствует китайскому 携手.

Тенденция к **терминологизации** (14 случаев) предсказуема для новостного дискурса в силу стремления к информатизации в языке масс-медиа. Примерами могут быть: 经贸物流国际大通道 – международный торговый и логистический *коридор*, 价值链 – *цепочка ценностей*, 项目孵化 *fūhuà* бизнес-инкубатор и др.

Прослеживается также тенденция к **неологизации** (2 случая): 青年要做两国关系未来的推动者 – Молодежь должна выступать *драйвером* будущего двусторонних отношений. Лексема «драйвер» заимствована из английского, однако пока словари не фиксируют значения, в котором данное слово употреблено в примере. Следует отметить, что тенденция к неологизации в данном примере прослеживается лишь в русском переводе. Употреблённое в оригинальном китайском тексте 推动者 переводится как промоутер или человек, способствующий продвижению.

Тенденция к **символизации** (4 случая) прослеживается в следующих примерах: ‘实现绿色生活реализация *зеленой жизни*’, ‘绿色发展的理念 концепция *зеленого развития*’. Здесь символика цвета строится на ассоциации зелёного, который считается цветом *жизни*.

Таким образом, следует сделать вывод: метафора является не только средством создания художественной выразительности, но и неотъемлемым элементом публицистического, в частности новостного дискурса, о чем свидетельствуют вышеупомянутые тенденции.

Т. Рудько

ЯЗЫКОВЫЕ СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ КОЛИЧЕСТВА (на материале русского, белорусского, английского языков)

Категория количества является универсально-мыслительной и находит свое проявление в существовании в разных языках функционально-семантического поля количества, которое объединяет языковые средства выражения количества на разных уровнях. В изучаемых нами языках можно выделить материальные средства выражения количества. Среди лексических средств номинации количества обособляется целый ряд фразеологических единиц (ФЕ), выражающих значение количества. Такие ФЕ могут содержать разные семы (точного, неопределенно большого или малого, нулевого, тотального количества) и разные компоненты в своем составе (числительные, количественные слова, единицы измерения и др.). Цель исследования заключалась в анализе ФЕ с компонентом-числительное для определения тех ФЕ, в которых значение количества реализуется за счет числительных. Числительные на парадигматическом уровне выступают носителями точного

числа и приближаются к абсолютным терминам, которым свойственны точность, однозначность, десинонимичность, деэмоциональность. На синтагматическом уровне числительные способны реализовать значение не только точного, но и неопределенного количества.

Материалом исследования послужили: 301 ФЕ (рус. яз.), 269 ФЕ (бел. яз.), 243 ФЕ (англ. яз.), отобранные из фразеологических словарей методом сплошной выборки. Анализ значений данных ФЕ и их компонентного состава показал, что сравнительно небольшое число ФЕ с числительными выражают количественные отношения: 31 % (95 ФЕ из 301 ФЕ) в русском языке, 29 % (79 ФЕ из 269 ФЕ) в белорусском языке, 34 % (83 ФЕ из 243 ФЕ) в английском языке. В таких ФЕ могут выражаться значения неопределенно малого количества: *раз-два и обчелся, за два крокі, fortywinks*; неопределенно большого количества: *сорок сороков, за трох дурных, adimeathousand*; нулевого количества: *ни два ни полтора, за пять пальцаў, gentlemanofthreeouts*; тотального количества: *как одну копейку, усе да аднаго, oneandall*; собирательного количества: *одна шайка-лейка, inonesandtwos*; излишнего количества (больше, чем нужно): *пятое колесо в телеге, трэці лішні, twoisacompany, threeisnone*; точного количества: *сидеть между двух стульев, мачаць свой хлеб у дзве солі, swimbetweentwowaters*.

Таким образом, проанализировав ФЕ с компонентом-числительное с количественными значениями, можно заключить, что числительным, несмотря на точность, однозначность их значения, в условиях фразеологического окружения, свойственно десемантизироваться, т.е. переосмысливаться и лишаться своего конкретного значения.

Д. Самсонова

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИБРЕТТО

(на материале оригинала и переводов на русский и английский языки мюзикла «Нотр-дам де Пари»)

Под термином либретто (итал. libretto, книжечка) понимаем вербальный компонент литературно-музыкального произведения.

Объектом нашего исследования является не просто либретто как классический текст оперы или оперетты, а как жанр мюзикла, определивший специфику либретто данного типа.

Мюзикл – это музыкально-сценический жанр, использующий выразительные средства различных искусств, таких как драматическое, музыкальное, вокальное, хореографическое и пластическое. Такой обширный набор позволяет ему быть более зрелищным, красочным, динамичным и, благодаря этому, более доступным для восприятия. Одна из главных целей мюзикла – воздействие на эмоции зрителя с помощью многочисленных художественных приемов, образов и символов, обладающих высокой степенью экспрессивности.

Данное исследование посвящено выявлению особенностей либретто русскоязычной и англоязычной версии мюзикла «Нотр-Дам де Пари» как особого жанра в сопоставлении с оригиналом.

Нами было проанализировано 100 либретто русскоязычной и англоязычной версий мюзикла «Нотр-Дам де Пари». Наиболее распространенными средствами художественной выразительности являются эпитет, метафора и сравнение («Доблестный звонарь», «*Evil dance*», «*La pauvre Esmeralda*»; «Прогневал небеса я», «*Your love will kill me*», «*Tu vas me détruire*»; «*И вот горю, как порох, и таю, словно свечка*», «*A night as warm as sin*», «*Nous sommes comme des vers*»).

В некоторых либретто русскоязычной версии активно используются оксюмороны и стилистически окрашенная лексика («Горбатый и кривой красавец молодой», «Отборный народ – бродяга, илюха, вор!»).

В англоязычной версии присутствует французская оригинальная лексика с сохранением графико-орфографических особенностей («*My belle Esmeralda*», «*It takes all night, but be assured they get it right at Val d'amour*», «*Mesdemoiselles excusez-moi, I'll wait for my Esmeralda*»). Такой прием несет в себе эстетическую функцию, обеспечивает сохранение национально-культурного компонента в тексте либретто.

Таким образом, англоязычная версия в большей степени сохраняет французский дух мюзикла, русскоязычная характеризуется использованием стилистически сниженных лексико-грамматических коннотативных средств, что в свою очередь меняет жанровые характеристики на более вульгарно-просторечные. Очевидно, что жанр либретто имеет свою специфику и создает определенные сложности в процессе перевода, так как имеют значение национально-культурные особенности, характер языковых контактов и индивидуально авторская позиция переводчика.

А. Сидорук

ЯЗЫКОВАЯ ИГРА В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ И СПОСОБЫ ЕЕ ПЕРЕВОДА

Окказионализмы – это слова, искусственно создаваемые автором текста для конкретного случая. Окказионализмы являются результатом творческого словообразования с целью создания определенной языковой ситуации и не относятся к языку. Их отличительными чертами является то, что, во-первых, эти слова всегда воспринимаются читателем как новые, а во-вторых они зачастую обладают значительно большей смысловой и эмоциональной нагрузкой нежели обычные слова.

Немаловажную роль для правильного восприятия окказионализмов с целью их передачи на язык перевода играют контекст и внутренняя форма слов.

Для рассмотрения формы слов необходимо выяснить, какими способами пользовался автор при создании окказионализма. Среди окказионализмов выделяются две категории: так называемые потенциальные слова и фактически окказиональные словообразования. Потенциальные слова создаются в соответствии с современными производными моделями, но несколько видоизменяются. Большинство слов, входящих в состав оригинального новояза, созданного Дж. Оруэллом на базе английского языка, – сложные слова, образованные либо из существующих в английском языке слов, либо из сокращений.

Статистический анализ показал, что переводчик чаще использовал способ калькирования, чем метод введения функционального аналога (передача безэквивалентной лексической единицы существующим в языке перевода словом).

Кроме того, было выявлено, что среди лексических единиц, употребляемых автором для обозначения выдуманных объектов тоталитарного мира, наиболее используемыми являются существительные, выполняющие номинативную функцию. Количество имен существительных составило 35 единиц, которые составляют около 70 % всех окказионализмов. На втором месте по востребованности – глаголы, выполняющие оценочную функцию. Нами было выявлено 9 глаголов. Общее количество окказионализмов составило 51.

К. Ситулова

ЯЗЫКОВАЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ КАК СЛЕДСТВИЕ БИЛИНГВИЗМА

Невозможно представить современный мир без взаимодействия различных культур, что влечет за собой появление массового двуязычия. Наиболее ярким результатом межкультурной коммуникации является билингвизм.

Классическим считается определение У. Вайнраха, где он утверждает, что билингвизм – это владение двумя языками и попеременное их использование в зависимости от условий речевого общения. По мнению У. Вайнрайха, главной проблемой двуязычия является описание языковых систем, которое затрудняет владение ими одновременно, а также предвидение появления интерференции в результате языковых контактов и, наконец, нахождение в поведении билингвов тех отклонений от норм каждого из языков, которые связаны с их двуязычием. Согласно взглядам У. Вайнрайха, условием возникновения интерференции является языковой контакт.

Интерференция проявляется на всех языковых уровнях. Главный источник интерференции заключается в расхождениях в системах взаимодействующих языков. Согласно У. Вайнрайху, понятие интерференции подразумевает не просто заимствование, а «переустройство моделей, являющееся результатом введения иноязычных элементов в те области языка, которые отличаются более высокой структурной организацией». Следует отметить также, что У. Вайнрайх рассматривает явление интерференции и двуязычия

в самом широком смысле, независимо от того, насколько контактирующие языки отличаются друг от друга. У. Вайнрайх уверен, что, если отвлечься «от величины интерференции, ее механизм представляется одинаковым, будет ли контакт осуществляться между китайским и французским языками или между двумя вариантами английского языка»: следовать огромному количеству норм в соответствующих контекстах; и в случае неудачи результат будет одинаковым: вторжение (интерференция) норм одной системы в сферу другой. Оба случая двуязычия рассматриваются как разновидности одного и того же явления.

Таким образом, можно сделать вывод, что необходимыми условиями для проявления интерференции являются двуязычие и языковой контакт. Следовательно, лингвистическая интерференция возникает при осуществлении коммуникации на иностранном языке либо выполнении перевода с одного языка на другой, когда коммуникант или переводчик пытается компенсировать какие-то элементы, явления и функции одной языковой системы, элементами, явлениями и функциями из другой, что может привести к акценту, буквализму, искажению смысла и к различным отклонениям от оригинала, но также в некоторых случаях может помочь при общении либо переводе.

Е. Томашева

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЗАИМСТВОВАНИЙ В ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОГО РУССКОЯЗЫЧНОГО МЕДИАТЕКСТА

Для анализа структурно-семантических и прагматических характеристик заимствований в пространстве современного русскоязычного медиатекста использовались материалы журнала ELLE Russia 2021'02-2021'12. В ходе исследования было отобрано 100 заимствованных лексических единиц, которые подверглись многоаспектному анализу. Была изучена структура, семантика, функциональная принадлежность, а также типы ассимиляции заимствованных слов. Результаты анализа позволяют сделать следующие выводы.

По структуре заимствованные слова делятся на однословные номинации, такие как *кафф*, *бустер*, *абьюз*. Данные лексические единицы составляют 50 % от общего числа заимствований. Также представлены слова-компози́ты как заимствованные целиком (в случае когда обе основы сложного слова иноязычные), например, *коттеджкор*, *липсинк*, *фандрайзинг*, так и компози́ты смешанного типа (лишь одна основа заимствованная). Примером может служить слово-компози́т *cancel-культура*. Данная группа составляет 40 % от общего числа лексических единиц. В исследовании также представлены суффиксальные производные – слова, образованные на базе заимствованной основы с использованием словообразовательных ресурсов

русского языка. В частности, суффиксальными производными являются слова *ковидный*, *стриминговый*, *кастомизировать*, составляющие 10 % от числа заимствований.

Elle Russia является журналом о моде, тем не менее, мы видим различные тематические пространства, такие как музыка, экономика, информационные технологии и интернет-коммуникации, а также социальные отношения. Следовательно, мода – лишь одна из тематических зон, которые обнаруживают заимствования и особенно новые заимствования.

Наблюдаются следующие типы ассимиляции заимствованных слов: фонетическая (в том числе, орфоэпическая: 55 % фонетически освоенных слов), графическая (зафиксированы и неассимилированные иноязычные вкрапления, например, *statement*, *edutainment*), грамматическая (слова, включенные в словообразовательные, деривационные процессы: 40 % грамматически освоенных заимствований).

И в то же время имеют место следующие тенденции: слово может быть недостаточно освоено фонетически, но являться включенным в словообразовательный процесс при образовании слов-композигов. Примерами могут служить слова-композигов *beauty-находка*, *health-коуч*.

Отобранные лексические единицы появились в печатных изданиях, однако большая часть этих слов показывает принадлежность не к литературной речи, а скорее к сленгу. Несмотря на то, что на данный момент представленные заимствования до конца не освоены, они представляют активный словарь и постепенно входят в состав русского языка и речи именно через журналы и средства массовой информации.

Л. К. Химено Малаве

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКАЯ ЭКСПРЕССИВНОСТЬ В ЯЗЫКЕ СОВРЕМЕННОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (на материале англо-, русско- и испаноязычных изданий)

Политика и язык тесно связаны между собой, так как политическая деятельность по сути своей является речевым действием. Понятие политического дискурса, в широком смысле, подразумевает формы взаимодействия, в которых хотя бы одна из его составляющих относится к сфере политики: субъект, адресат или содержание послания [Корнева, с. 164]. Следовательно, политическим дискурсом считается не только институциональный или официально-деловой политический дискурс, но также масс-медийный политический дискурс [там же].

Чтобы быть эффективным, политический дискурс должен использовать правильную дозировку экспрессивности и стандартизации. Одним из стилистических средств, обеспечивающих такую экспрессивность, является фразеологическая единица.

В настоящей работе рассматриваются особенности использования фразеологизмов в политических текстах, представленных в русскоязычных, испаноязычных и англоязычных СМИ (около 200 фразеологических единиц, отобранных за декабрь 2021 года и январь-февраль 2022 года).

Результаты проведенного исследования можно представить в виде 3 тезисов.

1. Используемые в политическом дискурсе фразеологизмы делятся на две группы: фразеологизмы, относящиеся исключительно к политической сфере и фразеологизмы неполитической природы, связанные с бытовой областью.

2. Среди отобранных единиц преобладают фразеологические единицы неполитической природы. Эта тенденция, возможно, объясняется намерением авторов использовать общеупотребительную лексику и выражения, с которыми знакомы получатели сообщения, чтобы облегчить их понимание.

3. Частое введение фразеологизмов (трансформированных и нетрансформированных) в названия статей. Это можно объяснить стремлением привлечь внимание читателей интересным и увлекательным газетным заголовком, представляющим собой речевой элемент и выполняющим не только информативную функцию, но и оценочно-экспрессивную.

Можно заключить, что особенностями фразеологических единиц в политическом дискурсе, помимо их информативного и прагматического свойства, являются эмоционально-экспрессивная окрашенность, образная выразительность и вариативность, цель которой пробуждение интереса публики к событиям, происходящим в современной политической реальности.

М. Цыбульская

ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТЬ В ЖАНРЕ КИНОРЕЦЕНЗИИ (на материале русского и английского языков)

Интертекстуальность давно и прочно является одной из самых продуктивных теоретических проблем, изучаемых как зарубежными, так и отечественными лингвистами. В последнее время это понятие активно завоёвывает новые области применения. В их числе также оказывается и публицистика.

Целью нашего научного исследования является выявление особенностей реализации интертекстуальных связей в кинокритике на русском и английском языках. Актуальность данного исследования обусловлена сразу несколькими факторами. С одной стороны, возросшим интересом к категории интертекстуальности как явлению культуры и как текстовой категории, а с другой – явной необходимостью изучения специфики её проявления в пространстве кинокритики, которые были созданы в различных культурно-языковых сообществах.

К определению термина «интертекстуальность» существует множество подходов, узких и широких трактовок, но в данном исследовании мы будем считать, что интертекстуальность – это «общее свойство текстов, выражаю-

щееся в наличии связей, благодаря которым тексты могут явно или неявно ссылаться друг на друга» (Кристева Ю., 1967). Для того, чтобы реципиент мог распознать интертекстуальную интенцию автора, текст должен содержать интертекстуальные индексы. Для создания подобных индексов авторы используют различные инструменты интертекстуальности: цитаты, аллюзии и реминисценции.

Материалом нашего анализа послужили кинокритические статьи на следующие фильмы: «Интерстеллар» (2014), «По соображениям совести» (2016), «Побег из Шоушенка» (1994). Мы изучили 25 русских и 25 английских кинокритических статей, доступных на специализированных англоязычных («IMDb», «RogerEbert») и русскоязычных («Кинопоиск», «Искусство кино», «Канобу») интернет-платформах.

В ходе исследования пространства кинокритических статей на русском языке нами было выявлено 39 интертекстуальных включений: 19 цитат (49 %), 16 аллюзий (41 %) и 4 реминисценции (10 %). В кинокритических статьях на английском языке, несмотря на их большую содержательность и разнообразие способов выражения оценочности, было выявлено всего 24 интертекстуальных маркера: 13 цитат (54 %), 10 аллюзий (41 %) и одна реминисценция (5 %).

Таким образом, результаты анализа практического материала как на русском, так и на английском языке показали, что самым распространённым и очевидным маркером интертекстуальности текста кинокритической статьи является цитата. Было отмечено, что при создании интертекстуальных индексов в поле интереса составителей кинокритических статей чаще всего попадают факты из мифологии, всемирной истории и Библии. Также широкое распространение в кинокритических статьях получил приём введения рецензентом диалогов или реплик, взятых из исходного кинофильма, в основной текст статьи.

Чжэн Хаоянь, Л. В. Чернышова

ОБРАЗ ЗДОРОВЬЯ В РУССКОЙ И КИТАЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Культурная информация, хранящаяся во внутренней форме фразеологических единиц (ФЕ), являющаяся образным представлением о мире, придающая фразеологизму культурно-национальный колорит, указывает на особенности в мировидении двух народов. Сопоставление позволяет выявить как сходство в восприятии окружающего мира, свойственное всем людям независимо от их национальности, так и различия, обусловленные особенностями жизни и культуры. Сравнительный анализ русской и китайской фразеологии показал, что ФЕ, манифестирующие культурный смысл 'здоровье', входят их количественной представленностью в русской и китайской культурах в актуализированный ранг (91 русская и 67 китайских ФЕ с компонентами *здоровье*, *здоровый*, всего 158 ФЕ).

Следует отметить особенности самого фактического материала. В русской народной фразеологии отражен преимущественно практический взгляд на вещи, ФЕ – это результат творчества простого народа. На китайскую

фразеологию большое влияние оказала китайская философия и медицина. Русским наивным взглядам часто противостоят взгляды, построенные на философии Лао Цзи.

В целом, в русских и китайских представлениях о здоровье отмечается значительное *сходство*: во-первых, оно складывается из здоровья *души* и *тела*, во-вторых, это *ценность*, *самое главное для человека*, *богатство*. Однако и в том, и в другом материале показано, что здоровый человек не ценит своего здоровья. Здоровье связывается с *молодостью* и выступает в оппозиции с *болезнью*. Здоровье обеспечивает *привлекательность*, *внешнюю красоту*. Ему сопутствуют *счастье* в жизни, *покой*, *доброта* характера. Сохраняет здоровье определенная *еда*, *умеренность* в ней, *достаточный сон*, *соблюдение чистоты* (русский концепт *баня*), *движение*, *закалка организма*. Ему вредит *жадность* и *гнев*. В обоих лингвокультурах проявляется табуированность, закрытость темы здоровья: в русской это боязнь *сглаза*: *Здоровый урока не боится; Здорового и призор не берёт*; когда китаец заболевает, то с целью избавления, отстранения от болезни он говорит: *У меня заболела собака (или лошадь)*.

Перечисленные общие взгляды сопровождаются некоторыми расхождениями, обусловленными определенными факторами, – религией, местом проживания, культурой, а в случае с китайским материалом – древней философией и медициной. Указанные факторы привели к возникновению *различий* в образе здоровья, и мы уделяем им большее внимание, так как учет расхождений в мировоззрении совершенно необходим для достижения взаимопонимания в процессе межкультурной коммуникации.

1. В русской фразеологии здоровье – это *подарок Бога*: *Дал бы Бог здоровья, а дней впереди много* и др. Подобное представление коррелирует с религиозными *предписаниями о добродетелях и грех каменному сердцу здоровым не быть* и др. В китайской фразеологии эта мысль проявлена очень слабо, мы встречаем упоминание о Боге, точнее, о *бессмертном святом* в ФЕ: *健康就是福, 无病活神仙 – здоровье – счастье*. Отсутствие сакрализации в китайском материале характеризует особый взгляд на мироустройство (атеизм / буддизм).

2. В русской лингвокультуре не принято чрезмерно заботиться о своем здоровье, здесь отражена вера в судьбу, предопределенность жизни человека: *Прибавит бог здоровья!; Не дал бог здоровья, не даст и лекарь* и др., в китайской же представлена целая система мероприятий по сохранению и укреплению здоровья.

Ментальность и культура китайского народа сохраняет традиции китайской древней философии «золотой середины», основоположником которой был Конфуций. «Путь золотой середины» как методология советует людям избегать диаметрально противоположных крайностей и выбирать *здоровый образ жизни*. Понятие *здоровый образ жизни* представлено смысловыми группами: питание, здоровые привычки, забота о здоровье. В китайской ментальности принято философски относиться к тому, что болезнь рано или

поздно может настичь любого человека, несмотря на предпринимаемые им меры профилактики: *好汉只怕病来磨* – даже здоровый мужчина боится мучений болезни и др.

Русских примеров ФЕ, манифестирующих здоровый образ жизни, немного: *если хочешь быть здоров – закаляйся; двигайся больше, проживешь дольше; курить – здоровью вредить*, в китайском материале их большое количество: *好的医生是自己, 最好的运动是步行*. – лучший врач – ты сам, лучшее упражнение – ходьба; *身体 常动, 保健康, 不动则易病* – часто двигайся, чтобы сохранить здоровье. Не двигаясь, ты будешь болеть; *铁不冶炼不成钢, 人不运动不健康*. – железо – это не выплавленная сталь, нетренированное тело не ведет к здоровью; *身体锻炼好, 八十不服老* – хорошо закаляй тело, и тогда никто не поверит, что тебе на самом деле 80 лет и многие другие.

3. Оба народа выделяют две составляющие здоровья человека: *здоровье души* и *здоровье тела*, однако здоровью души посвящен гораздо больший в количественном отношении китайский материал.

Духовное состояние считается одним из самых важных решающих факторов здоровья: *здоровая душа и телом хороша; 千保健, 万保健, 心态平衡是关键* – Несмотря на тысячу методов здравоохранения, спокойное душевное состояние является ключом здоровья. Китайская фразеология развивает эту тему. Духовное здоровье, спокойствие способствует здоровью тела, его полноте, что в наивном понимании положительно: *心宽体胖* – душа широкая и полное тело; *心宽体胖* – У человека широкая натура, у него нет забот, и он толстеет. Хороший аппетит прежде всего у спокойных людей, он зависит от душевного здоровья. Есть и альтернативный взгляд на проблему, он существует и в русской культуре, но не отражен во фразеологии: *祸害一千年* – Хорошие люди не живут долго, плохие могут жить целую тысячу лет и др.

4. Большое значение в сохранении здоровья *тела* имеет *питание*. Гораздо ярче эта сема проявлена в китайском материале. Даются различные рекомендации по поводу еды: для какого органа какая еда необходима, польза вегетарианского питания, диеты, режима, советы, восходящие к известной во всем мире китайской медицине. Здесь отмечено почему нельзя нарушать что-либо в режиме питания, какой орган при этом пострадает, например, *食多伤脾* – переесть вредно для селезёнки и мн. др. Русский материал такого рода немногочислен. Здесь, во-первых, отмечается, что хорошим аппетитом обладают здоровые люди, причем, не только положительные и работающие, но и лентяи, поэтому последние часто являются объектом иронии: *больной – аппетит тройной; здоров на еду, да хил на работу* и др., во-вторых, русские верят: чтобы быть здоровым, необходимо есть то, чего требует организм, а не то, что рекомендует медицина: *что в рот полезло, то и полезно*.

5. Для китайской лингвокультуры очень важно значение 'здоровье – долголетие', его не отмечает русский материал. В китайских ФЕ часто указываются конкретные даты, связанные с долголетием человека (80, 99, 100 лет), намекается на его бессмертие: *心胸宽大能撑船, 健康长寿过百年 – Широко мыслящие могут поддерживать корабль, здоровье и жить более 100 лет; Хорошие дела убивают гнев, жизнь бесконечна* и др.

6. Авторство и русской, и китайской фразеологии принадлежит в основном мужчине. Согласно мускуливному взгляду на жизнь, для здоровья важна жена. Причем, русский мужчина желает жену здоровую: *Муж любит жену здоровую, а сестру богатую*, для китайца же хорошая жена обеспечивает ему здоровье, это своеобразное лекарство: *妻贤夫病少, 好妻胜良药 – если жена хорошая, муж меньше болеет, хорошая жена – лучшее лекарство*.

7. Специфической чертой китайского мировоззрения является взгляд на хорошее здоровье как на повод для экономии денег: *锻炼等于储蓄, 健康就是省钱 – Физические упражнения равны экономии, здоровье – это экономия денег; 健康是金, 节俭是银 – Здоровье – золото, расчётливость – серебро*.

8. Китайцы большое внимание уделяют препятствующим сохранению здоровья унынию и тоске. Материал содержит многочисленные рекомендации по поводу устранения этих причин нездоровья: не обращать внимание на мелочи, широко мыслить, найти любимое занятие, улыбаться, петь, поплакать.

9. В русской фразеологии о здоровье часто проявляется сема 'здоровый человек как объект иронии': *Здоровьем болен; Здоров как бык и не знаю, как быть* и др., для китайцев тема здоровья очень серьезна и не является поводом для шуток.

Образ здоровья относится к универсальным концептам, он важен для всех культур, однако наш анализ показал, что кроме универсально значимых характеристик, русские и китайские представления обладают особой этноспецифической окрашенностью, что сигнализирует об особенностях менталитетов и может стать причиной сбоев в межкультурной коммуникации.

А. Чиркун

ГЕНДЕРНАЯ СПЕЦИФИКА ИМЯНАРЕЧЕНИЯ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Гендерные роли и отношения определяются целой совокупностью факторов, среди которых выделяются половой, социальный, культурный, а также этнический. Как отвечают Р. Водак и Г. Бенке, правильнее было бы говорить не о гендере, а о «гендерах», поскольку представления о том, что значит быть мужчиной или женщиной меняются от поколения к поколению и разли-

чаются в разных расовых, этнических и религиозных группах. Одной из важнейших задач гендерной лингвистики является выявление гендерных стереотипов и их роли в формировании семантики языка.

Гендерная стереотипизация отражает культурно обусловленные оценки и находит свое воплощение на всех языковых уровнях. Китайские личные имена, являясь неотъемлемой частью языка, также отражают существующие в китайском обществе гендерные стереотипы.

Проведенный гендерный анализ китайских имен свидетельствует о том, что женские имена передаются весьма широким спектром иероглифов. К числу наиболее частотных из них относятся, иероглифы, содержащие логограммы, которые обозначают: 1) абстрактное значение (любовь, милосердие, верность, красота, нежность, счастье, истина); 2) растительный мир (цветок, рис, хризантема, ива и т.д.); 3) материальные объекты; 4) животный мир; 5) цвет; 6) аромат, приятный запах. Мы установили, что к первой группе относится логограмма 娟, встречающаяся в именах Сюэцзюань (秀娟), Лицзюань (丽娟). Примерами логограмм второй группы являются 秀 (Мэйсю (梅秀), Сюин (秀英)) 花 (Сю Хуа (秀花), Сяо Хуа (小花)) и др. Логограммы 珠 (Юйчжу (玉珠), Баочжу (宝珠)), 彩 (Цай Ся (彩霞), Цай Хун (彩虹)) относятся к третьей группе, а логограмма 燕 (Яньцзы (燕子), Фэйянь (飞燕)) – к четвертой. Примером логограмм пятой группы является логограмма 红 (Хун Ин (红英), Хун Хун (红红)), а шестой – логограммы 芬 (Юй Фэнь (玉芬), Чунь Фэнь (春芬)), 芳 (Юй Фан (玉芳), Жуй Фан (瑞芳)).

Результаты анализа китайских мужских имен свидетельствуют о том, что в их формировании большую роль сыграли конфуцианские и даосские идеи, ставшие традиционными в китайском обществе. К числу наиболее частотных логограмм, входящих в состав мужских китайских имен, относятся логограммы, обозначающие: 1) смелость и храбрость, логограмма 勇 (Сяо Юн (小勇), Да Юн (大勇)); 2) физическая сила, логограммы 强 (Футъян (富强)), 健 (Ган Цзянь (刚健), Цзяньфу (健夫)); 3) воин, логограмма 军 (Чжан Цзюнь (张军), Айцзюнь (爱军)).

Таким образом, большинство логограмм, входящих в состав китайских женских имен, представляют собой различные эпитеты, характеризующие внешность или внутренний мир женщины, а также названия различных растений, цветов, птиц и т.д. Между тем логограммы, являющиеся неотъемлемой частью китайских мужских имен, связаны с такими качествами, как мужество, сила, упорство, настойчивость, смелость.

Д. Шавель

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ДИСКУРС КАК ОТРАЖЕНИЕ КУЛЬТУРЫ НАРОДА (на материале английского языка)

Гастрономический дискурс является одним из видов воплощения специфики национального языка в процессе коммуникации, имеющей отношение к пище. Ситуация потребления национально обусловлена, отражает этнические, религиозные, культурные особенности народов

Исследование названий блюд позволяет выявить механизмы формирования образов в сознании человека и понять мировосприятие и ценностные установки народа в целом.

Цель проводимого исследования заключается в установлении специфики номинации блюд британской и европейской кухни.

Материалом для исследования послужили современные аутентичные тексты меню восьми британских ресторанов, которые специализируются на британской и европейской кухне и в настоящее время являются наиболее популярными заведениями с рейтингом не ниже трех звезд. Из текстов меню методом сплошной выборки были отобраны 220 наименований блюд.

На следующем этапе нами была произведена тематическая классификация отобранного практического материала в соответствии с входящими в его состав компонентами. Было выделено и описано 6 тематических групп наименований блюд, а именно: номинации, обусловленные составом и способом приготовления блюда; номинации, связанные с локальной отнесенностью блюда; креативные номинации; номинации, указывающие на время приема пищи (сезон, день недели, часть дня); номинации в честь личностей (создатель блюда; известная личность); номинации в честь праздников.

Количественный анализ отобранных наименований показал, что 52 единицы (23,64 %) включены в несколько меню полностью или с изменением компонента (*Sticky Toffee Pudding*, *Beef Wellington*, *Rib-Eye Steak*).

Наиболее частотными (77,22 %) являются номинации, обусловленные составом и способом приготовления блюда (*Bone Marrow with Onions*, *Slow Cooked Beet Cheek*).

Среди номинаций, обусловленных составом и способом приготовления блюда, наиболее популярной и многочисленной подгруппой являются номинации, мотивированные составом блюда (58,97 %), например, *Spinach & Truffle Oil*, *Mushroom*, *Truffle and Ricotta Rigatoni*.

Многие наименования блюд являются многокомпонентными и отражают несколько характеристик блюда. Например, одна и та же номинация может указывать и на используемые при приготовлении ингредиенты, и на способ приготовления, например, *Deep Fried Haddock and Chips*; или же одна номинация может обозначать как место происхождения блюда, так и способ его приготовления или перечисление ингредиентов (*Devon Crab on Toast*, *Severn and Wye Smoked Salmon*).

ВОСТОКОВЕДЕНИЕ

Ю. Антонович

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ НАИМЕНОВАНИЙ БЛЮД КИТАЙСКОЙ КУХНИ

Китайские блюда имеют не только уникальные вкусовые качества, но и обладают наименованиями с особым значением. Наименования блюд китайской кухни являются важной частью китайской истории и культуры и отражают ценности и традиции жителей Китая. В качестве материала для нашего исследования выступило меню ресторана “红旗饭庄” ‘Красное знамя’ в Тяньцзине. Число наименований, выбранных для нашего исследования, составило 208 единиц. 28 наименований блюд данного меню в своем составе имеют семантический компонент со значением культурной реалии. Культурный компонент языковой единицы отражает связь знака и культуры, которая обусловлена национальной культурой (Семенова, 2012).

Культурная реалия в наименованиях китайских блюд может быть выражена:

1. Топонимом. Например, блюдо 京酱肉丝 ‘рубленая свинина в соевом соусе по-пекински’ в своем названии имеет иероглиф 京 (сокращение от 北京 ‘Пекин’), обозначающий, что блюдо происходит из Пекина.

2. Антропонимом. Считается, что всем известное блюдо 宫保鸡丁 ‘цыпленок гунбао’ было придумано по инициативе человека, который занимал должность гунбао при императорском дворе (Ли Сыци, 2019).

Помимо этого, название блюда может быть обусловлено:

3. Содержанием легенды/сказания (блюдо 全家福 ‘семейное счастье’). Согласно легенде, студент-конфуцианец Чжу Сянь был вынужден покинуть свою семью и бежать из города. Он долго скитался, а когда вернулся на родину, узнал, что его дом был разрушен, а семья исчезла. Спустя много лет, благодаря одному рыбаку, он воссоединился со своим сыном, а позже и с женой. В честь этого события они устроили праздник, главным блюдом на котором было рагу из различных ингредиентов, собранных с гор и морей. Сейчас данное блюдо подается на праздниках, символизируя семейное благополучие и единство.

4. Традициями китайского народа. Китайская кухня знаменита своими приправами и острыми блюдами. Так блюдо 口水鸡 «слюнявый цыпленок» получило такое название из-за наличия сычуаньского перца в его составе, который вызывает сильное непроизвольное слюноотделение.

5. Духовными ценностями китайского этноса. Например, блюдо 四喜丸子 ‘мясные тефтели “четыре счастья”’ состоит из четырех мясных шариков, которые символизирует счастье, благополучие, долголетие и радость.

Таким образом, наименования блюд с культурным компонентом демонстрируют неразрывную связь языка и культуры. Китайская кухня имеет долгую историю и древние традиции, поэтому национальные блюда являются отражением традиционной китайской культуры.

А. Бадюкова

ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОНГЛИШ-ЗАИМСТВОВАНИЙ В КОРЕЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Данная работа посвящена определению особенностей конглиш-заимствований в корейском языке. Л. П. Крысин определяет заимствование как «процесс перемещения различных элементов из одного языка в другой» (Крысин Л. П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике. 2004. С. 25.). Актуальность темы данной работы определяется стремлением корейской молодежи импортировать и адаптировать американскую культуру. Материалом исследования послужил телевизионный дискурс. В рамках данного исследования были проанализированы 200 конглиш-заимствований.

Исходной точкой анализа была гипотеза, что заимствования, адаптируясь к нормам принимающего языка, подвергаются определённым изменениям.

1. Фонетическая адаптация. Фонетическая адаптация вызвана различием артикуляционных и фонологических систем корейского и английского языков. Звуки и звукосочетания, не имеющие аналога в корейском языке, заменяются корейскими фонемами, наиболее близкими по слуховому восприятию к английским. Фонетической адаптации были подвергнуты все 200 слов (100 %).

2. Грамматическая адаптация. Большинство заимствованных слов в корейском языке употребляются самостоятельно, однако есть те, что употребляются исключительно с корейскими морфемами. Например, имена прилагательные и глаголы образуются путем прибавления к заимствованному слову суффиксов –하다 и -되다: *리얼하다* *real* ‘настоящий’, *오픈하다* *open* ‘открытый’, *매치/도다* *match* ‘совпадать’. Грамматической адаптации подверглись 15 слов (7,5 %).

3. Лексическая адаптация. При заимствовании также может измениться объем значения слова. В качестве примера рассмотрим слово *보이/boy* ‘букв.: мальчик’, в корейском языке оно используется в значении «носильщик мелких грузов или курьер, посыльный, разносчик в ресторане или отеле». Лексической адаптации подверглись 12 слов (6 %), в 11 случаях произошла спецификация значения, также наблюдался 1 случай метонимии.

Результаты проведенного нами анализа позволяют заключить, что процесс освоения конглиш-заимствований в корейском языке затрагивает все аспекты языковой структуры. Освоение обусловлено широким использованием конглиша среди широких слоев населения, что стимулирует изменения на фонетическом, грамматическом и лексическом уровнях.

К. Бату́ро

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕОНИМОВ 上帝 И 神

В условиях глобализации в Китае возник интерес к западным религиозным традициям, в частности к христианству. В рамках сотрудничества европейских стран и Китая налаживались отношения в разных сферах жизни. В числе таких сфер жизни можно назвать и религиозную. Поэтому для развития отношений в рамках христианского сотрудничества возникла необходимость в Библии, переведенной на китайский язык. В процессе перевода Священного Писания возникла проблема передачи некоторых религиозных терминов. Особый интерес для нас представляют термины, обозначающие *верховное божество* (теонимы), так как они являются основополагающими в терминологии любой религии.

Нами был проведен анализ вариантов перевода главного наименования божества – теонима *Бог*.

В словаре православной лексики представлен только один вариант китайского перевода слова *Бог*: 上帝 ‘верховный/небесный правитель/владыка’ – термин, обозначающий ‘небесное божество, повелевающее тьмой вещей’. Во второй половине XIX в. в рядах протестантов разгорелась полемика о терминах 上帝 и 神 как эквивалентах понятия Бог. Лингвист В. Бун отстаивал правомерность иероглифа 神 ‘небесный дух, божество’, состоящего из графем *алтарь* для жертвоприношений и *молния*, т.к. во всех культурах имена Христианского Бога изначально обозначали языческих богов (евр. *элохим*, греч. *теос* и т.д.) (Бун, 1827). Дж. Легг отстаивал термин 上帝, обозначающий ‘верховного правителя’, которому китайцы поклонялись, а также верили, что он наделил человечество добродетельной природой и сотворил все вещи (Легг, 1872). Чжан Байчунь считает, что оба варианта имеют одинаковую силу. Разница заключается в их сочетаемости с другими словами. Например, термин *обожение* (*теозис*) переводится в китайском языке как 神化, но не 上帝化 (Байчунь, 2006).

Результаты анализа показали, что бином 上帝 теснее связан с Христианством, нежели 神, который семантически ближе к политеистическим религиям. При этом 上帝 тяготеет к самостоятельному использованию, а 神 в основном используется в составе сложных слов. Следовательно, на наш взгляд, более целесообразно использовать слово 上帝 в качестве перевода православного термина *Бог*, нежели 神.

Таким образом, не смотря на то, что при переводе текстов русской религиозной философии термин 神 употребляется китайскими переводчиками для передачи значения «Бог» так же часто, как и 上帝, его использование более характерно для передачи сочетаний ‘божественный’, во избежание смысловых нагромождений.

Дж. Бирюк

ИНТЕРНЕТ-МЕМЫ КАК ФЕНОМЕН СОВРЕМЕННОЙ КИТАЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЫ

Интернет-мем – это информация, которая осознанно (или неосознанно) активно распространяется по Интернету различными способами. *Мемы* могут быть выражены определенными высказываниями, картинками, видео или звукозаписями, которые имеют особое значение. В китайском языке для того, чтобы обозначить англицизм *мем*, иногда используют фонетическую кальку 模因 *móyīn*, а также понятие 梗 *gěng* ‘шутка’. Однако при опросе молодых людей – представителей китайской лингвокультуры – было выявлено, что в разговоре, как правило, используется понятие 表情包 *biǎoqíngbāo* ‘набор стикеров, интернет-мем, мем’. Первоначально это понятие несло в себе значение ‘набор смайликов’, однако в настоящее время данная единица расширила свое семантическое значение. В последнее время в китайскоязычном коммуникативном пространстве интернета можно выделить несколько тенденций использования *интернет-мемов*:

1. Сочетание нарисованных и реалистичных элементов. В китайскоязычном пространстве широко распространены *мемы* с 画画大佬 ‘нарисованный большой брат/босс’. Обличие персонажа может быть выражено относительно просто нарисованными очертаниями частей тела и в то же самое время четко нарисованными чертами лица. И наоборот.

2. Удвоение односложных иероглифов. Данный прием может придавать высказыванию уменьшительно-ласкательный оттенок. Большое количество надписей в *интернет-мемах* выражено удвоением глагола, например, 贴贴 что значит ‘прижиматься друг к другу различными частями тела, обычно лицом’; удвоением дополнения в 离合动词 ‘раздельно-слитных словах’: 睡觉觉时间到了 ‘пришло время спатунки’.

3. Использование звукоподражаний. В китайских *интернет-мемах* широко распространено использование звукоподражательных слов, например, 么么哒 ‘чмок (звукоподражание поцелую)’, 嗷呜呜呜 ‘а-у-у (звукоподражание вою)’, 呜呜呜 ‘хнык-хнык (звукоподражание плача)’.

4. Использование цифровых сокращений. Надписи могут быть выражены цифровыми сокращениями. Например, 778 = 吃吃吧 ‘давай поедим’.

5. Использование скриншотов переписок. Довольно большой процент *интернет-мемов* состоит из снимков переписок пользователей известной китайской социальной сети 微信 ‘вичат’. Ее легко можно узнать по характерному оформлению пространства для переписки.

Таким образом, несмотря на то, что китайские *интернет-мемы* имеют общие характеристики с *интернет-мемами* других иноязычных коммуникативных пространств, при этом обладая целым рядом отличительных особенностей.

О. Богданова

СЕМАНТИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ РЕДУПЛИКАЦИИ КИТАЙСКИХ ЛОГОГРАММ

Знакообразование китайского языка представляет собой сложный процесс соединения логограмм и морфограмм (Готлиб О. М.). Часть сложных логограмм китайского языка образованы путем соединения идентичных компонентов, например, 弄 ‘карманный вор’ (рука + рука + рука). Также имеют место случаи т.н. двойной редупликации или квадропликации (淼 ‘водная гладь’, ‘течение’ (вода + вода + вода + вода), 四 ‘четыре’ (один + один + один + один), общий объем которых составляет, по нашим подсчетам, 11,1 % от общего числа плицированных иероглифов.

Анализ квадроплицированных сложных логограмм показал, что по своему значению могут быть выделены три типа знаков: 1) суммирование семантики (44,4 %), например, 一 ‘один’ → 亼 ‘четыре’, 屮 ‘росток’ → 𣎵 ‘заросли’, 鱼 ‘рыба’ → 𩺰 ‘много рыбы’; 2) интенсификация признака (33,3 %), например, 水 ‘вода’ → 淼 ‘водная гладь’, ‘течение’, 火 ‘огонь’ → 𤇀 ‘очень сильный пожар’, ‘разгореться’; 3) действие или состояние как результат взаимодействия нескольких объектов или действий 11,1 %, например, 工 ‘работа’ → 𠂔 ‘развиваться’, 又 ‘держат’ → 𠂔 ‘стежок’, 月 ‘луна’ → 𠂔 ‘ясный’, ‘светлый’.

Выделенные нами типы семантики зависимости однокомпонентного и четырехкомпонентного знака основаны на когнитивных основаниях, которые могут быть описаны в качестве формул-моделей.

1. «Объект А – Сумма объектов А». Однокомпонентный иероглиф 一 имеет значение ‘один’, ‘весь’. Квадриплицированный иероглиф 亼 состоит из четырех элементов 一 ‘один’, ‘весь’ и обозначает ‘четыре’. Иероглиф 鱼, состоящий из одного элемента, имеет значение ‘рыба’, а также обозначает всё, что связано с рыбой. Квадриплицированный иероглиф 𩺰 означает ‘много рыбы’, ‘изобилие рыбы’.

2. «Объект А – Интенсификация признака, выраженного объектом А». По данным этимологического словаря, однокомпонентный иероглиф 火 обозначает ‘огонь’, а квадриплицированный иероглиф, образованный интенсификацией, 𤇀 имеет значение ‘очень сильный пожар’, ‘разгореться’.

3. «Объект А – Действие или состояние с помощью объекта А». Например, иероглиф 工 обозначает ‘трудиться’, ‘ручной труд’ ‘работа’. Квадриплицированный иероглиф 𠂇 является устаревшим вариантом иероглифа 展 который означает ‘развиваться’. Иероглиф 又 обозначает ‘ладонь’, ‘держать’. Квадриплицированный иероглиф 𠂇𠂇𠂇𠂇 состоит из четырех элементов ‘ладонь’ и имеет значение ‘стежок’, ‘сплошной’. (Георгиевский С. М.).

Таким образом, квадрипликация в китайском знакообразовании является одним из продуктивных способов образования иероглифов со значением точного или неопределенного, а также метафорического количества.

Е. Бурак

ЗООНИМЫ «ТИГР/ЛЕВ» В КИТАЙСКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ (на материале фразеологических единиц)

Фразеологические единицы представляют собой богатый материал при изучении культуры народа и особенностей его мышления.

В лингвистике не ослабевает интерес к изучению фразеологических единиц, наблюдается активизация исследований, обусловленная интересом взаимосвязи языка и культуры.

Иероглиф *тигр/лев* 虎 имеет следующие значения: 1) пиктограмма, которая изображает тигра, стоящего на задних лапах; 2) тигр (третье животное из цикла 12, соответствует циклическому знаку 寅 обозначающему *год тигра*); 3) предупредительный (связывающий) ход (в шахматах, шашках); 4) храбрый, отважный, мужественный; 5) свирепый, жестокий.

В английском языке тигр толкуется как 1) крупное хищное млекопитающее семейства кошачьих, обитающее в Азии; 2) свирепый, кровожадный человек.

Сравнивая толкования в английском и китайском языке, приходим к выводу, что в Китае издревле почитают тигра. Он символизирует силу, храбрость и лидерские качества.

Нами был проведен анализ 50 фразеологических единиц с зоонимом *тигр/лев*, относящихся к китайской лингвокультуре, и 25 фразеологических единиц, относящихся к английской лингвокультуре (汉典, 2004; Oxford Concise School Dictionary, 2008).

На основе отобранного материала китайские фразеологические единицы можно отнести к следующим семантическим группам:

- негативные действия человека
- положительные действия человека
- негативные черты характера человека.

Примером фразеологизма, относящегося к семантической группе *негативные действия человека*, будет ченьюй 老虎头上搔痒 ‘чесать тигру голову’, имеющий значение ‘идти на риск’. В английском звучит как *have a tiger by*

the tail. К семантической группе *положительные действия* мы можем отнести китайское выражение 猛虎扑食 ‘с быстрой скоростью делать что-то’. Ченьюй 笑面老虎 ‘улыбающийся тигр’ обозначает вероломного, двуличного человека и относится к семантической группе *негативные черты характера человека*. В английском языке к этой группе относится фразеологизм *as wild as a tiger* ‘очень дикий’. Также в английском языке нам удалось выделить группу, обозначающую *положительные черты характера человека*, например, *paper tigers* ‘безобидный человек’.

На основании проведенного анализа можно установить, что фразеологические единицы как в английском, так и в китайском языках носят оценочный характер с преобладанием отрицательных коннотаций.

К. Бурдюк

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОБРАЩЕНИЙ В ДОРАМАХ НА КОРЕЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Целью данной работы стало изучение различных групп обращений, значимости и особенностей их использования в корейском языке. Использование обращений в корейском языке напрямую зависит от возраста, социального статуса, пола, места общения, отношения собеседника и степени знакомства. Результатом демократизации корейского общества стала утрата четкости социальных границ, следовательно, выбор подходящего обращения стал намного сложнее, что делает наше исследование актуальным.

Исследование проводилось на основе обращений, использованных в дораме «Итэвон Класс» 2020 года. Всего в дораме встретилось 751 обращение, из которых:

1. **Обращения по именам родства** (251) являются наиболее часто используемой группой, так как общение в семье и между родственниками имеет множество правил, сформировавшихся в результате многовековой традиции корейского общества: 검은 머리가 더 예뻐요, 언니 ‘Чёрные волосы тебе больше идут, старшая сестрёнка’.

2. **Обращения по должности/званию** (245) стали вторыми по количеству употреблений стали обращения по должности и званию из-за чёткой иерархии корейского общества: 사랑해요, 사장님 ‘Я люблю Вас, босс’.

3. **Обращения по междометиям** (136) использовались гораздо реже, т.к. являются неформальной формой обращения, что сужает круг употребления: 야... 몇 반이야? ‘Эй... в каком ты классе?’

4. **Обращения по местоимениям** (102):

더딜진 몰라도 저는 다른 길을 밟고 있고 그 끝에 당신이 있습니다 ‘Это может быть медленный процесс, но я делаю вещи шаг за шагом. И вы моя конечная цель’.

5. **Обращения по именам** (15). Немногочисленное употребление можно оправдать неформальностью: 이서야, 괜찮아? ‘Исо, ты в порядке?’

6. **Обращения по именам собирательным** (2) имеют самую узкую специфику ситуаций употребления (встретившиеся обращения используются лишь к группе людей либо близких по отношению, либо младше по возрасту), потому и встретились в дораме реже всего: 애들아, 잠깐만, 이거 좀 봐 ‘Ребята, подождите, поглядите’.

Таким образом, в использовании обращений в корейском языке чётко просматривается иерархия корейского общества. Перспектива данного исследования заключается в дальнейшем более подробном рассмотрении нетрадиционных случаев использования обращений, появившихся в результате развития корейского общества и языка.

Н. Василевская

СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ В БЛОГАХ НА ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

За последние несколько лет одним из важнейших источников информации стал интернет. И в рамках интернет-пространства блогосфера расширила свои возможности настолько сильно, что все труднее определить ее границы. Каждый день появляются новые платформы, форматы и блогеры, предлагающие свои темы для аудитории.

Блогосфера – совокупность всех блогов сети, предназначенных для: поиска и обмена информацией, формирования и высказывания своих мнений.

Блог (онлайн журнал, дневник событий) – веб-сайт, позволяющий регулярно публиковать заметки, статьи, изображения или медиаконтент на различные темы и получать отзывы на них.

Пост – это небольшой информационный блок, размещенный в соцсети, на форуме или в личном блоге.

В блогах на турецком языке авторы используют различные способы для выражения предположения в своих постах, такие как:

1. Наклонения, которые выражают отношение действия к действительности, представление действия говорящим либо в виде факта действительности, либо в виде условия, повеления, долженствования: *Bugün hava çok güzel. Pikniğe gidelim.* ‘Сегодня очень хорошая погода. Пойдем на пикник’.

2. Порядок слов, например вынесение главного члена предложения в начало для выражения отрицательного отношения, ироничного отрицания: *Dinlemeyecek seni!* ‘Не станет он тебя слушать!’.

3. Использование специальных слов и грамматических конструкций с модальной семантикой или же модальных слов таких как, *belki* ‘возможно, может быть, по-видимому’, *galiba* ‘вероятно’, *herhalde* ‘по-видимому, наверное, вероятно, по всей вероятности’ и других.

4. Использование грамматических времен на -mİş и -Ar/-Ir: *Hasan yarın spor yapar* 'Хасан завтра пойдет заниматься спортом'.

5. Использование аналитических конструкций со вспомогательными глаголами *olmak* 'быть' или *bulunmak* 'находиться': *Senin için ilk hedef, imtihanı atlamak olmalıdır*. 'Должно быть, для тебя самой первой целью является разделаться с экзаменом'.

Проанализировав 50 постов в рамках различных тем, мы выявили, что самым частотным средством является использование модальных слов, а порядок слов, например, вынесение главного члена предложения в начало для выражения отрицательного отношения, ироничного отрицания является менее употребляемым.

Е. Выборная

ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАИМЕНОВАНИЙ КИТАЙСКИХ КИНОФИЛЬМОВ

Фильмы являются важным составляющим элементом любой культуры, в том числе и китайской. Название – ориентир при выборе фильма, поэтому оно должно быть запоминающимся и содержательным, чтобы пробудить интерес зрителя. С точки зрения грамматической структуры названия фильмов делятся на 3 группы: 1) названия-словоформы; 2) названия-словосочетания; 3) названия-предложения (Антропова, 2008).

При анализе названий 123 китайских фильмов, вышедших на экраны в 2021 году, было выявлено, что *названия-слова составляют 13 % (16 исследуемых единиц)*. Такие названия являются краткими, их легко запомнить, однако они могут нести недостаточно первичной информации, что снизит интерес зрителя к просмотру фильма. Информативными они будут в том случае, если содержат указания на известные события, например, фильм *反击* 'Контрудар'. Также к данной группе относятся названия фильмов, содержащие имена собственные, состоящие из нескольких компонентов (например, имя и фамилия главного героя), однако не являющиеся названиями-словосочетаниями. Такие названия будут информативными, если герои уже известны зрителям, то есть являются известными личностями, мифическими персонажами, например, *杨戬* 'Ян Цзянь', где Ян Цзянь – божество китайского даосско-буддистского пантеона, бог-драконоборец.

Наиболее многочисленной группой являются названия-словосочетания. К данной группе относится 65 исследуемых единиц, что составляет 53 %. Названия-словосочетания, с одной стороны, отвечают требованиям краткости и лаконичности, а с другой стороны, предоставляют зрителям достаточно первичной информации о фильме. Также такие названия часто состоят из 4 иероглифов, что делает их похожими на китайские идиомы чэньюй, а потому привлекательными и запоминающимися. Например, *秘密访客* 'Дом, милый дом', *досл.: тайный визитер*, *铁道英雄* 'Железнодорожные герои'.

Вторыми по распространенности являются названия-предложения. В других языках такие названия практически не употребляются, так как являются громоздкими и плохо запоминаются зрителям. Китайский язык же лаконичный, в названиях часто используются одноиероглифические слова, поэтому они являются не только запоминающимися, но также и информативными. Данная группа включает в себя 42 единицы (34 %). Например, *我爱喵星人* 'Котопарень', *досл.*: я люблю обитателя планеты Мяу (шутливое название кошек и котов), *歌带你回家* 'Песня уносит тебя домой'.

Таким образом, при анализе грамматической структуры китайских фильмов, вышедших на экраны в 2021 году, установлено, что самой продуктивной моделью являются названия-словосочетания, отвечающие требованиям краткости и информативности.

II. Гибкий

ЭФФЕКТ ПРОШЕДШЕГО ВРЕМЕНИ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В каждом языке обозначения временных отношений имеют свои особенности. В китайском языке нет морфологических показателей времени. В связи с этим китайские лингвисты (Ван Ли, Гао Минкай, Тодо Акиясу, Юй Минь, Луи Шу- Сян) утверждали, что полусуффикс 了 (le) не имеет отношения к прошедшему времени, а «лишь означает то, что испытано и пережито» [Гордей, 1998, с. 38]. Под эффектом временных отношений понимается процедуральное представление временных отношений [Гордей, 2007]. Временной промежуток, возникающий между двумя завершёнными процессами в прошлом, будем называть эффектом прошедшего времени. Проанализировано 7400 фрагментов текстов корпуса китайского языка Пекинского университета языка и культуры, 44109 фрагментов текстов словаря БКРС, выявлено 215 случаев создания эффекта прошедшего времени. В представленных примерах один процесс в прошлом предшествует другому, что указывает на темпоральную конъюнкцию «и затем» [Гордей, 1998, с. 49].

Во фрагменте *王彤走访了5家贫困户, 送了四十块钱* ('Император Тун посетил 5 бедных семей, подарил им сорок юаней') первый процесс ('посетил') предшествует второму процессу ('подарил') в прошлом, что указывает на темпоральную конъюнкцию «и затем». Эффект прошедшего времени создан путем комбинации полусуффиксов 了 (le)».

Во фрагменте *来了一神经病, 我爸都无奈地望天了* ('Случилось психическое расстройство, папа весь день смотрел на небо') первый процесс ('случилось психическое расстройство') предшествует второму процессу ('смотрел на небо') в прошлом, что указывает на темпоральную конъюнкцию «и затем». Эффект прошедшего времени создан путем комбинации полусуффиксов 了 (le).

Во фрагменте 他付了1块钱, 看片HIGH了 ('Он заплатил один юань, посмотрел фильм «HIGH»') первый процесс ('заплатил') предшествует второму процессу ('посмотрел') в прошлом, что указывает на темпоральную конъюнкцию «и затем». Эффект прошедшего времени создан путем комбинации полусуффиксов 了 (le).

Таким образом, комбинация полусуффиксов 了 (le) является процедуральным синтаксическим средством создания эффекта прошедшего времени в китайском языке.

В. Голговская

СЕМАНТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДНЫХ ИЕРОГЛИФИЧЕСКИХ ЗНАКОВ С РАДИКАЛОМ-ЗООНИМОМ 虎 'ТИГР'

Семантическая организация иероглифического гнезда с радикалом-зоонимом 虎 hǔ 'тигр' представляет собой объединение сложных логограмм со значениями как представителя этого класса животных и его видов, так и прототипических свойств и качеств, которыми он может характеризоваться. В состав иероглифического гнезда вошли 24 производных иероглифических знака, которые могут быть организованы в следующие 11 групп: обозначения тигров (黠 shú 'чёрный тигр'); метафорические значения, основанием которых служат присущие выраженному радикалом характеристики и свойства (虎 hǔ 'храбрый'); процессуальные знаки, обозначающие действия, связанные с преступлением (虐 qián 'убивать'); чувства и эмоции (虞 yú 'тревога'); физические состояния и свойства живых существ (號 hào 'свиристовать'); топонимы (號 guó 'Го, несколько княжеств эпохи Чжоу'); наименования объектов неживой природы (虎 qián 'чурбан'); названия географических мест (虎 hǔ 'река Хуто'); значение узора (彪 biāo 'полосы на шкуре тигра'); грамматические явления (處 chù 'родовая морфема'); фамилии (虎 hǔ 'Ху'). В класс производных с радикалом 虎 hǔ 'тигр' вошли также обозначения самого животного или его видов, например, 彪 biāo 'мелкий тигр', 虬 qiú 'миф. рогатый тигр', 黠 shú 'чёрный тигр'. При этом данную группу составили видовые понятия, которые образуют с исходным радикалом родо-видовые отношения.

Производные иероглифы с радикалом 虎 hǔ 'тигр' имеют также метафорические значения, основанием которых служат присущие выраженному радикалом 虎 hǔ 'тигр' характеристики и свойства. Это такие иероглифические номинации, которые по своей семантике могут быть отнесены к группам: деспотизм (虐 nüè 'жестокий'); героизм (號 xiào 'отважный'); доброжелательность (處 chù 'почтительный'). К наибольшей системе производных единиц с радикалом 虎 hǔ 'тигр' относятся знаки со значением физического состояния и свойства живых существ. Эта группа включает в себя 13 иероглифов, например, 號 xiào 'рев тигра'.

Таким образом, в основу иероглифического выражения значения понятий, связанных с номинацией животных, их качеств, свойств, а также действий, ложатся базовые категориальные представления – конкретные обозначения животных, в частности, тигр. Это является основанием и прототипическим признаком для описания животного и связанного с ним атрибута или действия, а также соответствующих ассоциативных метафорических переносов, образующих в целом иероглифические классы единиц.

Я. Ефимчик

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЕДКИХ ГРАФЕМ В СОВРЕМЕННОЙ КИТАЙСКОЙ ПИСЬМЕННОСТИ

Китайская письменность зародилась более четырех тысяч лет назад. В период развития китайской письменности возникли десятки тысяч иероглифов, которые впоследствии подверглись упрощению и стандартизации. Несмотря на то, что с течением времени целый ряд графем исчез из активного употребления, некоторые из них все еще функционируют китайском языке.

Благодаря проведенному исследованию было выявлено несколько редких графем, которые являются достаточно нестандартными для современного китайского языка (Цзюань Лю, Лицунь Чжу, 2009). Существует около 64 редко встречающихся форм графем и меньшее количество редких графем.

Нами было рассмотрено 6 редких графем и их форм.

Графема 忄 представляет собой графему 心 – ‘сердце’ с дополнительной чертой. Имеет вид 忄, 忄, используется в нижней части иероглифов 恭 ‘почитать’, 慕 ‘тянуться, льнуть’.

Графема 扌. Ее этимология доподлинно неизвестна. Обозначает ‘росток’, либо ‘левую руку’. Используется в составе иероглифа 扌 ‘холм’.

Графема 丫 имеет значение ‘раздвоение’ или ‘вилка’. 丫 используется только в составе слов, как, например, 丫杈 ‘развилина (дерева)’.

Графемы 孑 и 孓 обозначают человека без левой и правой руки соответственно. Графема 孖 практически вышла из обихода, встречается в слове 孖孖 – ‘маленький’.

Графема 卵 означает ‘яйцо’ или ‘рождение’. Встречается в иероглифах 孵 ‘высиживать яйца’, 卵, 卵.

Графема 氵 – упрощение от 圣 или 𣶒. Обозначает ручьи, бегущие под землёй, текущая вода. Употребляется в иероглифе 经 ‘испытывать’.

Таким образом, были исследованы редко употребляемые графемы. Можно прийти к выводу, что большинство данных графем все еще используются в письменности, однако в новой для себя функции.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПОСЛОВИЦ И ПОГОВОРК КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА СО ЗНАЧЕНИЕМ «ЗДОРОВЬЯ И ДОЛГОЛЕТИЯ»

Тема здоровья занимает центральное место в жизни жителей Поднебесной. Это не секрет, что Китай известен всему миру как страна долгожителей, страна народной медицины. Ещё в глубокой древности в Китае, также, как и во всём мире, императоры стремились отыскать источники бессмертия. Всё это нашло отражение в фольклоре, языке и культуре Китая. Мы полагаем, что именно через язык, а именно через крылатые выражения, лучше всего можно познать эту страну.

В китайском языке существует 4 основных типа фразеологизмов: 1) 谚语 *yànyǔ* ‘поговорки, пословицы, народные изречения’; 2) 成语 *chéngyǔ* ‘идиомы, идиоматические выражения, фразеологизмы’; 3) 歇后语 *xiēhòuyǔ* ‘изречения с усечённой концовкой’; 4) 惯用语 *guànyòngyǔ* ‘устойчивые выражения’ (Ма Гофань, 1978). Для нашего исследования мы взяли 100 谚语 и разделили их на несколько групп, в зависимости от того, на что в большей степени китайцы акцентируют своё внимание в вопросе достижения долголетия и здоровья: 1) правильное питание – 40 % (40 пословиц): 早吃好, 午吃饱, 晚吃巧 ‘завтрак оставь себе, обед раздели с другом, а ужин отдай врагу’; 吃得慌 咽得忙 伤了胃口害了肠 ‘ешьте медленно, глотайте не спеша, чтобы не повредить желудок’; 一日三枣, 长生不老 ‘съедай 3 финика в день, и будешь жить долго’; 2) физическая активность – 18 % (18 пословиц): 饭后百步走, 活到九十九 ‘после еды пройдите 100 шагов и доживёте до 99 лет’ (Горелов, 1978); 3) здоровый сон – 10 % (10 пословиц): 中午睡觉好, 犹如捡个宝 ‘дневной сон – лучшая драгоценность’; 4) ментальное здоровье – 10 % (10 пословиц): 怒伤肝, 喜伤心, 悲忧惊恐伤命根 ‘гнев разрушает печень, чрезмерная радость изматывает сердце, страх сокращает жизнь’; 5) чистая вода – 8 % (8 пословиц): 冷水洗脸 美容保健 ‘умывай лицо холодной водой и сохранишь красоту’; 6) отсутствие вредных привычек – 3 % (3 пословицы): 尽量少喝酒 病魔绕道走 ‘пейте как можно меньше алкоголя и избежите болезней’; 7) чай – 3 % (3 пословицы): 白水切茶喝, 能活一百多 ‘пейте чай и проживёте больше 100 лет’; 饮了空腹茶, 疾病身上爬 ‘пейте чай натощак и не будите болеть’; 8) отсутствие лекарств – 3 % (3 пословицы): 药补不如食 ‘укрепление организма медикаментами уступает укреплению правильным питанием’ (Салимова, 2018; Горелов 1979).

Таким образом мы пришли к выводу, что пословицы и поговорки Поднебесной, охватывающие темы долголетия и здоровья, напрямую связаны с жизнью и историей народа. А их знание способствует лучшему пониманию культуры Китая и повышению профессионального уровня изучающих китайский язык.

ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ В КОРЕЕЯЗЫЧНОМ РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ

В настоящее время реклама стала частью нашей культуры. Приемы языковой игры являются самыми эффективными в достижении основной цели рекламы. Именно поэтому исследования структуры рекламного текста и анализ его языковых единиц являются актуальными сегодня. Целью данной работы является анализ проявления языковой игры на лексическом, словообразовательном, графическом и фонетическом уровнях. В ходе исследования было отобрано и проанализировано 50 рекламных текстов, на которые приходится 77 случаев употребления языковой игры. Это значит, что рекламные тексты могут сочетать в себе одновременно более чем один прием или уровень языковой игры. По результатам исследования можно утверждать, что наиболее частыми приемами языковой игры в корейской рекламе являются приемы фонетического уровня (33 случая). Вторым по частоте употребления уровнем языковой игры стал лексический уровень (18 случаев). Третью по величине группу языковой игры составляет словообразовательный уровень, на который приходится 14 случаев употребления. На графическом уровне было выявлено 13 случаев употребления. Следует отметить, что языковая игра в рекламных текстах чаще всего проявляется на нескольких уровнях одновременно. Следовательно, разграничения языковой игры по уровням относительно, а смешение разных уровней языковой игры в одном рекламном тексте подтверждает тот факт, что языковая игра является многофункциональной.

Приведем несколько примеров реализации языковой игры на различных уровнях. Реклама кофе макиато. *너무 맛있어서 가가 막히얏* ‘Потрясающе вкусный макиато’. В данном примере присутствует окказионализм, так как за основу взято выражение *가가 막히다* ‘удивительно, потрясающе’, часть которого заменили на *마키아또* ‘макиато’. В результате образовалось новое выражение, через которое реализован словообразовательный уровень, а через замену буквы на символ ♥ реализован графический уровень. Реклама компании Samsung Electronics о преимуществе изогнутых мониторов по сравнению с плоскими мониторами транслировалась под слоганом *우리 아이가 달라졌어요* ‘наш ребенок изменился’. Только в середине видео стало понятно, что под словом *아* ‘ребенок’ подразумевалось английское слово *eye* ‘глаз’. Языковая игра на фонетическом уровне в данном примере строится на схожести в произношении корейского и английского слова. Помимо этого, в рекламе присутствует графическое смешение, а именно замена буквы на изображение глаз.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ МЕТАФОРЫ СМЕРТИ И ЛЮБВИ
В ТЮРКЮ ЦЕНТРАЛЬНО-АНАТОЛИЙСКОГО
И ВОСТОЧНО-АНАТОЛИЙСКОГО РЕГИОНОВ ТУРЦИИ

Цель нашей работы заключалась в выявлении модели концептуализации смерти и любви в текстах турецких народных песен лирического содержания (тюркю). Материалом являлись отобранные методом сплошной выборки тюркю Центрально-Анатолийского (17 произведений) и Восточно-Анатолийского (14 произведений) регионов Турции.

Суть концептуальной метафоры заключается в понимании и переживании сущности одного вида через сущность другого вида (Дж. Лакофф и М. Джонс).

Так, в нашем исследовании метафоры, репрезентирующие смерть (23 случая всего), возможно разделить на метафоры естественной смерти (7 случаев) и метафоры насильственной смерти (16 случаев). Причиной естественной смерти героев тюркю во всех случаях является болезнь. Причиной насильственной смерти являлся расстрел (7 случаев), самоубийство (5 случаев) и сожжение (4 случая). В качестве примеров рассмотрим следующие метафорические проекции (здесь и далее справа указана сфера-источник, а слева – сфера-мишень):

СМЕРТЬ – ДВИЖЕНИЕ: *Canım benim Anadolım, gideyim mi senden gayrı* ‘Дорогой мой Анадолу, мне отныне уйти от тебя?’

СМЕРТЬ – БОЛЕЗНЬ: *Görünmez bir yara acısı çoktur* ‘Много боли от невидимой раны’.

Особенности концептуализации любви были рассмотрены на материале 35 метафор из 19 тюркю. Основу проанализированных произведений составляют истории несчастной любви, когда наиболее распространённой причиной разлуки становится различие материального положения девушки и юноши. Тюркю, основанные на историях разлуки, по данной причине в нашем исследовании встречались только в Центрально-Анатолийском регионе. Любовь в таких тюркю осмысливается в негативном ключе:

ЛЮБОВЬ – СТРАДАНИЕ: *Bunca gamı bunca derdi // Mevlam yalnız bana mı verdi* ‘Столько горя, столько бед // Бог дал лишь только мне?’

Отмечалось восприятие любви и в положительном аспекте:

ЛЮБОВЬ – ОЖИВАНИЕ: *Gine yeşillendi anam anam // Niğde bağları aslanım Niğde bağları* ‘О, мама, мама, снова зазеленели // Виноградники в Нииде, мой лев, виноградники в Нииде’.

В результате анализа были выявлены следующие совпадения в раскрытии концептов смерти и любви при помощи метафор: БОЛЕЗНЬ, ОРУЖИЕ, СУМАСШЕСТВИЕ, СГОРАНИЕ. Следовательно, хотя понятия любви и смерти являются полярными, они вызывают схожий отклик в душе человека.

Н. Кедрик

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ АРАБСКОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА В ТУНИСЕ И В ЛИВИИ

Целью работы является выявление специфики ливийского и тунисского диалектов арабского языка. В целом тунисцы и ливийцы говорят на арабском, официальном языке страны. Территориальный вариант языка используется в двух странах преимущественно в разговорной речи. Арабское письмо, используемое для тунисского и ливийского вариантов языка, соответствует стандартному арабскому. Наибольшее количество различий между тунисским, ливийским и стандартным арабским языком вызвано изменением значений арабских корней. В произношении между стандартным, тунисским и ливийским арабским языком существуют различия. В тунисском арабском варианте языка по-разному произносятся слова в зависимости от их орфографии и положения в тексте. В ливийском варианте языка итальянские слова, которые были приняты и интегрированы в ливийский арабский язык, фонетически адаптированы. В тунисском арабском языке существительные и прилагательные делятся на существительные с «правильным» множественным числом и существительные с «неправильным» множественным числом. «Неправильное» множественное число во многом похоже на стандартные арабские грамматические правила. Смена пола достигается для существительных и прилагательных в единственном числе путем добавления суффикса –а. Например: ‘ معلمة – معلم’. Глаголы спрягаются в пяти временах: совершенном, несовершенном, будущем, повелительном, условном настоящем и условном прошедшем времени, а также есть несколько особых предлогов и союзов. В ливийском варианте нет различий грамматических падежей по склонению. Существительные в ливийском арабском языке имеют два рода. Форма глаголов для двойного числа была полностью утеряна, но существительные имеют специальную форму двойного числа.

Различия между тунисским, ливийским вариантами и стандартным арабским языком заключаются в употреблении заимствований из итальянского, испанского, французского и турецкого. В тунисском варианте языка частотны французские заимствования, а в ливийском территориальном варианте в большей степени ощущается влияние итальянского языка.

А. Крамич

КУЛЬТУРА ЧАЯ ВО ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

茶 ‘чай’ занимает важное место в китайской лингвокультуре. В Китае есть поговорка: ‘Лучше остаться на три дня без соли, чем на один день без чая’. Приготовление чая – особый ритуал встречи дорогих гостей. В китай-

ском языке для описания ритуала приема гостей используются различные сочетания с лексемой 茶 ‘чай’, например, 茶道 ‘чайная церемония’, 茶艺 ‘чайный прибор’, 上茶 ‘подавать чай’, 敬茶 ‘подавать чай (гостям)’, 以茶代酒 ‘вместо спиртного пить чай’ (Чжан Мян, Саяхова, 2017).

Нами был проведен анализ 30 фразеологических единиц с лексемой чай, относящихся к китайской лингвокультуре. Анализ показал, что преобладают фразеологизмы, обозначающие национальные традиции выращивания чая. На основе проведенного анализа китайские фразеологические единицы с лексемой *чай* можно отнести к следующим семантическим группам:

- национальные традиции выращивания чая, например, 春草留一丫 ‘оставь немного чайной травы перед следующим сбором чая’, 若要茶树好 ‘чтобы чайному дереву было хорошо, надо подложить траву’ (23 %);
- свободное времяпрепровождение, например, 茶余饭后, 酒后茶余 ‘в свободное время’ (20 %);
- межличностные отношения, например, 人走茶凉 ‘с глаз долой из сердца вон’, 尹子之交炎如水, 茶人之交醇如茶 ‘отношения должны быть простыми, подобно отношениям между любителями чая’ (16 %);
- продукт питания, например, 家常茶饭 ‘домашняя еда’, 三茶六饭 ‘щедрое угощение’ (13 %);
- целебные свойства, например, 苦茶之饭, 明白清心 ‘горький чай укрепляет сердце’ (13 %);
- эмоции, например: 茶饭无心 ‘меланхоличный, страдающий’ (6 %);
- образ жизни, например, 粗茶淡饭 ‘жить экономно’, 浪酒闲茶 ‘жить разгульно’ (6 %).

Таким образом, проведя анализ фразеологических единиц, мы установили, что *чай* в китайской лингвокультуре рассматривается не только как рядовой повседневный напиток, но и как средство выражения национальных традиций. Это обусловлено наибольшим процентом наличия фразеологических единиц, описывающих особенности выращивания, хранения и использования чая. *Чай* может выражать различные межличностные отношения. Например, в анализе встречаются обороты со значением привязанности или разногласия. *Чай* способен заменить все продукты питания, исцелить, помочь выразить эмоции, а также описать образ жизни. *Чай* выступает средством выражения свободного времяпрепровождения, это подтверждается разнообразием рассмотренных чэньюнев.

А. Лютыч

ВЛИЯНИЕ СМИ НА КИТАЙСКИЙ ЯЗЫК

Средства массовой информации – неотъемлемая часть жизни любого человека. СМИ играют важную роль в формировании общественного мнения, освещая различные события как в мире, так и в определённой стране. Они оказывают влияние на многие сферы жизни, на нормы языка, вкусы и предпочтения носителей языка.

При исследовании различных китайских средств массовой информации были выявлены основные тенденции их влияния на китайский язык.

Во-первых, *появление новых слов в китайском языке*. Данное явление обусловлено бурным развитием системы инноваций в Китае. В настоящее время огромное внимание уделяется созданию международного имиджа страны, и для достижения этой цели правительством выделяются огромные средства. Данная тенденция предполагает заметную вестернизацию китайской международной журналистики – основным языком становится английский. При рассмотрении различных китайских СМИ, было замечено частое использование заимствованных слов, которые относятся к разным сферам политики, экономики, культуры например: 因特网 ‘интернет’, 纳米技术 ‘нанотехнологии’, 黑客 ‘хакер’ (Ли Сяобай, 2018).

Во-вторых, *влияние СМИ на нормы китайского языка*. Очень часто в китайских масс-медиа встречаются названия международных организаций, таких как 尤科斯 ‘ЮКОС’, 联合国 ‘ООН’. Однако в ходе исследования было замечено, что все больше начинают употребляться неоформленные по нормам китайского языка иностранные аббревиатуры, например ОРЕС ‘организация компаний-экспортеров нефти’. Так же иногда используются слова, в которых присутствуют иноязычные инициалы, например Е-时代 ‘интернет-эпоха’ (Ин Чжао, 2018).

В-третьих, *использование лексики разговорного стиля*. Это делает СМИ доступными и понятными для огромной аудитории. Использование сетевого сленга при освещении различных событий делает послание более понятным и привлекает внимание большего количества пользователей, а также способствует сильному влиянию на аудиторию. Такие наиболее современные средства распространения информации обеспечивают языку СМИ особую роль модели национального языка в информационном пространстве. Например, 躺平 ‘желание «лежать пластом»’, которое у китайской молодежи возникает из-за отторжения нарастающей конкуренции и необходимости работать 24/7, чтобы выживать в мегаполисах.

Таким образом, можно выделить следующие тенденции влияния средств массовой информации на китайский язык: появление новых слов, влияние на нормы китайского языка вследствие развития международной журналистики, а также распространение сетевого сленга.

М. Нуднова

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ СТУДЕНТОВ ЧЕРЕЗ ВНЕДРЕНИЕ НОВЕЙШИХ СРЕДСТВ И МЕТОДОВ ИКТ

Современное общество включилось в общеисторический процесс, называемый информатизацией, где особая роль принадлежит системе образования. При возрастающих потребностях общества к уровню знаний учащихся,

появилась необходимость в изучении, разработке и внедрении новых средств и методов информационно-коммуникационных технологий, что есть «информационные процессы и методы работы с информацией, осуществляемые с применением средств компьютерной техники и телекоммуникаций» (согласно статье «Об информации, информатизации и обеспечении информационной безопасности»). В рамках МГЛУ приоритетом является изучение студентами иностранных языков различных языковых групп, при этом мы можем отметить возрастающий интерес учащихся к восточным языкам (китайский, японский, корейский). В связи с этим цель данной работы – выявить эффективные средства ИКТ для изучения корейского языка с последующим повышением качества обучения.

В ходе данной работы были изучены различные интернет ресурсы, исследованы различные средства ИКТ, отобраны 5 наиболее популярных, эффективных, а также соответствующих своим задачам и целям средств:

1. Naver Dictionary – онлайн словарь, который используется учащимися и преподавателями в основном для перевода, толкования слов, поиска примеров, а также объяснения некоторых грамматических конструкций. Для удобства использования можно скачать мобильное приложение;

2. Quizlet – онлайн платформа, которая позволяет запоминать слова и выражения на иностранном языке с помощью упражнений, игр и заучивания. Также имеется мобильное приложение;

3. ТТМІК – сайт, который представляет собой сборник аудио- и видеороликов, где порционно вводится и объясняется лексический и грамматический материал. Информация в основном представлена на английском и корейском языке;

4. EPS TOPIK Korean – сайт, включающий в себя необходимые материалы для подготовки к сдаче международного экзамена на знание корейского языка, а также мониторинга прогресса учащегося;

5. HelloTalk – интернациональная платформа для общения с иностранцами с целью языкового обмена. Данный интернет ресурс помогает отработать полученные на занятиях навыки.

Таким образом, проведенное исследование призвано открыть студентам новые возможности для изучения корейского языка с помощью современных средств ИКТ, а также помочь им добиться высоких результатов, не теряя интереса к процессу. В дальнейшем следует обновить и увеличить полученный список, так как наука и технологии не стоят на месте.

А. Полховская

СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С ГАСТИЧЕСКИМ КОМПОНЕНТОМ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

В данной работе рассматривается проблема перевода русских фразеологизмов на арабский язык. Из-за некорректного пословного перевода наблюдаются ситуации, когда теряется смысл фразеологизмов. Работа пере-

водчика может также осложняться наличием лакун и лингвоспецифической лексики, что делает анализ способ и приемов перевода фразеологизмов актуальным для исследования.

Источником материала для исследования стал словарь «Мир в зеркале пищевой метафоры» под редакцией Е. А. Юриной (2020), из которого методом сплошной выборки было отобрано 100 неоднословных фразеологизмов с гастическим компонентом. Данные фразеологизмы были поделены на две основные группы – «человек» и «социум».

В результате анализа было выявлено, что большинство фразеологизмов переводятся пословно (58,3 %): «как копченая сельдь» – مثل الرنجة المدخنة – ‘букв. как копченая селедка’. Следующим по частоте способом стал эквивалентный перевод (20,8 %): «винегрет в голове» – لخل في الرأس – ‘букв. уксус в голове’. Помимо этого, встретилось калькирование (8,3 %): «как вобла» مثل فوبرا – ‘вобла’. И комбинированный перевод (12,5 %): «как муха в стакане» – كيف ذبابة في الزجاج – ‘как муха в стекле’. Здесь использовался пословный перевод с аналогом для слова «стакан» без потери смысла фразеологизма. В менее чем 1 % случаев фразеологизм вообще не получил перевода. Например: «бродить как квас» – kvass. В этом случае словарь-переводчик не смог перевести слово *квас* никаким из способов, а просто воспользовался транслитерацией.

К. Рачковская

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ПРОЦЕСС ЗАИМСТВОВАНИЯ БУКВЕННЫХ СЛОВ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В связи с активным международным сотрудничеством в области науки и развитием сети Интернет в китайский язык проникли заимствования, которые ранее не были ему свойственны. Это слова и аббревиации, записанные с помощью западных алфавитов или представляющие собой сочетание букв, знаков, цифр и китайских иероглифов. Данные лексические единицы получили название 字母词 – ‘буквенные слова’ (таблица 1) (Аликребова, 2019).

Таблица 1. Примеры групп буквенных слов

Оригинальные аббревиатуры	IT	от англ. Information Technology ‘информационные технологии’
Начальная буква пиньинь	RMB	人民币 ‘национальная валюта Китая’
Иероглиф + латинская буква	E时代	‘век электроники’

Нами был проведен опрос среди носителей китайского языка о частоте употребления буквенных слов в повседневной речи. Количество респондентов составило 49 человек в возрасте от 18 до 25 лет.

На вопрос “как часто вы употребляете буквенные слова в повседневном общении (устной и письменной речи)?” большая часть респондентов (83,7 %) ответили ‘ежедневно’, но остальные респонденты (16,3 %) отрицают использование буквенных слов в устной речи.

Однако в ответах на более узкие вопросы, где респондентам был задан вопрос о том, какое из двух предложенных слов они бы употребили в устной речи – китайский аналог или буквенное слово, было указано, что, участники опроса предпочитают буквенные слова (таблица 2).

Таблица 2. Результаты опроса

Буквенные слова	Число выбравших данный вариант ответа, %	Китайский аналог слова	Число выбравших данный вариант ответа, %
E-mail	93,9	电子邮件	6,1
GOOGLE	83,7	谷歌	16,3
HSK	85,7	汉语水平考试	4,3
U 盘	91,8	闪存盘	8,9

Лишь при выборе между ‘谷歌’ и ‘GOOGLE’ количество выбравших китайский аналог совпадает с количеством респондентов, которые отрицают использование буквенных слов в устной речи.

Проведя данный опрос, мы пришли к выводу, что буквенные слова выводят китайский язык на новый уровень выразительности. Это удобный лексический формат, который не лишает современный китайский язык индивидуальности.

Е. Романовская

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АРАБСКИХ И ПЕРСИДСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

29 октября 1923 года стало отправной точкой не только в истории современной Турецкой Республики, но также и турецкого языка. Новое правительство, пришедшее к власти, начало политику преобразования во всех сферах жизни страны. Одним из таких преобразований стала языковая реформа. Данная реформа повысила грамотность населения страны практически с нуля. Арабская вязь была заменена латинским алфавитом, а арабские и персидские заимствования были вытеснены новыми турецкими словами. Безусловно, языковая политика принесла свои плоды, однако некоторые слова арабского и персидского языка все же остались в обиходе современных турок. Материалом для исследования стали 250 арабских и 300 персидских заимствований в турецком языке, отобранные из «Словаря иностранных слов на турецком языке» (Türkçedeki Yabancı Sözcükler Sözlüğü), под редакцией А. Пюскюлюоглу.

Основными областями использования заимствований и в одном, и в другом языке стали «Человек и общество», «Природа», «Религия и Наука». Именно на эти сферы жизни активно влияли арабский и персидский языки. Но даже несмотря на то, что некоторые заимствования остались в новом турецком языке, частота их использования по сравнению с турецкими аналогами значительно сократилась. Так, слово *netice* ‘итог, результат’ арабского происхождения имеет всего лишь 413 контекстов употребления, тогда как турецкое слово *sonuç* ‘итог, результат’ – 6003. Такая ситуация наблюдается почти во всех синонимичных парах арабско-турецких заимствований. Редким исключением является пара, где частота употребления арабского заимствования преобладает над турецким: *hedef* ‘цель’ – 5432 употребления и турецкий аналог *amaç* ‘цель’ – 2465 употреблений. Но не только частота употребления заимствований является итогом языковой реформы, в процессе преобразования некоторым словам так и не был найден турецкий эквивалент, либо же они имели семантические расхождения: *ziynet* употребляется в значении ‘украшения, драгоценности, бижутерия’, в то время как слово *süs* имеет значение ‘украшения, декоративные детали, орнамент’. Стоит отметить, что конкуренция встречается не только среди слов из разных языков. Так арабские заимствования *cani* ‘убийца’ практически было вытеснено другим арабизмом со схожим значением *katil* ‘убийца’.

Несмотря на все усилия, приложенные Турецким лингвистическим обществом, заимствования арабского и персидского происхождения все же являются важной частью турецкого языка. Данная ситуация представляет пример того, что формирование языка долгий и трудоёмкий процесс, невозможный без влияния извне.

Д. Рябко

ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ЛЕКСИКИ СФЕРЫ ПРОГРАММИРОВАНИЯ В АРАБОЯЗЫЧНОМ СЕГМЕНТЕ ИНТЕРНЕТА

Задача нашего исследования: определить особенности употребления лексики сферы программирования в устной и письменной речи носителей арабского языка.

Лексика сферы программирования – это специальные слова и выражения, используемые в профессиональной речи программистов. В специальной лексике выделяются термины, создающиеся для точного выражения специальных понятий в определённой сфере науки, и профессионализмы – слова, используемые в устной коммуникации небольшими группами людей, объединённых определённой профессией.

Проанализировав 20 обучающих программированию видео на арабском языке, общее время звучания которых составило 3,7 часов (223 минуты) YouTube канала “ahmed mohamady”, опубликованных в период с января по март 2022 года, мы определили 59 употреблений особенностей, которые мы разделили на три вида:

- Заимствование терминов из английского языка – 19 употреблений (اب ليك يشون – ‘Application’ – [ablikayshun]; 32,5%); (لنكات – ‘Links’ – [linkat]; – (سستيم – ‘System’ – [sistem].

- Придание заимствованиям из английского языка арабских глагольных форм – 15 употреблений (لنكات – ‘Clone’ – [taklun]; 25,5%); (ترهنت – ‘Inherit’ – [tanhirit].

- Употребление определенного артикля с именами собственными и добавление при этом дополнительного смыслового определения – 25 употреблений (فالت المايكروسوفت – ‘Microsoft’ – [almaicrusuft]; – 42%); (الفيشوال ستوديو – ‘Visual Studio’ – [alfishual studi].

Проанализировав 5 статей на обучающем программированию арабоязычном ресурсе harmash.com, опубликованных в период с 2020 по 2022 гг., мы заметили, что в письменном источнике преобладает использование арабских терминов вместо английских. Используется هجوتل اةىنىاك – ‘досл. направленный на сущности’, вместо دتنىروا تكجباوا – ‘Object-oriented’ – [ubjecturientd], употребляемого в устной речи.

Таким образом можно заключить, что особенности употребления лексики сферы программирования в устной речи носителей арабского языка можно разделить на: заимствования терминов из английского языка, придание заимствованиям из английского языка арабских глагольных форм и употребление определенного артикля с именами собственными из английского языка. В письменной речи наблюдается противоположное устной речи явление: употребление арабских терминов.

Можно предположить, что причиной употребления английских терминов в устной речи является стремление достичь простоты общения. В таких случаях адресат быстро и ясно понимает термин. В текстовом формате употребление терминов на арабском языке обусловлено тем, что посетители сайтов, в основном являющиеся носителями арабского языка, имеют больше времени, чтобы провести ассоциацию с англоязычным термином.

А. Савинич

ТРУДНОСТИ В ИЗУЧЕНИИ КИТАЙСКОЙ ПИСЬМЕННОСТИ

Востребованность китайского языка в современном мире повышает его статус как учебного предмета и побуждает к поиску новых моделей обучения. Главную трудность при изучении китайского языка представляет собой освоение письменности. Идеографический характер китайской письменности и отсутствие алфавита затрудняют процесс изучения. Обучение письму в классической методике не рассматривается как основная цель обучения. Письмо выступает в роли средства обучения, которое способствует освоению навыков устной речи и чтения, а также усвоению изучаемого материала (Задорожных, 2014). Китайская письменность включает идеографический и фонетический способы записи лексических единиц.

Сложная структура иероглифов и их большое количество зачастую приводит к снижению мотивации у обучающихся на начальном этапе освоения китайской письменности.

И.В. Кочергин выделяет три группы трудностей в овладении китайской письменностью (Кочергин, 2006):

- 1) трудности, связанные с механическим написанием иероглифов;
- 2) трудности, связанные с распознаванием и воспроизведением иероглифических знаков;
- 3) трудности, связанные с отбором иероглифического материала для оформления письменной речи.

С целью изучения трудностей в освоении китайской иероглифики, с которыми сталкиваются студенты при изучении китайского языка, был проведен опрос, респондентами которого стали 97 студентов факультета китайского языка и культуры и факультета межкультурных коммуникаций МГЛУ. В рамках исследования студентам было предложено ответить на вопрос: «С какими трудностями вы столкнулись в процессе изучения китайской письменности?»

В процессе анализа результатов опроса было выявлено, что наибольшую сложность у студентов вызывало сопоставление графического образа иероглифа с его значением и произношением (57 %). При этом 45 % респондентов сталкиваются с трудностями в написании сложных иероглифов, 37 % – в дифференциации и распознавании иероглифов-омонимов для использования в письменной речи, 23 % – в организации графического размещения иероглифов в оптический квадрат, 16 % – в дифференциации графических элементов в составе иероглифического знака, 3 % – в написании отдельных черт иероглифа.

На наш взгляд, грамотно подобранная методика обучения китайской письменности поспособствует преодолению трудностей, возникающих при обучении китайскому языку.

А. Сенько

ВИЗУАЛЬНЫЕ КОМПОНЕНТЫ КОРЕЙСКОЙ ПЕЧАТНОЙ РЕКЛАМЫ

Сегодня реклама является неотъемлемой частью нашей жизни. Рекламные объявления можно встретить везде: на улице, в Интернете, по телевизору и т.д. В последнее время рекламы стало настолько много, что простого читателя стало намного труднее заинтересовать своим продуктом или услугой. Поэтому, чтобы привлечь потенциального клиента, рекламодатели пытаются создать наиболее эффективную и привлекательную рекламу не только со стороны текста, но и с использованием изображений, которые либо сопровождают, либо определяют то или иное рекламное объявление.

Цель исследования – анализ визуальных элементов креолизованного текста на материале печатных рекламных объявлений (41), рассказов (2), сказок (4), памяток (3) на корейском языке.

Реклама объединяет в себе всевозможные изобразительные элементы. С. И. Галкин смог систематизировать все элементы по их функциям, назначению и специфическим признакам (Галкин, 1984). По способу передачи информации – вербальному или визуальному – элементы оформления образуют две группы: наборные и изобразительные. Каждая из них разделяется на подгруппы. К наборным относятся *шрифтовые элементы* – всё, что связано со шрифтом: его размер, написание, цвет, сочетание с фоном и т.д. В группу пробельных элементов входят собственно пробелы, поля, «воздух» и *декоративный элемент*. Декоративный элемент включает в себя различные линейки, вроде рамок, украшения и подложку, к которой в свою очередь относятся фон и выворотка. В группу изобразительных компонентов входят всевозможные иллюстрации (фотография, рисунок, чертеж).

По результатам исследования шрифтовой и пробельный элементы встретились в 50 текстах из 50, что объясняется тем, что каждое из проанализированных рекламных объявлений содержало печатный текст. В тоже время наблюдались различия в декоративных элементах. Так, линейки и украшения использовались редко (13 случаев), изобразительный элемент встретился в большинстве рекламных объявлений (36 случаев), а подложка присутствовала в каждом тексте.

А. Слепцова

АНАЛИЗ ЭВФЕМИЗМОВ РУССКОГО И КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА НА МАТЕРИАЛЕ ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ВОЙНА»

Резко возросшая активность политических движений обострила тему политкорректности, что пополнило лексический состав языков эвфемизмами.

Методом сплошной выборки из словарей эвфемизмов русского и китайского языков было отобрано 74 лексемы, описывающие непосредственно понятие *война* (Сеничкина, 2008, Чжан Гунгуй, 1996). Сравнительный анализ эвфемизмов показал, что отобранные лексемы можно разделить на следующие лексико-семантические подгруппы: *война, локальная война/мятеж, истребление, интервенция, боевые действия, агрессия, нападение/начало войны, конец войны, другие*.

В лексемах русского языка, относящихся к подгруппе *война* в 4 из 7 случаев слово «война» заменяется на другое: «борьба за мир», «ситуация». В лексемах этой подгруппы в китайском языке превалируют иероглифы 烽 – ‘сигнальный огонь’ (5 из 16) и 兵 – ‘солдат’ (4 из 16).

Семантически в русском языке *локальная война* (10 лексем) выражена «благородными целями»: «наведение конституционного порядка», «миротворческая акция», в подгруппе *мятеж* в китайском языке (3 лексемы) преобладает иероглиф 兵.

В подгруппах русского языка *истребление* и *интервенция* (по 4 лексемы в каждой) отмечается тенденция замены слов на коннотативно более нейтральные или положительные: «нейтрализовать», «обезвредить»; «интернациональная помощь», «присутствие».

Эта же тенденция сохраняется в подгруппе *боевые действия* в русском языке (6 лексем): «напряженность», «урегулирование». Семантические особенности эвфемизмов китайского языка (6 лексем) отличаются: для обозначения *боевых действий* часто встречаются слова «костер» и «пожар» (兵火 – ‘пожар войны’, 烽鼓 и 烽警 – ‘сигнальный костер’).

В русском языке выделяется подгруппа *агрессия, нападение* (6 лексем), но не *начало войны* (5 лексем в кит. языке), сравн., «жесткие меры» – 称兵 – ‘развязать войну’.

Конец войны в китайском языке (2 лексемы) представлен иносказательно 发鞍 – ‘снять седло’ и 税介 – ‘небронированный’. В русском же языке это понятие представлено одной лексемой «ретирада», что обозначает укрепленное место в случае отхода войск.

К подгруппе *другие* в китайском языке относятся 2 лексемы 罢兵 – ‘перемирие’ и 癸庚 – ‘жизнь во время войны’.

Семантические и количественные различия эвфемизмов русского и китайского языков подчеркивают разобщенность двух лингвокультур, что объясняется их процессом формирования в разных исторических контекстах, однако функционально эвфемизмы двух языков совпадают: используются для смягчения речи и манипуляцией общественным мнением, что позволяет говорить о некой общности политических культур.

II. Судник

ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО КОРЕЯЗЫЧНОГО ПЕСЕННОГО ДИСКУРСА

Данная работа посвящена изучению лексических особенностей корееязычного песенного дискурса. Источником материала для исследования послужили песни корейской поп-группы «BTS», которую СМИ называют сенсацией столетия. Актуальность темы данной работы заключается в значительно возросшем интересе к корейской массовой культуре (так называемой «корейской волне»). В рамках данного исследования при анализе двенадцати песенных текстов было отобрано 15 специфических лексических единиц. Далее они были распределены по трем группам.

1. Группа «Сленговые выражения» (4 единицы) включает в себя интернет-сленг и используется в песенных текстах для налаживания диалога между исполнителем и молодыми слушателями, а также для отображения социальных проблем в современном корейском обществе: 탕진잼 ‘потратить все-веселье’, 노오오력 ‘усилие’, 포 세대 ‘поколение отказов’, 열정페이 ‘плата энтузиазмом’.

2. Группа «Англицизмы» (10 единиц) объединяет употребляемые в песенных текстах заимствования из английского языка, переданные в корейский через транслитерацию для придания песням «американского лоска на корейский манер»: 치크스 ‘щёки’, 마이크 ‘микрофон’, 웨이브 ‘волна’, 슈퍼히어로 ‘супергерой’, 달링 ‘дорогая’, 크레이지 ‘сумасшедший’, 러브 ‘любовь’.

Помимо этого, с помощью включения английских слов и предложений исполнители, вероятно, пытаются привлечь не только корейскую, но и англоговорящую аудиторию: 아픈 너의 눈빛이 나와 같은 곳을 보는 걸 *won't you please stay in dreams* ‘твои глаза, полные обиды, видят то же, что и я, так может останешься в мечтах?»; *but* 너의 날개는 악마의 것 너의 그 *sweet* 앞엔 *bitter bitter* ‘но твои крылья даны дьяволом, а за сладостью следует горечь’; 새 세상 너도 원해 *baby yes I want it* ‘я хочу новый мир, да, детка, я хочу его’.

3. Группа «Китаизмы» на данном этапе исследования включает всего одну китайскую фразу, переданную на корейский язык с помощью транслитерации. Использование китаизма 추빨러 마? ‘досл. Ты поел?’ обусловлено желанием избежать употребления созвучного корейского ругательства 시발노마 ‘иди ты куда подальше!’

Результаты исследования позволяют заключить, что корейский песенный дискурс находится под влиянием английского языка, что, по-видимому, обусловлено ролью английского языка в качестве мирового. В песнях точно используются китаизмы в эвфемистической функции, и встречается сленг, что показывает направленность творчества артистов на молодежь и способствует сближению исполнителя со слушателем.

О. Томилова

СЕМАНТИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА ПРЕЦЕДЕНТНОГО ИМЕНИ 猪八戒 (ЧЖУ БАЦЗЕ)

Семантические особенности прецедентных имен-антропонимов в китайскоязычном дискурсе могут быть рассмотрены на примере прецедентного имени 猪八戒 (ЧжуБацзе), которое отсылает к одному из главных прецедентных текстов китайской национальной культуры – роману «Путешествие на Запад». По определению Н. Н. Воропаева, прецедентное имя ЧжуБацзе описывает тип человека, который имеет уродливую внешность, любит много поесть, боится трудностей, стремится к лёгкой и праздной жизни. Кроме того, прецедентное имя обладает латентными семантическими признаками, которые могут быть выявлены путем анализа его значений в различных контекстах.

На материале корпуса китайского языка Пекинского университета языка и культуры и корпуса китайского языка Университета Лидса нами было проанализировано 600 контекстов. Семантическая структура прецедентного имени 猪八戒 может быть расширена следующими значениями. 1. Глупый: 那些企图用语法限制语言发展的都是呆子, 也就是猪八戒了。‘Те, кто пытаются использовать грамматику, чтобы ограничить развитие языка, – глупцы, то есть ЧжуБацзе’. 2. Притворщик, «оборотень»: 现在“猪八戒”还真多呀! 昨天不小心又发现一个!“狼人” ‘Сейчас очень много таких «ЧжуБацзе». Вчера встретил еще одного такого! «Оборотень» ...’. 3. Делать глупости: 有一位劳动模范说, 我们“要学孙悟空, 不做猪八戒” ‘Один образцовый работник сказал нам учиться у Сунь Укуна, а не вести себя как ЧжуБацзе. 4. Испортиться (о продуктах): 一只只肥猪变成“猪八戒” ‘свинина превращается в свинью Бацзе’. 5. Общее негативное значение: “奸险小人、背叛同伴、没有义气、混蛋、猪八戒、不是好东西——”

少婷骂不停口地将知道的词汇都撻出来 ‘«Ничтожество, предатель, сволочь, ЧжуБацзе, непорядочный человек...», – Шаотин не останавливаясь выкрикивала все ругательства, которые знала’. 6. Смелый: 二十几岁, 我们是敢爱敢恨的猪八戒。‘После двадцати мы не боимся любить и ненавидеть, как ЧжуБацзе’. 7. Спокойная, благополучная жизнь: 这么多人沉湎于猪八戒, 为之欣喜的家庭欢乐 ‘Многие люди предавались ЧжуБацзе для того, чтобы радоваться семейному счастью’.

Таким образом, в семантику прецедентного имени 猪八戒 входит ряд латентных семантических признаков, значительно расширяющих его структуру.

Тун Чао

СПЕЦИФИКА АНАЛИЗА КВАНТИТАТИВНОЙ МЕТАФОРЫ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Метафора – это когнитивный феномен, заключающийся по мнению Шу Динфана в познавательной деятельности, при которой используется опыт определенной области, чтобы объяснить или понять опыт другой [Шу Динфан, 2003]. Данный подход находит широкое применение в китайской синологии при описании ассоциативных связей и переносов, в том числе относительно количества. Анализ квантитативной метафоры в китайском языке закономерно строится исходя из определения ее композиции. Структурный подход в целом оказывается характерным предметом исследо-

ваний китайских ученых относительно языковых единиц разного уровня, квантитативная метафора не стала исключением. Четкая структура языка обусловленная стремлением к логичности и стройности понимания окружающей действительности приводит к изоморфизму построения квантитативной метафоры разного типа: числительное + квантификатор + существительное.

В настоящее время, согласно статистике, в современном китайском языке насчитывается около 600 общеупотребительных квантификаторов, среди которых метафорическое употребление характерно 12% единицам [Хэ Цзе, 2008]. Например, 笔 Основное значение данного квантификатора указывает на материалы для письма, либо для рисования, но также указывает на множественность, например 一笔欠款 ‘занять много денег’.

Как отмечают китайские ученые, подбор разных метафор и неординарное сочетание существительных с разными метафорами субъективно наделены образно-эмоциональной окраской автором. 车 означает автомобиль, в то же время также описывает количества груза, товара, людей в машине, например, 一车货物 一车人, но это субъективное восприятие. Каждый человек чувствует и воспринимает количество груза и людей в машине по-разному. При этом вариативность квантификаторов обусловлена различными когнитивными основаниями (ср. 一条船 一只船 一叶小舟 и др.; 瓢 означает инструмент для черпания воды (瓢泼大雨 ‘проливной дождь’), также он имеет метафорическое значение – льет как из ведра. ‘泉’ – природный источник, родник, ключ. Когда писатель вдохновлен, у него много хороших мыслей, идей и он это воплощает, мы говорим 文思泉涌 ‘художественный замысел бьет ключом’.

Таким образом, специфика анализа квантитативной метафоры в китайской синологии заключается, прежде всего, в структурном подходе, согласующемся с общезыковым подходом к исследованию китайского языка в целом. Глубокий семантический и синтагматический анализ остается той областью китайской лингвистики, которая требует серьезных разработок.

М. Шибирина

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ С ЯПОНСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Рекламный текст – это структурно оформленное, смыслозавершенное, функционально организованное сообщение, адресант которого посредством применения определенные коммуникативных стратегий и тактик, реализуемых различными вербальными и невербальными средствами, ставит перед собой задачу психологического воздействия на адресата с целью приобретения последним предполагаемого товара (Красавский 2016, с. 140).

Центральной частью рекламного текста является рекламный слоган.

Слоган – девиз или краткая фраза, выражающая основную мысль рекламного сообщения и связывающая рекламную кампанию. Целью работы

стал анализ способов и приемов перевода японских слоганов на русский язык. Для анализа мы отобрали корпус из 30 слоганов с веб-сайтов крупных японских компаний по производству косметики и техники.

Рассмотрим некоторые примеры:

スイツ 前後左右向きを気にせず [suitsu zengo saiyu muki wo ki ni sezu] ‘букв. гладкий. Вперёд-назад, влево-вправо – без разницы’. Русский вариант слогана ‘свобода действий’. В данном примере переводчик использовал приемы генерализации и опущения (опущено слово *гладкий*) [Panasonic].

いつでも、どこでも、誰とでも。 [itsu demo, doko demo, dare to demo] ‘букв. когда угодно, где угодно, с кем угодно’. Русский вариант слогана ‘наслаждайтесь игрой на домашней консоли даже без телевизора’. При переводе была использована модуляция, причем переводчик решил отказаться от использования повтора [Nintendo].

いい音をジブン色で。 [ii oto wo jibun iro de] ‘букв. отличный звук в своём цвете’. Русский вариант слогана ‘компактный размер, непревзойдённый звук’. Были применены приёмы перестановки, а также лексической замены. В русском варианте слогана внимание акцентируется на размере наушников, а в японском – на их цвете [Sony].

В результате нашего исследования, мы выявили, что основные лингвостилистические средства, используемые в слоганах на японском языке – это графические приемы (16 слоганов), метафора (6 слоганов), гипербола, каламбур, повтор и метонимия (по 2 слогана). Иногда в одном слогане было обнаружено сразу несколько лингвостилистических средств. При переводе рекламных слоганов с японского на русский язык чаще всего применяются следующие трансформации: генерализация, добавление, лексическая замена (по 6 слоганов), опущение (5 слоганов), членение предложений (2 слогана). Часто встречается полная замена слогана, ввиду различий японского и русскоязычного рынка (6 слоганов).

А. Шукало

СРАВНЕНИЕ СИСТЕМЫ НАПИСАНИЯ ИНОЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В КОРЕЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В данной работе рассматривается проблема орфографии иноязычных заимствований в корейском языке. При этом целью работы было выбрано проведение анализа использования заимствований с последующим сравнением системы их написания. Поскольку в связи с тенденцией активного пополнения словарного запаса языка через иноязычное заимствование вопрос системы записи данных заимствований в последние годы оказывается в фокусе исследовательского внимания.

На сегодняшний день существуют работы, посвященные употреблению заимствованной лексики в учебных пособиях на корейском языке. Однако мы решили изучить эту тему на примере корейских комиксов для дальнейшего

сравнительного анализа написания заимствований, в чем и заключается новизна исследования. В качестве материала для исследования были использованы такие корейские комиксы, как «여신강림» («Истинная Красота») и «화이트 블러드» («Белая Кровь»), а также государственный информационный портал Южной Кореи Naver. В данной работе была выведена общая таблица звукобуквенного соответствия записи иноязычных заимствований, которая в дальнейшем поможет изучающим язык снять трудности в орфографии заимствований.

Ключевыми понятиями были выделены следующие термины:

Лексическое заимствование – переход как формы, так и значения слова из языка-донора в язык-реципиент с фонетической и грамматической адаптацией.

Хангыль – система корейской письменности, особенностью которой является объединение букв в комбинации слогов.

Фонологическая система языка – система фонем, находящиеся в определенных и четко устанавливаемых связях и противопоставлениях.

Исходной точкой исследования являлось установление различия в фонологических системах языков, которые и затрудняют произношение и обозначение заимствованных слов. На основе выявленных особенностей написания заимствований на сайте Naver и анализа содержания упомянутых ранее комиксов было определено, что только 85 % заимствований в комиксах соответствуют общей системе написания заимствований, в то время как государственные порталы используют их со 100 % орфографическим соответствием. В результате проведенного анализа была выведена общая таблица звукобуквенного соответствия записи иноязычных заимствований.

Таким образом, лексические единицы, пришедшие из других языков, и к которым трудно подобрать точный перевод в исконном корейском языке, записываются на хангыле согласно произношению. Можно сказать, что отсутствие определенного способа написания – норма для заимствований, однако по мере ассимиляции появляется устоявшееся написание, которому обязательно придерживаются официальные публицистические тексты.

Д. Шульжик

ОСОБЕННОСТИ МАШИННОГО ПЕРЕВОДА ИДИОМАТИЧЕСКИХ ВЫРАЖЕНИЙ С ГЛАГОЛАМ ДВИЖЕНИЯ С АРАБСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

В настоящее время специалисты, занимающиеся исследованиями в области машинного перевода, пытаются найти способы перевода смысла всего текста, чтобы не ограничиваться буквальным переводом каждого слова. Поэтому проблема корректного перевода идиом находится среди самых актуальных проблем когнитивных исследований и исследований в области интеллектуальных систем.

Целью нашей работы стало изучение особенностей перевода идиоматических выражений с глаголами движения с арабского на русский язык. Материалом исследования выступил «Арабско-русский словарь идиоматических выражений. Справочник переводчика» (А. В. Капшук, А. Джабер, 2018). Всего из словаря было отобрано и проанализировано 200 идиом с 12 парами глаголов движения. Перевод каждой идиомы проверялся трижды: с помощью словаря, а также в системах машинного перевода Google Translate (<https://translate.google.com/?hl=ru>) и Яндекс. Переводчик (<https://translate.yandex.by/?ui=ru&lang=ar-ru>).

В результате было выявлено, что обе машины в основном переводят идиомы пословно. Google Translate умеет подбирать и эквиваленты (около 15 %: انساق مع التيار 'плыть по течению'), и аналоги идиоматических выражений (около 8 %), в некоторых случаях прибегает к описательному переводу. Яндекс.Переводчик в свою очередь две трети (около 61 %) выражений перевёл с частичным (около 33 %) или полным (около 28 %) искажением смысла, в основном пользуясь приёмом пословного перевода: طار غرابه 'его ворон полетел'.

Установлены следующие проблемы при машинном переводе идиом с глаголами движения с арабского языка на русский:

1. Отсутствие у машины от Яндекс системы определения арабских огласовок в тексте, из-за чего перевод получается некорректным. В идиоме نَزَلْ عند رغبته 'скачивайте по желанию' переводчик определил глагол نَزَلَ 'лезть' как نَزَّلَ 'скачать'.

2. Неправильное определение значения многозначных слов в некоторых выражениях у обоих переводчиков. وقع في الضلال 'впасть в заблуждение' – вместо правильного значения многозначного глагола وقع 'ввести' переводчик выбрал другое его значение 'впасть'.

3. Обе машины не определяют некоторые слова. Как показывает анализ, чаще всего не определялись идиомы с недостаточными глаголами: при обработке جرى في اثره 'в действительности' переводчик верно определил все слова за исключением глагола.

А. Ягдыева

ПРОИСХОЖДЕНИЕ ЛЕКСИКИ АРАБСКОГО ЯЗЫКА В СОВРЕМЕННЫХ ЯЗЫКАХ СТРАН СРЕДНЕЙ АЗИИ. ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ АРАБИЗМОВ.

На сегодняшний 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. В истории развития арабского языка различают три периода: древний, классический,

современный литературный язык. Арабы попали в Среднюю Азию в результате нескольких волн переселений, которые происходили в промежутке между 7 и 17 веком, то есть на протяжении 10 веков. Намного дольше удавалось сохранить свое этническое самосознание арабам, жившим в районе Мерва и Балха. Последняя волна арабских переселенцев попала в Среднюю Азию через Афганистан и Иран.

После распада СССР в арабской среде оживился интерес к поддержанию национальной самобытности, особенно ярко это проявилось у арабов Таджикистана, численность которых выросла в несколько раз. Этим путем в таджикский язык проникло множество слов, прочно вошедших в его словарный состав, которые приспособлялись к таджикскому языку. Примером первой арабской лексики в таджикском языке были: харб- война, Кур'ай – Коран, кибла – направление, по которому мусульманин обращается лицом во время молитвы, инсан- человек, муслим – мусульманин.

В научной литературе бытует мнение о том, что таджикская лексика составляет 77,7 %, а арабская 22,3 %. Арабы обогатили культуру народов Казахстана, приобщили их к культуре и искусству Востока.

Ислам, проникая в широкие слои населения, стал главной религией Казахстана. Для покорённых арабами народов ислам (с примесью местных верований) стал доминирующей религией. Религиозную пропаганду проводили шейхи, странствующие дервиши и появились религиозные люди, главы духовенства (муллы, имамы). Увеличилось количество верующих среди городского населения, началось строительство мечетей и позже при мечетях открылись медресе, где обучали арабской грамоте. Новая религия научила почитать главную священную книгу мусульман «Коран», укрепила единство тюркоязычных народов. Был принят исламский календарь и появились религиозные праздники. Примеры: Кітап от ар. китаб (книга), Қалам от ар. калам (карандаш), Дәптер от ар. дафтар (тетрадь), Хат (письмо) от ар. хатт (линия, почерк).

Мнение А. К. Боровкова о том, что арабизмы составляют одну третью часть лексики узбекского языка 20–30-х годов прошлого столетия. Заимствования проникали во все сферы жизнедеятельности человека: tabib (labiyb-un) – врач; kosib (kasib-un) ~ ремесленник; amir ('amiyr-un) – повелитель; hokim (hakim-un) – правитель, assalomu alaykum (as-salamu 'alaykum) -здравствуйте (букв, мир над вами); salom (salam-un) ,аууог ('аууаг-ип) – хитрец; azob ('azab-un) – мучение, страдание; aziyat ('aziyya-tun) – страдания, муки; aziz ('aziyz-un) и тд.

Итак, арабский язык сыграл значительную роль в языковом развитии народов Среднего и Ближнего Востока, а в настоящее время является одним из наиболее распространенных языков мира. На нем говорят около трехсот миллионов человек, или около 3 % всего населения планеты, что ставит его в один ряд с другими глобальными языками (китайским, английским, хинди и испанским).

НОВОГОДНИЕ ВЫСТУПЛЕНИЯ ПРЕДСЕДАТЕЛЯ КНР СИ ЦЗИНЬПИНА: ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА НА РАЗНЫЕ ЯЗЫКИ

Эпидейктические речи, в частности, новогодние поздравительные выступления глав государств, всегда привлекали внимание не только своей особой выразительностью, но и сложностью перевода на разные языки.

Анализ переводов новогодних поздравительных выступлений Си Цзиньпина на русский, английский и немецкий языки выявил ряд лексических, структурных, грамматических и лингвокультурологических особенностей. Так, при переводе приветствия 大家好 «досл. всем здравствуйте» на разные языки применяется лексическое расширение для передачи развернутого значения китайского приветствия. При этом на всех языках перевода используются такие обращения, как *друзья, товарищи*, при этом несвойственное для западноевропейских стран.

Перевод метафор редко сводится к поиску дословных эквивалентов на языке перевода. Наиболее часто, метафоры в речи Председателя КНР Си Цзиньпина передаются описательно с сохранением экспрессивности: 有英勇无畏的牺牲 «возложили на алтарь победы героические жертвы». В случае отсутствия эквивалентного понятия на языке перевода допускается дословный перевод метафоры с последующей экспликацией: 白衣天使, den medizinischen Mitarbeitern, den Engeln in Weiß, «медицинских работников, ангелов в белых халатах». Дословный перевод метафор без экспликаций зачастую ведет к переводческим ошибкам и искажению смысла оригинала: 春天的故事, Stories of Spring, Frühlings-Geschichten «истории весеннего цветения и развития». Альтернативные описательные варианты перевода: «... чтобы дальше развиваться и процветать»; «um immer mehr zu wachsen und gedeihen»; «to ensure long-term prosperity». В грамматическом аспекте немецкий язык выделяется более частотным употреблением пассивного залога. Основное отличие содержится в различающемся восприятии времен глагола на китайском языке и на языках перевода. Среди синтаксических трансформаций наибольшее распространение находит членение предложений: одно сложное китайское предложение делится на два, три или четыре на всех трех языках перевода. Однако, при переводе сложных распространенных предложений с китайского на английский язык обстоятельство может выноситься в первую позицию в предложении, что нетипично для английской грамматики: 我在北京向大家致以..., From China's capital Beijing, I extend...to you all, «Находясь в Пекине, направляю всем вам ...». Как видно из примеров, в русском языке опускается личное местоимение.

Новогоднее выступление Председателя КНР Си Цзиньпина четко структурировано и полностью реализует цель высказывания. Характерное богатство языковых средств представляет для переводчика немало трудностей как в семантическом, так и в грамматическом, стилистическом и синтаксическом аспектах.

СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

А. Авдашкова

СПЕЦИФИКА НОВЫХ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ В АНГЛИЙСКОМ И ИСПАНСКОМ ЯЗЫКАХ

Современный мир характеризуется быстрым темпом развития, который имеет как положительные, так и отрицательные стороны. Так, большие объемы информации, с которыми человек сталкивается каждый день, часто негативно влияют на психику. В связи с этим растет интерес к психологии и психологическим явлениям. Как результат, мы наблюдаем рост числа новых психологических терминов, которые описывают новые реалии.

Для изучения таких терминов были использованы электронные словари неологизмов: английский «Word Spy» и испанский «Diccionario de la lengua española». Дефиниционный анализ осуществлялся на примере 100 неологизмов из категории «Психология»; по его результатам неологизмы были распределены по семантическим группам внутри каждого языка и сопоставлены с группами другого языка. Оказалось, что 3 группы являются аналогичными в английском и испанском языках: «Behavior and habits» / «Comportamiento y hábitos» (*bikeshedding* ‘frequent, detailed discussions on a minor issue conducted while major issues are being ignored or postponed’; *resiliencia* ‘capacidad del ser humano de superar emocionalmente una situación adversa’), «Therapy» / «Terapia» (*floortime* ‘a therapeutic or parenting technique in which an adult engages in creative play with a child, often including getting down on the floor with the child’; *autoayuda* ‘ayuda que uno se aplica a sí mismo para resolver algún problema de conducta o personalidad y potenciar el desarrollo’) и «Types of people» / «Tipos de personas y relación» (*phool* ‘a person who is manipulated into performing an action that is not in that person’s best interest’; *tóxico* ‘perjudicial o negativo para el estado mental y emocional’).

Специфическими для английского языка оказались группы «States and feelings» (*microboredom* ‘boredom caused by having nothing to do over a short period of time’) и «Fears» (*emporiophobia* ‘fear or mistrust of, or resistance to, free markets’). В испанском языке уникальными являются группы «Violencia» (*ciberacoso* ‘acoso a través de las redes sociales’) и «Ciencia» (*psicobiología* ‘ciencia que estudia las bases biológicas de la conducta humana’).

Таким образом, семантический анализ английских и испанских новых психологических терминов показал, что в обоих языках присутствует достаточное количество слов для описания поведения человека, его типа характера и новых методов терапии. Наиболее распространенными являются неологизмы из тематических групп «Поведение и привычки» и «Типы людей и взаимоотношений». В первую очередь, это связано с тем, что психология –

это изначально наука о людях и их взаимодействии. Кроме того, с течением времени общество развивается, а психоэмоциональное состояние индивида и его взаимоотношения с окружающими меняются.

Е. Варламова

АНГЛИЙСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ 20 ВЕКА В РУССКОМ ЯЗЫКЕ И ИХ ИСКОННЫЕ КОРРЕЛЯТЫ

Развитие технического прогресса, возникновение новых явлений, изменения стиля жизни и другие перемены в жизни общества находят прямое отражение в языке, обуславливая появление новых слов в словарном составе языка. Языковые изменения последнего десятилетия, которое насыщено стремительными общественными процессами, социальными потрясениями, вызвали настоящий лексический взрыв в словарном составе современного русского языка.

Задача данного исследования состоит в выявлении английских заимствований, вошедших в русский язык в конце 20 века, и установлении их исконных коррелятов.

В результате сплошного просмотра «Толкового словаря русского языка конца 20 века. Языковые изменения» под ред. Складчиковой Г. Н. выявлены отмеченные автором как англицизмы заимствования из английского языка (общим числом 162 единицы). По своим семантическим характеристикам они входят в разные тематические области: медицины (*хоспис, акупунктура*), экономика, финансовое дело (*акционирование, бартер*), массовая культура (*андеграунд, рок-клуб, шоу*) и др.

Исходя из предположения, что заимствования не исключают наличия в языке исконных слов с идентичным или близким значением, был проведен поиск исконных лексических единиц, коррелятивных выделенным заимствованиям из английского языка. Важнейшим его итогом стало наблюдение о том, что подавляющее число английских заимствований в русском языке в отмеченный период времени (120 из 162, или 74 %) не имеют исконных русских коррелятов. Тем самым становится очевидным функциональное предназначение заимствований в виде заполнения существующих в русском языке смысловых лакун, возникших в ходе развития русскоязычного сообщества.

Анализ семантических характеристик английских заимствований и коррелятивных им исконных единиц русского языка позволил выявить разные типы семантической соотносительности сопоставляемых рядов единиц: 1) единицы, характеризующиеся наибольшей степенью семантической близости, наблюдаемой в соотношении их основных значений (*ланч – обед, тинейджер – подросток* и др. – 45 % анализируемого материала); 2) пары слов, в которых первое значение англицизма коррелирует со вторыми, третьими или даже пятыми значениями исконного коррелята (*брифинг – встреча, крекер – печенье, сингл – пластинка* и т.д. – 19 %); 3) значения

коррелятивных слов совпадают только во вторых и третьих значениях (*хакер* – *взломщик*, *аудитор* – *заседатель*, *мониторинг* – *наблюдение* и под. – 10 %); 4) слова, в которых исконное слово выполняет роль гиперонима по отношению к заимствованному слову-гипониму (*меню* – *список*, *рейтинг* – *оценка*, *хоспис* – *больница* (26 %).

Думается, что изучение функционирования данных соотносительных пар лексических единиц позволит уточнить закономерности их сосуществования в русском языке и тем самым раскрыть как причины и характер заимствования, так и направления адаптации заимствованных единиц в заимствующем языке.

А. Габелко

КАТЕГОРИЯ АЛЕТИЧЕСКОЙ МОДАЛЬНОСТИ В ЯЗЫКЕ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

Модальность – одна из базовых категорий языка, мышления и логики, передающая отношение содержания высказывания к действительности. Исследование данной категории имеет давнюю историю и восходит к классической формальной логике времен Аристотеля. Ученый не использовал термин «модальность», однако говорил о «склонности» говорящего считать свою мысль достоверной или недостоверной.

В XIII–XIV вв. под влиянием взглядов Аристотеля формируется философское направление «модистов». Его представители впервые выделили диктум – объективную константу, отражающую фактическое содержание высказывание, и модус – субъективную переменную, реализующую его субъективно-оценочный компонент. Идеи модистов получили переосмысление в работах Ш. Балли и Ч. Филлмора в связи с выделением понятий модальности – эксплицированной позиции говорящего относительно сообщаемой им информации и пропозиции – семантического инварианта, неизменного для модальной и коммуникативной парадигмы предложения и иных языковых конструкций, производных от предложения.

Одним их типов модальности выступает алетическая модальность. Сам термин, заимствованный лингвистами из логики, указывает на характер истинности суждений в соответствии с законами логики и природы (физическими, математическими и т.д.) и передает оценку ситуации с позиций соблюдения данных законов. Нерешенным остается вопрос о рассмотрении алетической модальности как самостоятельного фрагмента категории модальности. Данная проблема обусловлена неопределенностью понятия истинности с точки зрения говорящего и невыраженностью разницы между алетическими и эпистемическими значениями в грамматической системе языка (Ф. Палмер). Полагаем, что алетическая модальность – отдельный вид модальности, реализующий понятия «возможно», «невозможно», «необходимо», «случайно» и имеющий свои средства выражения в разноструктурных языках, которые сегодня анализируются в функционально-семантическом (Е. И. Беляева, А. В. Бондарко), функционально-синтаксическом (Г. А. Зо-

лотова, М. В. Всеволодова и др.) и сопоставительно-типологическом (Э. Н. Алиева) аспектах. В нашем исследовании категория алетической модальности рассматривается на материале двух разноструктурных языков, что обусловлено назревшей необходимостью комплексного анализа данной категории в государственном языке Республики Беларусь и межъязыкового сопоставительного изучения разноуровневых средств ее реализации в неблизкородственных английском и белорусском языках.

Л. Левченко

СПЕЦИФИКА АНГЛИЙСКОГО И ИСПАНСКОГО ТЕРМИНООБРАЗОВАНИЯ В КИНОИНДУСТРИИ

В современном английском и испанском языках существуют различные способы образования неологизмов. Важным способом словопроизводства является морфологический, при котором новые слова образуются путем соединения морфем. Материалом исследования послужили 50 английских и 50 испанских кинематографических неологизмов, отобранных из словарей «WordSpy», «Antenario», «Neoma» и «Diccionario de neologismos online».

Наиболее частотными способами образования английских неологизмов оказались слияние (44 %) и словосложение (40 %): *actor + activist = actorvist*, *mock + blockbuster = mockbuster*; *chick + flick = chick flick*, *warm + prop = warm prop*. Менее продуктивными способами являются суффиксации (8 %) и префиксация (6 %): *binge + -able = bingeable*, *snack + -able = snackable*; *micro- + cinema = microcinema*, *post- + Potter = post-Potter*. Один пример (2 %) представляет собой авторский окказионализм неясного происхождения: *glurge* ‘нечто настолько сентиментальное, что от него тошнит’ – считается, что его придумала Патрисия Чейпин как звукоподражательное слово, имитирующее позыв к рвоте.

Испанские кинематографические неологизмы образуются различными способами: как при помощи внешней номинации (заимствования), так и внутренней (словообразование). Наиболее распространенными оказались заимствования из английского языка: 48 % – неассимилированные (*binge-watch*, *celebrity*) и 8 % – те, которые были адаптированы к нормам испанского языка, т.е. получили именные или глагольные окончания и изменили орфографию (*croma*, *spoiler*). Суффиксация (14 %) и префиксация (16 %) оказались более частотными при образовании неологизмов в испанском, чем в английском: *almodovar + -iano = almodovariano*, *oscar + -izar = oscarizar*; *super- + corto = supercorto*, *tele- + adicción = teleadicción*.

Словосложение (6 %) и слияние (4 %), весьма продуктивные в английском языке, в испанском встречаются редко: *alfombra + roja = alfombra roja*, *cine + negro = cine negro*; *drama + comedia = dramedia*, *televisión + muñeco = teleñeco*. Изменение семантики как способ внутренней номинации встретился в 4 % случаев: *apagado* и *estatuilla* – это слова, которые уже существовали в испанском языке, но добавили более специализированное значение в свою семантику.

Таким образом, в ходе анализа выяснилось, что в английском языке неологизмы чаще образуются при помощи слияния и словосложения, в то время как в испанском языке преобладает аффиксальный способ словообразования. Также характерной особенностью испанских кинематографических неологизмов является большое количество неассимилированных заимствований из английского языка.

М. Олешкевич

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С ЛЕКСЕМАМИ «ВРЕМЯ» И «ЧАС» В НЕМЕЦКОМ И БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКАХ

Время является сложным феноменом, который представляет интерес для исследования с точки зрения разных научных дисциплин. Время воспринимается носителями различных языков по-разному, а потому актуальным представляется рассмотрение темпоральных отношений.

Объектом нашего исследования стали фразеологические единицы с лексемами *время* и *час* в белорусском и немецком языках, отобранные из «Немецко-русского фразеологического словаря» (автор-составитель Л. Э. Бинович), белорусского – из «Слоўніка фразеалагізмаў беларускай мовы» (автор-составитель И. Лепешев).

Цель исследования заключается в выявлении особенностей языковой репрезентации концепта «время» во фразеологизмах немецкого и белорусского языков.

Материалом исследования выступили фразеологические единицы немецкого и белорусского языков, репрезентирующие концепт «время» в количестве 40 единиц (по 20 для каждого языка).

Среди фразеологизмов, характеризующих отношение немцев ко времени, можно отметить как общие черты в белорусском и немецком языках, так и различные. При этом основными смыслами, наделяемыми концепт времени выступают: быстротечность (*Eile mit Weile* – ‘*цішэй едзеш далей будзеш*’), ценность (*seitdem die Welt steht* – ‘*спакон веку*’), положительная (*Die Zeit heilt alles / alles Leid* – ‘*Час лечыць усе пакуты*’) / отрицательная сила (*der Zahn der Zeit* – ‘*час нікога не літуе*’), всемогущество времени (*Die Zeit verzehrt all Ding* – ‘*Час паглынае ўсё*’).

К сходствам во фразеологическом фонде немецкого и белорусского языков нами были отнесены образы течения времени, полета, а также восприятия времени как ценной вещи, которую можно потратить. Различия во времявосприятии в белорусско- и немецкоязычной лингвокультур репрезентируются на уровне отношения к нему: в немецкоязычной культуре движение времени оказывается быстрее по сравнению с белорусскоязычной. Кроме того, в немецкоязычной культуре прослеживается стремление к более эффективному по сравнению с белорусскоязычной культурой использованию времени.

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ
СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ «МОДА»
(на материале русского и испанского языков)

Мода представляет собой не только историческое явление, но и феномен культуры, содержание которого определённым образом представлено в языке. Цель данного исследования состояла в определении содержательного наполнения концепта «Мода» в испанской и русской лингвокультурах.

Анализ дефиниций лексемы *moda* в русском и испанском языках позволяет утверждать, что данное явление в обеих лингвокультурах воспринимается как совокупность вкусов и предпочтений господствующих в обществе непродолжительное время. Однако в русской лингвокультуре одним из значений моды имеет значение привычки, какой-то склонности, потребности совершать те или иные действия, поступки. Данное значение имеет неодобрительную коннотацию и отсутствует в испанской лингвокультуре.

Общую зону поля обоих концептов образуют: словочетания с лексемой *moda*: быть в моде/*estar de moda*; лексические единицы, отражающие лицо, следующее моде или связано с ней профессионально: *el lechuguíño* «модник», *el árbitro de la moda* «законодатель моды», *el supermodelo*, *el cazatendencias* «кулхантер»; синонимический ряд лексемы *moda*: *novedad* (новизна), *tendencia* (тенденция); *gusto* (вкус); *popularidad* (популярность).

На основе выделения дифференциальных сем определяются следующие тематические группы: Стиль, Эпоха, Одежда, Аксессуары.

Наибольший интерес для исследования представляют собой лингвистические лакуны, выражающие предметы гардероба, являющиеся неотъемлемыми атрибутами испанской культуры: *el traje de luces* (блестательные одежды), *el traje de flamenco* (цыганский костюм); *la mantilla*, *la peineta*.

Для определения дальней периферии были проанализированы идиоматические выражения и цитаты на русском и испанском языках, включающих лексему *moda*. Данный анализ позволил выявить следующие оценочные признаки:

- 1) внешняя красота, желание поразить окружающих своим видом;
- 2) быстротечность модных тенденций;
- 3) мода как элемент подражания;
- 4) современность и популярность модных новинок;
- 5) подражание и зависимость вкусовых предпочтений от отдельных лиц.

Таким образом, рассмотренный нами материал позволяет заключить, что дальнюю периферию лингвокультурного концепта «Мода» составляют следующие понятия: «подражание», «непостоянство», «вынужденность», «массовость», которые в своем большинстве несут отрицательную коннотацию.

Суммируя вышеизложенные результаты, полученные в ходе анализа представляется возможным заключить, что концепт «Мода» является значимым для русской и испанской лингвокультур; в основе концепта лежит система установок и поведенческих реакций.

Круглый стол «ЧЕЛОВЕК И ЯЗЫКИ»

У. Богдан

ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Трансформации являются основой большинства приемов перевода. Они носят формально-семантический характер, преобразуя как форму, так и значение исходных единиц. Исследователи перевода выделяют три основных вида трансформаций: **лексические, грамматические и лексико-грамматические**. Каждый из этих видов имеет свой набор определенных приёмов.

При изучении переводов английских рекламных текстов и слоганов на русский язык было выявлено, что **лексические трансформации** используются чаще всего. Самыми частотными из них являются *транслитерация* (10,17 %) и *добавление* (10,17 %), *генерализация* (6,78 %) и *опущение* (6,78 %), реже встретились *конкретизация* (5,09 %) и *модуляция* (5,09 %), а также *нейтрализация* (1,69 %), при этом *транскрипция* и *калькирование* не использовалось вовсе. Например, при переводе названия японской компании *Mazda* на русский «*Мазда*» применяется транслитерация; при переводе «*long trip*» переводчики прибегли к генерализации и перевели фразу на русский язык как «*путешествия*»; при переводе лексемы «*things*» была использована конкретизация, вследствие чего лексема превратилась в «*развлечения*».

Среди **грамматических трансформаций** наиболее часто встречаются такие приёмы, как *грамматическая замена числа* (16,95 %) и *части речи* (15,25 %), а также *синтаксическое уподобление (дословный перевод)* (10,17 %). Гораздо реже были применены *объединение* (1,69 %) и *членение предложений* (1,69 %). Например, при переводе словосочетания «*their everyday lives*» на «*повседневной жизни*» произошла замена множественного числа на единственное; при переводе английского глагола *represents* на русское имя существительное *олицетворение* применяется грамматическая замена части речи.

Лексико-грамматические трансформации при переводе встречаются очень редко. Среди проанализированных нами примеров был выявлен только *антонимический перевод* (8,48 %). Например, при переводе слогана компании Adidas отрицательное местоимение *nothing* в русском варианте заменяется на утвердительное наречие *возможно*, при переводе фразы «*anything becomes possible*» был использован антонимический перевод «*нет ничего невозможного*».

Кроме того, в результате исследования было выявлено, что **различные трансформации очень часто сочетаются друг с другом**. Например, в рекламе «*Jadore* от *Dior*» при переводе фразы «*each new day*» на «*будни*» были

использованы две разные трансформации – лексическая и грамматическая; при переводе рекламы батончика Kit-Kat «*Have a break, have a Kit-Kat*» («*Есть перерыв, есть Кит-кат*») также используются разновидности грамматической и лексической трансформации – синтаксическое уподобление и транслитерация.

Д. М. Боженкова, Е. А. Прусакова

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЯЗЫКОВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Проблема коммуникации и понимания является одной из наиболее значимых в современном мире. Коммуникация - это общение с целью обмена информацией. Бурное развитие средств массовой коммуникации (далее – СМК) оказывает серьёзное воздействие на социальные процессы в мире. Существует множество мнений о том, какое влияние они оказывают на людей. Важнейшим фактором, влияющим на актуальность проблемы, является роль, которую играет массовая коммуникация в современном мире. Очевидно, что современные средства массовой коммуникации способствуют ослаблению активности межличностного общения, чувства солидарности между людьми. Человек становится заложником СМК, не осознавая этого. Напрашивается вывод, что СМК скорее несут негативное влияние на жизнь общества, но представить нашу жизнь без интернета, телевидения и других СМК невозможно. В чем же заключается проблема межкультурной коммуникации? Очевидно, что неэффективность коммуникации между носителями различных культур, проживающих в непосредственной близости, чревата конфликтами и столкновениями. Это выражается в наплыве мигрантов, которые стали неотъемлемой частью новой для них среды. Также важным является то, что, став частью страны пребывания, мигранты не утратили тех качеств, которые выросли из культуры исторической родины. Разрешение вопроса о возможности полноценной коммуникации лежит на пути обретения общности при сохранении различий. Важно, чтобы каждая группа не забывала об остальных и в определенной мере разделяла их жизнь.

К тенденциям развития современной языковой коммуникации можно отнести 1. Сближение языков не по родственным, а социальным и экономическим признакам. Современные носители разных языков одной сферы деятельности быстрее найдут взаимопонимание. Это естественная тенденция, поскольку происходит фрагментация сфер занятости людей. Так, у программистов далёких по языкам стран до 90 % общей лексики. Для преодоления языкового барьера им необходимы лишь несколько связующих слов. 2. Языковые изменения набирают скорость по экспоненте. Ежедневно добавляются новые слова, мемы, жаргонизмы, велика скорость изменения лексического запаса. В доинтернетовские времена разглядеть динамику изменения лексики могли лишь специалисты. За последние 15–20 лет в разговорном

русском языке произошел ряд необратимых изменений – ушли причастные и деепричастные обороты, придаточные предложения. При чтении ранее надо было держать в памяти смысловую нить фраз, не теряя канвы сюжета. Сейчас это могут не все, чему способствует и так называемый «инфостиль», которым наполнен контент в сети. 3 Смыслы доминируют над формой. Из текста выискивается главное – сколько, кто, остальное – второстепенно. Эффективность и динамичность – это основные тренды, которые направляют развитие современного языка.

А. Буренкова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

(на материале романа М. Петросян «Дом, в котором...»)

В системе языка для фразеологизмов характерны воспроизводимость, идиоматичность, раздельнооформленность, устойчивость, низкая подвижность и постоянство состава. Как и слова, большинство фразеологизмов обладают стилистической значимостью и эмоциональными и экспрессивными оттенками, поэтому они часто используются в художественных произведениях для достижения живости, яркости, образности и богатства текста. Тем не менее в переводе фразеологизмы вызывают множество трудностей, связанных с их распознаванием, восприятием, подбором способа перевода, а также сохранением стилистических и экспрессивных характеристик. Подтверждением этого правила может служить роман Мариам Петросян «Дом, в котором...» и его перевод на английский язык, выполненный Юрием Мачкасовым.

В ходе работы над текстом было проанализировано 72 фразеологизма. Одним из основных способов их передачи стал **описательный перевод**. На него приходится 29,1 %, что вызывает ряд стилистических и образных потерь («от нечего делать» – «because they had nothing better to do», «как на ладони» – «for all to see»). **Подбор аналогов** применяется при передаче 27,7 % фразеологических единиц («не по себе» – «it gives me the creeps», «по барабану» – «won't give a crap», «несчастливая Поппи отдала концы» – «poor unfortunate Poppy, having shuffled off this mortal coil»). **Подбор эквивалентов** составил 13,8 % от общего числа случаев («с первого взгляда» – «at first sight», «теряют голову» – «lose their heads», «загнан в угол» – «boxed into a corner»). Около 11 % фразеологизмов передано с помощью **лексического перевода**, т.е. замены одной лексемой («слегка не в себе» – «a bit frazzled», «мотай на ус правду о Помпее» – «and know that it is the true tale of Pompey», «боясь попасть впросак» – «risking ridicule»). **Фразовые глаголы** используются в 8,3 % случаев («Я набиваю себе цену» – «This is me talking up my side», «Меня просто смех разбирает» – «I want to just laugh it off»). Около 5,5 %

и 4,1 % приходится на **контекстуальный** («Рыльце в пушку» – «He looks exceedingly pimpish») и **антонимический** перевод («Видит бог» – «It's highly debatable»).

Таким образом, анализ показал, что при переводе фразеологизмов использовались традиционные приемы: подбор эквивалентов или аналогов, фразовых глаголов, лексический, контекстуальный, антонимический переводы. Самым же распространенным способом перевода фразеологизмов данного текста стал описательный перевод. Следует заметить, что в большинстве случаев стилистически маркированные фразеологизмы теряют свои характеристики, поскольку передаются нейтральными словами или соответствиями. Впрочем, если переводчик не может достичь образной, экспрессивной и стилистической эквивалентности на уровне единицы, он должен добиваться эквивалентности на уровне текста.

Ю. А. Быковская, Е. А. Яцкевич

ПРОБЛЕМА СМЫСЛА ЖИЗНИ В МОРАЛЬНОЙ ФИЛОСОФИИ

Смысл жизни – это вопрос, который волнует людей на протяжении многих тысячелетий. В чём ценность жизни, её цель и её смысл? У каждого человека свой ответ на эти вопросы. Осознание того, что когда-нибудь придется умирать и заставляет нас задумываться о смысле бытия, и сам факт таких размышлений является частью становления нас как людей.

Для того, чтобы осознать смысл своего существования, мы должны выбрать цель и двигаться к ней. Выбрать, кому или чему мы хотим посвятить свою жизнь. Одни посвящают свою жизнь служению народу, Родине, другие – науке или медицине, иные Богу, а кто-то семье и детям. Иными словами, цель жизни состоит в том, чтобы служить другим и делать добро. Но в жизни часто случается, что из-за каких-то тяжёлых жизненных обстоятельств человек теряет свою цель, своё предназначение или перегорает. Так случается, если невиден результат труда, если нет поддержки от близких людей. И в такие моменты нужно сосредоточиться и чётко решить для себя: правильный ли путь я выбрал? Если нет, тогда всегда можно сменить ориентир.

К сожалению, наше общество не свободно в выборе. И часто из-за предрассудков и боязни чужих осуждений человек не может следовать своему пути и своему предназначению. Выбирая престижные и высокооплачиваемые профессии, люди теряют себя и деньги не приносят им самоудовлетворения. И лишь немногие способны перебороть этот барьер и следовать своей цели. Кроме того, реализация своего предназначения также предполагает тяжёлый, напряжённый труд и работу над собой, предполагает какие-то лишения и неудачи, но если человек справится со всем этим, тогда он по-настоящему обретет себя.

Тот, кто способен не только брать, но и отдавать, творить, жертвовать собой ради других, способен обрести высший смысл, поскольку смерть не сможет уничтожить все его свершения, подвиги и добрые поступки. Однако, для человека, который живёт только для себя, смерть – это бессмысленный и жестокий конец всего.

Таким образом, смысл жизни – это осознание человеком своего места в мире, своей ценности и пользы, которую он сможет принести другим. И эта проблема будет актуальна во все времена, потому что человек – единственное живое существо, которое способно к саморефлексии. И когда-нибудь, перед ним непременно встанет вопрос: для чего я живу? И этот вопрос человек должен пронести через всю свою жизнь, стать лучше, и, в конце концов, обрести свой смысл жизни.

К. Вераскоўская

АДАПТАЦЫЯ ІНШАМОЎНЫХ УКРАПІН У РАМАНАХ Ё. ТАНАКІ «СКАЗ ПРА АРСЛАНА»

Серыя фэнтэзійных раманаў «Сказ пра Арслана», напісаная японскім фантастам Ё. Танакам, апавядае пра падзеі ў выдуманым сусвеце, які мае мноства алюзій на дзяржавы Сярэдняга Усходу і бліжэйшыя да іх краіны перыяду Сярэднявечча ((Персія (Іран), Чола (Індыя), Кітай і інш.). Гэта абумоўлівае выкарыстанне ў тэксце ўкрапін з розных моў для стварэння хранатопу, або лакальна-тэмпаральнай атмасферы.

Мэта даследавання – выяўленне своеасаблівасці іншамоўных украпін (ІУ) як адмысловага пласта японскай літаратурнай мовы і іх адаптацыі ў раманах Ё. Танакі «Сказ пра Арслана».

Пад ІУ мы разумеем незамкнёны і папаяўняльны шэраг з’яў мовы (ад фанемы, марфемы ці словы да ўрыўка тэксту), якія знаходзяцца ў асяроддзі элементаў японскай мовы.

Аналіз ІУ дазволіў прыйсці да наступных высноў.

Усе ІУ ў даследаваных раманах (174 адзінкі) перадаюцца азбукай катакана і прыводзяцца ў тэксце як асобныя словы (уласныя назоўнікі) або як фанетычныя падказкі (фурыгана) да японскага эквіваленту (агульныя назоўнікі), напрыклад: ドラフム *драхм* ‘срэбная манета’, アキナケス *акінак* ‘кароткі меч’. У выпадку, калі ІУ з’яўляецца тапонімам, у склад назвы могуць уваходзіць паказчыкі 内海 *найкай* ‘унутранае мора’, 山 *сан* ‘гара’, 王国 *о:коку* ‘каралеўства’ і інш., запісаныя на кандзі і размешчаныя ў канцы: ルシタニア王国 ‘каралеўства Лузітанія’, カーフ山 ‘гара Каф’.

Да фанетычных характарыстык ІУ адносяцца тэндэнцыя да фармавання адкрытых складоў і забароны кансанантнага завяршэння слова, а таксама замена чыстага гука [Л] на алафоны фанемы [Р]. Па класіфікацыі мор, прапанаванай В.В. Рыбіным, найбольш распаўсюджаныя ІУ, якія складаюцца з ядзерных мораў тыпу CV + маргінальных мораў тыпу V² – 95 адзінак (54,6 % матэрыялу), напрыклад: ライシャル [райся:ру] – *райшал* ‘крышталёвая флейта’, アズライール [адзураі:ру] – *Азраіль* ‘анёл-прадвеснік смерці’.

Граматычная адаптацыя ІУ ў японскай мове праяўляецца ў знішчэнні граматычнай катэгорыі ліку. Напрыклад: назоўнік *マルダーン* *Mardān* паходзіць ад персідскага слова *Mardān*, якое з’яўляецца формай множнага ліку назоўніка *mard* ‘мужчына’. У японскім тэксе ён набывае сему ‘адзінка-васць’:

「汝の万騎長の任をとく！

戦士《マルダーン》と獅子狩人《シールギール》の称号《しょうごう》をとりあげぬのが、せめてものなさけと思え」

– Ты зняты з пасады намесніка! Я не буду адбіраць у цябе тытулаў мардана і шыргіра, але няхай гэта будзе табе ўрокам.

Сема ‘множнасць’ ІУ выражаецца з дапамогай афіксаў-паказчыкаў множнага ліку (*たち tachi* і інш.):

「城内の奴隷《ゴラーム》たちがルシタニア軍に呼応すると？」 – Гулямы з замка будуць дзейнічаць разам з лузітанскім войскам?

Н. Гордей

ПО СЛЕДАМ ГРАММАТИКАЛИЗАЦИИ

Спорное понятие грамматикализации трактуется одними лингвистами как непрерывный процесс усиления грамматичности языковой единицы (В. А. Плуныян), другими – как диахроническое изменение, при котором части конструкционной схемы входят в отношения более сильной зависимости (М. Хаспельмат). Несмотря на широту данного понятия, под грамматикализацией чаще всего подразумевают переход свободного словосочетания в аналитическую форму. Понятие грамматикализации тесно связано с понятием грамматической категории, так как последняя существует только при условии наличия оппозиции минимум из двух форм, которую появляющаяся аналитическая форма в большинстве случаев и образует.

Критерии выделения аналитической формы А. И. Смирницкого требуют от вспомогательного слова способности быть лишённым лексического значения и изменяться грамматически. Такой подход не позволяет поделить все фактические сочетания слов на свободные словосочетания и аналитические формы, поэтому предлагается использовать синтез нескольких подходов.

Полагаем, плодотворно использовать общелингвистический подход, так как в основе грамматических категорий лежат человеческое мышление и объективная реальность, общие для носителей разных языков. Возможно, все языки произошли от протомирового языка и праязыков макросемей или, напротив, языки мира структурно сближаются, конвергируют под влиянием глобализации.

Используем возможность сопоставления данных разных языков, в том числе экзотических для индоевропейцев, с целью выявления закономерностей в процессе грамматикализации. Так, в частности, в японском языке корни слов записываются иероглифами, а грамматическое окружение, окуригана,

азбукой хирагана. Грамматикализуясь, японские слова теряют иероглиф, что делает этот язык особенно привлекательным для исследователей грамматикализации.

Многие исследователи английского языка сегодня не склонны выделять в нём грамматическую форму будущего времени (*will do*), которая действительно не отвечает всем требованиям аналитической формы. Однако исследования сторонников гипотезы лингвистической относительности указывают, что носители английского языка также склонны откладывать что-то на потом, как носители русского, белорусского и других языков, в противовес носителям японского или финского языков, в которых, вследствие отсутствия формы, будущего времени нет.

Таким образом, мы видим оппозицию свободных словосочетаний и аналитических форм не бинарной, а тернарной, с промежуточной стадией «в процессе грамматикализации». Такое понимание не только позволяет более толерантно относиться к радикальным идеям в грамматике, но и указывает на то, что в отдельных языках определённая грамматическая категория не присутствует и не отсутствует, а находится в стадии становления.

У. Горленко

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА БЕЗЭКВИВАЛЕНТНОЙ ЛЕКСИКИ В ТЕКСТАХ СМИ (на материале шведского и русского языков)

Безэквивалентная лексика – это единицы исходного языка, которые не имеют регулярных соответствий в языке перевода. Имена собственные, предметы материальной и духовной культуры, свойственные только данному народу, фразеологизмы, фольклоризмы и диалектизмы чаще всего не имеют эквивалентов в другом языке.

Для анализа способов перевода безэквивалентной лексики в текстах СМИ путем сплошной выборки нами было проанализировано 30 статей на шведском языке и их переводов на русский язык. Всего на основании проанализированного материала нами было выявлено 62 предложения.

Во время анализа материала было выявлено, что **транскрипция/транслитерация** были применены в 29 предложениях в переводе со шведского языка на русский, что составляет 46,7 % от общего количества проанализированных предложений. Например: *Tre Kronors förklaring till stora misslyckandet* («*Тре крουνур*» объясняют исторический провал).

Конкретизация как способ перевода безэквивалентной лексики была использована в 19 предложениях в переводе со шведского на русский, что составляет 30,6 % от общего количества проанализированных предложений. Например: *Turning torso, Malmö* (Небоскреж *Turning Torso* в Мальмё).

Приближенный перевод был использован в 5 предложениях в переводе со шведского языка на русский, что составляет 8,0 % от общего количества проанализированных предложений. Например: *Stugorna användes av personer som hade långt att ta sig till kyrkan...* (Эти непритязательные избушки принадлежали людям, которые жили далеко от церкви).

Согласно результатам исследования, **калькирование** использовалось в 4 предложениях в переводе со шведского на русский, что составляет 6,5 % от общего количества проанализированных предложений. Например: *Inom nordisk folktro har vi den ökända nattmaran...* (В скандинавской мифологии есть ночная мара).

Генерализация как способ перевода безэквивалентной лексики была использована в 4 предложениях в переводе со шведского на русский, что составляет 6,5 % от общего количества проанализированных предложений. Например: *Lucas Wallmark om nye tränaren: "En superlegendar"* (Шведский хоккеист о своем русском тренере: «Супер-легенда»).

Описательный перевод был использован в 1 предложении в переводе со шведского языка на русский, что составляет 1,6 % от общего количества проанализированных предложений. Например: *I nationalparken finns Abiskodalen, fjället Njullá och Kungsleden bland annat.* (В национальном парке можно посетить долину Абиску, подняться на гору Нуолья или выйти на 450-километровую пешеходную Королевскую тропу, ведущую из Северной в Центральную Швецию).

П. Карасёва

ОККАЗИОНАЛЬНАЯ НЕМЕЦКАЯ ЛЕКСИКА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ВОСПРИЯТИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОСИТЕЛЯМИ ЯЗЫКА

В ходе развития информационно-коммуникационных технологий появилось множество новых понятий, одним из которых являются «коллективные» или «интерактивные онлайн-словари», представляющие собой форму развития электронных словарей. Особенность данных лексикографических ресурсов заключается в том, что они пополняются исключительно усилиями пользователей.

Целью настоящего научного исследования является анализ восприятия и использования носителями языка окказионализмов, размещенных в коллективном онлайн-словаре немецкого сленга «Sprachnudel. Wörterbuch der Jetztsprache». Нами был проведен опрос среди носителей языка, в котором приняли участие 33 человека (17 мужчин и 16 женщин). Им было предложено указать, знают ли они значение приведенных слов, и в случае отрицательного ответа предположить, что данные слова могут значить.

На основе проведенного опроса мы выяснили, знакомы ли приведенные слова носителям языка и используют ли они их, позволяет ли форма окказионализма без какого-либо контекста понять его значение и какие ассоциации данные окказионализмы вызывают у носителей языка.

Нами были отобраны 27 слов, 23 из которых фигурируют в корпусах текстов. Например: *Alibisalat* (← *Alibi* ‘алиби’ + *Salat* ‘салат’) – букв. ‘салат в качестве алиби’, т.е. лист салата на бутерброде с колбасой и сыром, который создает впечатление, что вы едите что-то полезное; данная лексема

образована способом словосложения. 29 % респондентов верно указали значение слова, 45,5 % указали значение «“салат” из алиби, т.е. слишком большое количество алиби», также были приведены следующие варианты значений: «салат, в котором мало овощей, но есть мясо и углеводы», «здоровая пища при нездоровом образе жизни», «салат, который заказывают в ресторане, когда не особо голодны», «единственное вегетарианское блюдо в меню с большим содержанием мяса». *Vegetierier* (← *Vegetarier* ‘вегетарианец’ + *Tier* ‘животное’) – ‘человек, употребляющий мясо’; данная лексема образована способом контаминации. 23,1 % опрошенных верно указали значение слова, 18,2 % указали значение «человек, ведущий скучный образ жизни» (от *vegetieren* ‘вести скучный образ жизни, владеть жалкое существование’), другие варианты значений: «человек, который говорит, что он вегетарианец, но не является им», «тот, кто заботится о животных и не желает им зла», «агрессивный вегетарианец».

Таким образом, можно сделать вывод, что носители языка не всегда могут определить по внешней форме окказионализма его значение, поскольку многие слова воспринимаются ими двусмысленно. Однако несмотря на это, исследованные нами окказионализмы уже используются в интернет-пространстве в разной степени.

В. Корело

КОНЦЕПТ СТРАХА В АВТОРСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА (на материале романа С. Кинга «Жребий»)

Концепт страха является неотъемлемой частью многих литературных произведений современности. Объектом нашего исследования стали случаи вербализации страха в авторской языковой картине мира «короля ужасов» Стивена Кинга.

Материалом нашего исследования послужил роман С. Кинга «Жребий». Посредством сплошной выборки мы отобрали из текста романа и в дальнейшем подвергли анализу 484 контекста, репрезентирующих концепт страха. В ходе контекстуально-семантического анализа мы установили, что концепт страха включает в себя следующие субконцепты: «тревога/дрожь», «ужас», «волнение» и «испуг/боязнь».

По нашим данным, субконцепт «испуг/боязнь» является наиболее частотным (52,5 %). Примерами вербализации данного субконцепта могут быть лексемы *frightened*, *shocked*, *startled* и др.: *He had been shocked by the disappearance of Ralphie Glick, and shocked again by Danny's death*. Данный субконцепт может быть также выражен при помощи метафор и описания посредством сложных синтаксических конструкций: *His legs felt as if they were made up of ten thousand pencil erasers*.

Субконцепт «тревога/дрожь» (22,9 %) представлен такими примерами, как *shudder, tremble, flutter: But Ralphie trembled beside him in a paralysis of fear*. В данную группу входят лексические единицы, выражающие реакцию организма на чувство страха. Здесь также были замечены случаи употребления метафор и описаний: *His palm was sweaty and slick*.

Лексические единицы, составляющие концепт «ужас» (17,8 %), являются не слишком разнообразными – всего 7 различных лексем: *horror, ghastly, horrible, awful, terrible, dreadful, horrid: She had never seen such a dreadful smile on a human face, and she flinched from it*. Отметим, что субконцепт «ужас» не может существовать отдельно без субконцепта «испуг/боязнь», который является по сути реакцией на «ужас».

Наименее частотным является субконцепт «волнение» – 6,8 %: *It's been bothering me ever since you mentioned autopsies*. Всего 2 случая приходится на описательный способ выражения данного субконцепта: *I slept with the light on for weeks after*.

Таким образом, ядром семантического поля концепта «страх» предстает субконцепт «испуг/боязнь», околядерными сегментами предстают субконцепты «тревога/дрожь» и «ужас», а на периферии поля реализуется субконцепт «волнение». В ходе анализа нами также была установлена парадигма способов вербализации концепта «страх», использующих как тривиальные, так и нестандартные языковые средства.

М. Мороз

СЕМАНТИЧЕСКАЯ ДЕРИВАЦИЯ В КИТАЙСКОМ МОЛОДЁЖНОМ ИНТЕРНЕТ-СЛЕНГЕ (на материале блогов)

Семантическая деривация (СД) как процесс образования производных значений от исходных с сохранением формы знака находит своё отражение в молодёжном интернет-сленге. Основными типами СД являются метафора, метонимия, сужение, расширение. Среди причин семантической деривации мы выделяем экстралингвистические, когнитивные и языковые. Материалом данной работы послужили посты китайских блогеров, размещенные на интернет-портале 新浪博客.

Посредством сплошной выборки нами обнаружено 86 фактов семантического сдвига на базе 100 постов. Все отобранные единицы подвергнуты нами классификации на семантическом основании:

1. Семантическая группа “возраст”: 鸡娃 ‘цыплёнок, дети’, 神兽 ‘священное животное, дети’;
2. Семантическая группа “характер и особенности поведения”: 棒子 ‘палка, кореец’, 放鸽子 ‘выпускать голубей, выдавать секрет’;
3. Семантическая группа “интимная сфера”: 劈腿 ‘шпагат, изменять’, 歪 ‘кривой, гей’;

4. Семантическая группа “внешние признаки”: 大鼻子 ‘большой нос, иностранец’, 小鲜肉 ‘молодое мясо, красавец’, 恐龙 ‘динозавр, урод’;

5. Семантическая группа “эмоциональная сфера”: 流口水 ‘слюноотделение, завидовать’, 柠檬精 ‘лимонная эссенция, ревность’;

6. Семантическая группа “мир интернет-коммуникации”: 黄豆 ‘соевые бобы, смайлик’.

В ходе анализа самостоятельно отобранного материала (86 языковых контекстов, репрезентирующих семантический сдвиг в значении лексем-сленгизма) нами обнаружено 57 фактов СД на метафорическом основании, 14 фактов СД – на метонимическом основании, 2 факта – на основе сужения значения, 1 – на основе генерализации. Кроме того, 12 сленгизмов трактуются нами как результат семантического сдвига на базе омонимии: значение приписывается лексическому сленгизму в условиях случайного созвучия с иной китайской лексемой-омофоном.

Таким образом, наиболее продуктивным типом семантической деривации в китайском молодёжном интернет-сленге является метафора. На наш взгляд, это свидетельствует о том, что мир и его реалии китайская молодёжь концептуализирует, опираясь на их сходство с тем или иным явлением повседневной жизни. Такой способ позволяет наиболее ярко, образно и колоритно донести до слушателя или читателя нужную информацию, представить тот или иной денотат.

А. Подлущкий

ПОДЖАНРЫ И ТЕМАТИКА РЭП-ДИСКУРСА

Научное изучение рэп-дискурса только начинается. Имеются публикации, где дан концептуальный анализ, описаны музыкальные особенности, сделаны наблюдения в культурологическом контексте. Рассматривая рэп жанром литературы, характеристику языковой специфики текстов уместно начать с рассмотрения поджанров репа с их тематикой и типичными сюжетами.

Первые записи сделаны в жанре, названном позже олд-скул рэп (англ. *Old School Rap* – ‘рэп старой школы’). Темы – хвастовство деньгами, успехом, силой, властью, напр.: *I got bodyguards, I got two big cars, that definitely ain't the wack* – ‘У меня и телохранители и тачки хоть куда’. *I got a Lincoln continental and a sunroof Cadillac* – ‘У меня «Линкольн Континенталь» и с прозрачной крышей «Кадиллак»’. Эту тематику продолжали поднимать представители поп-рэпа.

С появлением жанра **осознанного (сознательного) рэпа** (англ. *Conscious Rap*) или **политического рэпа** (англ. *Political Rap*) предметы рассмотрения меняется от простых рифм о вечеринках и преуспевании до критики социальных проблем: институционального расизма, белого шовинизма, американской правящей элиты; сообщество афроамериканцев

призывают к борьбе за права и т.п.: *Broken glass everywhere* – ‘Повсюду разбитое стекло’.; *People pissin’ on the stairs, you know they just don’t care* – ‘Люди мочатся в подъездах. Вы знаете, им всё равно’.

Новый жанр – **гангстерский рэп** (англ. *Gangsta Rap*); звучат рассказы об ограблениях, перестрелках, преследовании полицией и т. д.

В 90-е годы обрел популярность жанр во многом противоположный гангстерской теме – **южный рэп, рэп южного побережья** (англ. *South coast rap*), **рэп грязного юга** (от англ. *Dirty South*). Его даже называли **анти-гангстерским**, исполнители поднимали вопросы отчуждения, экзистенциального и духовного начала человека.

В начале нового тысячелетия возник **альтернативный рэп**, в текстах затрагиваются отношения с семьей, разбитые сердца, переосмысления успеха и богатства.

Для поджанра **хорроркор** (англ. *Horrorcore*) характерны темы из фильмов ужасов. Тексты могут быть пугающими, они описывают пороки человеческой натуры, ничем не прикрытое насилие.

Комедийный рэп (англ. *Comedy Rap*) – рэп с элементами комедии, чаще сатиры или пародии.

Мамбл-рэп (англ. *Mumble Rap*) – дословно ‘бормочущего рэпа’ или ‘рэп бормотание’ – отличается уникальной манерой рэперов произносить слоги слитно, из-за чего сложно понять их текст на слух.

Подчеркнем, что в творчестве каждого исполнителя можно увидеть как влияние предшественников, так и характерные особенности, свойственные пограничным поджанрам.

К. Потапова

СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ОТЗООНИМНЫХ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ В СОВРЕМЕННОЙ РУССКОЙ РЕЧИ

Материалом исследования выступили конструкции «прилагательное *собачий* + имя существительное», отобранные из контекстов основного подкорпуса Национального корпуса русского языка. Рассматриваемые конструкции встречаются в 3060 документах данного интернет-ресурса. Мы ограничили выборку сочетаниями лексемы *собачий* с первыми 100 существительными.

Анализ показал, что прилагательное *собачий* сочетается как с конкретными, так и с абстрактными существительными. Группу последних представили такие лексемы как *преданность* (50) (цифра указывает на частотность данного словосочетания в текстах НКРЯ), *тоска* (9), *верность* (5), *обязанность* (4), *дух* (4), *нрав* (3), *память* (3), *свобода* (2), *мольба* (1) и др. Среди конкретных имен существительных в количественном отношении преобладают наименования частей тела собаки (22 ЛЕ): *голова* (92), *морда* (73), *глаза* (69), *хвост* (61), *шерсть* (47), *шкура* (38), *язык* (38), *лапа* (33), *мех* (29), *ухо*

(25), нос (21), пасть (19), зубы (18), кости (14), клыки (5), когти (5) и др. На втором месте по численности (по 8 ЛЕ) – группы наименований людей, имеющих отношение к собаке: *психолог* (5), *хозяин* (4), *хозяйка* (1), *доктор* (4), *нянька* (3), *модельер* (1), *дантист* (1), *инструктор* (1), а также наименований одежды (и её частей) из собачьего меха или шерсти: *воротник* (22), *шапка* (11), *шуба* (5), *рукавицы* (5), *унты* (2), *пальто* (2), *куртка* (2), *чулки* (1).

По контекстам НКРЯ заметна наблюдаемая в последние десятилетия тенденция особого отношения к домашним животным; сформировалась целая «собачья» индустрия. В текстах упоминаются предметы одежды для собак, «собачьи» рестораны, парикмахерские, клиники, отели и даже пляжи. Для собак работают инструкторы и дантисты, модельеры и психологи. С другой стороны, в текстах отмечены сочетания *собачий «лагерь смерти»*, *концлагерь*, *собачий вор*, свидетельствующие о жестоком обращении с животными.

По данным словарей, прилагательное *собачий* входит в состав ботанических и зоологических названий (*собачья капуста*, *собачий лук*, *собачья петрушка*, *собачья ромашка*, *собачий клещ*, *собачья акула*). Указанные наименования не нашли отражения в материалах основного корпуса НКРЯ, но к данной группе можно отнести зафиксированные там ботанические наименования *собачья роза* (2) и *собачий зуб* (1). Отдельно отметим группу фразеологизмов с прилагательным *собачий*: *собачья жизнь* (106), *собачье дело* (79), *собачий холод* (36), *собачья старость* (34), *собачий голод* (3), а также бранные выражения *собачий сын* (123), *бред собачий* (12), *чушь собачья* (8), *собачья дочь* (4), *черт собачий* (2). Высокочастотным в материалах корпуса является выражение: «Собаке – собачья смерть» (90).

Установлено, что в десятку самых частотных конструкций с прилагательным *собачий* входят конструкции с существительными *лай* (338), *сын* (123), *жизнь* (106), *упряжка* (96), *голова* (92), *смерть* (90), *будка* (80), *дело* (79), *конура* (75), *морда* (73).

Е. Пузан

Я, МЫ, ТЫ, ВЫ...

Личные местоимения традиционно притягивают внимание лингвистов. Являясь словами дейктическими, личные местоимения указывают на отправителя сообщения (*я*); на получателя сообщения (*ты*, *вы*); на предмет речи вообще (*он*, *она*, *оно*). Но одинаковы ли отправители, получатели сообщения и предметы речи в разных языковых системах?

В венгерском языке (уральская языковая семья) нет категории рода, а в форме 3 лица ед. ч. нивелируется как пол, так и одушевлённость/неодушевлённость. Соответствие с русским языком (индоевропейская языковая семья) можно выразить следующей формулой: $\text{ő} = \text{он, она, оно}$. Данным фак-

том различия в сфере личного дейксиса не исчерпываются. В венгерском языке три разных *вы*, которые можно представить, как: 1) *вы (te)* – мн. ч. неформальное; 2) *Вы (Ön)* – ед. ч. формальное; 3) *вы (Önök)* – мн. ч. формальное. Отметим, что личные формы глагола для местоимений *Ön* и *Önök* тождественны личным формам 3 лица ед. ч. (*ő*) и 3 лица мн. ч. (*ők*) соответственно.

В иврите (семито-хамитская языковая семья) 10 личных местоимений. Такое разнообразие вызвано тем, что необходимо эксплицитно выражать родовую отнесённость, поэтому 2 лицу ед. ч. и мн. ч., а также 3 лицу мн. ч. соответствуют разные местоимения: *אתה* – *ты* (м. р.), *את* – *ты* (ж. р.), *אתם* – *вы* (м. р. или смешанная группа), *אתן* – *вы* (ж. р. или смешанная группа), *הם* – *они* (м. р. или смешанная группа), *הן* – *они* (ж. р. или смешанная группа).

Индонезийский язык (австронезийская языковая семья) предлагает варианты местоимений в зависимости от ситуации общения – формальная/неформальная: *aku* – ‘я неформальное’, *saya* – ‘я формальное’, *kami* – ‘ты неформальное’, *anda* – ‘ты формальное’. Заметим, что 3 лицу ед. ч. Соответствует одно местоимение *dia* вне зависимости от рода и одушевлённости/неодушевлённости. Русскому *мы* могут соответствовать индонезийские *kami* и *kita*. *Kami* можно представить как ‘я+кто-то, но не ты/вы’, а *kita* – как ‘я+ты/вы и, может быть, ещё кто-то’.

Личные формы глагола характеризуются в разных языках неодинаковой степенью последовательной выраженности: чем чётче противопоставлены флексии словоформ, тем факультативнее употребление глаголов в сочетании с личными местоимениями, и наоборот: чем больше омонимичных звеньев в парадигме, тем облигаторнее употребление личных местоимений.

Таким образом, по степени факультативности употребления личных местоимений в сочетании с личными формами глагола анализируемые нами языки могут быть расположены в такой последовательности: венгерский – иврит – русский – индонезийский.

На наш взгляд, исследование дейктических слов, особенно на материале типологически далеких языков, может дать существенный толчок для развития когнитивной лингвистики, открыть новые горизонты для широких обобщений о национальной картине мира и ее отражении в языковом сознании различных лингвокультурных сообществ.

Д. Сергей

ФЕМИНИТИВЫ В ИСПАНОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТАХ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ

Цель данного исследования – выявить частотность употребления феминитивов в испаноязычных и русскоязычных корпусах текстов электронных СМИ и установить их функциональные и семантические особенности.

Материалом исследования послужили тексты, посвящённые теме коронавируса, которые были опубликованы русскоязычной и испаноязычной новостными службами портала www.bbc.com. За период с 01.10.2021 г. по

01.12.2021 г. мы отобрали и проанализировали 73 статьи. Все тексты были отобраны за единый период с целью получения наиболее релевантных статистических данных.

В ходе анализа текстов испаноязычной новостной службы BBC установлено, что новостные сюжеты данного сайта характеризуются незначительно выраженной гендерной асимметрией. Журналисты активно используют недавно вошедшие в употребление феминитивы и не боятся образовывать от них новые деривационные модели. Так, из 53 текстов, посредством сплошной выборки, мы отобрали 27 текстов, содержащих 108 вхождений феминитивов, что составляет 51 % от всего корпуса испаноязычных статей. Самыми распространёнными феминитивами в текстах на испанском языке являются номинации, связанные с управленческой деятельностью (*la presidenta, cofundadora, la canciller, subdirectora, la exjefa*) – 23 случая вхождения, и существительные, относящиеся к сфере медицины (*enfermera, cardióloga, oncóloga*) – 19 случаев вхождения.

Исследование текстов русскоязычной новостной службы BBC показало, что статьи на русском языке характеризуются высокой степенью андроцентризма и явным перекосом в сторону маскулинативов. Так, из 20 текстов данного сайта посредством сплошной выборки мы выявили 7 статей, содержащих 15 вхождений феминитивов, что составляет 35 % от корпуса русскоязычных статей. Анализ показал, что наиболее распространёнными феминитивами в русскоязычных текстах являются номинации женщин, связанные с активной жизненной позицией или личными интересами (*волонтерка, участница, путешественница, туристка*) – 4 случая вхождения; номинации, связанные с проживанием где-либо (*жительница, москвичка*) – 3 случая вхождения; а также феминитив *женщина* – 3 случая вхождения.

Сравнивая испаноязычную и русскоязычную версии www.bbc.com, мы пришли к выводу, что испанский язык текстов BBC побеждает гендерную асимметрию. В испаноязычных текстах женщины более заметны, что облегчает и ускоряет восприятие и понимание информации. Такой эффект достигается, в частности, посредством использования феминитивов.

В ходе анализа русскоязычных статей мы выявили высокую степень их андроцентризма. Отсутствие феминитивов или их замена на маскулинативы искажает и замедляет восприятие текста. Наиболее остро данная трудность ощущается при восприятии контекстов, содержащих иностранные имена собственные.

А. Смоленская

ОТ ЮМОРА ДО ИРОНИИ:

О ФУНКЦИОНАЛЬНОМ ПОТЕНЦИАЛЕ КОМПЬЮТЕРНОГО СЛЕНГА

Отличительной особенностью компьютерного сленга можно назвать перманентную реализацию им экспрессивной функции языка в процессе номинации. Коннотации могут меняться от шутливо-иронических и фамиль-

ярко-насмешливых до уничижительных и даже вульгарных. В ходе анализа словаря компьютерного сленга выявлено, что экспрессия сленгизмов возникает зачастую в результате фонетических и графических изменений.

Наиболее часто встречается фонетическая мимикрия. Слово приобретает новое значение, никак не связанное с общеупотребительным значением слова-оригинала: *кряк* ‘crack’, *жаба* ‘Java’, *батон* ‘button’, *шаровары* ‘shareware’, *дрова* ‘drivers’. Используется фонетическая субституция (замена) – это пофонемная передача плана выражения (ПВ) иностранного (английского) слова фонемными средствами современного русского языка зачастую с намеренным искажением, создающим комический эффект: *компутер* ‘computer’, *мудем* ‘плохой модем’, *хацкер* ‘hacker’. Еще один способ создания комического эффекта – использование эпентезы – вставки дополнительного звука, отсутствовавшего в первоначальной форме лексемы: *компухтер* ‘computer’, *панаслоник* ‘Panasonic’, *пердаль* ‘педаль’, *стервер* ‘сервер’. В данных случаях омофония создает дополнительные условия для языковой игры.

Посредством графических трансформаций активно создаются новообразования-гибриды, совмещающие кириллицу и латиницу: *ctrashная клавиша* ‘клавиша F8’, *power'нуть тачку* ‘переустановить компьютер’. Случайные межъязыковые звуковые совпадения создают юмористический эффект. Печатание английских слов на русскоязычной раскладке создает такие сленгизмы, как *зды* от *pls* ‘please’, *ину!* от *bye!*, *фдд* от *all*. Взаимодействуя друг с другом, вербальный и символичный элементы обеспечивают целостность восприятия и прочтение целого, наделенного значением: чаще всего используются цифры 2 [tu:], 8 ['eit] и 4 [fo:], которые заменяют подобные звукосочетания в словах с целью компрессии: *2L8* ‘Too Late’, *4* ‘for’, *10X* ‘Thanks’.

Отметим особую группу слов, маркирующих «профессиональные» статусы коммуникантов: *наильник* ‘программист, работающий на языке Си’, *паскалянт* ‘программист, работающий на языке Паскаль’, *макрушник* ‘программист, работающий на языке Макроассемблер’ (ср. *мочить*, *мокрушник-убийца*).

Обращает на себя внимание тенденция использования русских имен собственных с целью языковой игры: *Гога / Егор* ‘error’, *Лариса* ‘Lora BBS’, *Рома* ‘ROM’.

Итак, сегодня русские компьютерные сленгизмы создаются коммуникантами осознанно с целью достижения юмористического эффекта и повышения эмоциональности речи, а также экономии речевых усилий.

В. Н. Соколова, Я. В. Маргалик

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КАК СФЕРА РАЗВИТИЯ ЛИЧНОСТИ И РЕАЛИЗАЦИИ ТВОРЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ

Профессиональная деятельность является одной из основных сфер жизнедеятельности человека, фундаментально определяющей его существование и развитие. Стремление к профессиональному развитию – отличное качество для каждого человека, который стремится быть востребованным специа-

листом и выполнять свои обязанности на профессиональном уровне. Профессиональное развитие и саморазвитие личности идут бок о бок. Любой прогресс затрагивает разные сферы жизни человека. Повышая свою квалификацию, мы становимся увереннее в себе, более оптимистично смотрим в будущее. Но не стоит забывать, что любые знания устаревают. Невозможно всю жизнь пользоваться информацией, полученной в университете или каком-то другом учебном заведении, как-никак мир не стоит на месте. Знания необходимо постоянно насаивать друг на друга: снизу база, профессиональный фундамент, а сверху слои из опыта и новых умений и навыков.

Профессиональное развитие личности – длительный процесс, который включает несколько стадий:

Первая – стадия роста. Эта стадия начинается в дошкольном возрасте и заканчивается в подростковом. Человек учится познавать этот мир, взаимодействовать с ним, выделять интересные для себя направления деятельности. Приблизительно к 11–12 годам у человека начинают формироваться более стабильные интересы, они уже более осознаны и подкрепляются наращиванием опыта.

Вторая – стадия выяснения. На этом этапе ребенок более плотно занят определением профессии, в которой он хотел бы реализовываться в будущем. Он выясняет, какие знания, умения и качества ему понадобятся для этого. Это происходит приблизительно в 14–17 лет – период обучения в старших классах школы и выбора учебного заведения.

Третья – стадия профессиональной адаптации. В возрасте 25–30 лет происходит углубление в профессию, осознание себя в ней. Человек определяется, верный ли выбор он сделал. Кто-то получает доказательство, что текущая работа помогает раскрыть личный потенциал и реализоваться как профессионал. Во втором случае человек либо продолжает оставаться в нелюбимой профессиональной сфере, либо уходит из нее в поисках чего-то нового.

Акцентированные основы профессионального развития личности убедительно подчёркивают актуальность педагогического управления данным общественно значимым процессом в системе образования.

А. Теодорович

ГОЛОСОВЫЕ ОБЪЯВЛЕНИЯ В МЕТРОПОЛИТЕНАХ ГОРОДОВ МИРА

Данная работа посвящена англоязычным голосовым объявлениям в метрополитенах различных городов мира. Актуальность темы исследования состоит в потенциальной возможности создания новаторского корпуса, вбирающего в себя опыт реализации целей определенной прагматической направленности в текстовой реальности заданного фрагмента городского ландшафта.

Целью работы является установление закономерностей конструирования голосовых объявлений метрополитенов мегаполисов мира – Лондона, Нью-Йорка, Токио, Варшавы, Москвы и Минска. В качестве источников

материала исследования нами были отобраны медиафайлы, размещенные на видеохостинге YouTube: <https://youtu.be/fN6StalC98I>, <https://youtu.be/vuq8-JkANTm4>, https://youtu.be/l0megL_WQn8, <https://youtu.be/RdepozbiHHI>, https://youtu.be/tF4tJ_AyuBc, <https://youtu.be/3temS3VjsMc> и др.

В ходе анализа нами проанализированы объявления прибытия поезда на станцию. В частности, в минском метро во время прибытия на станцию «Вакзальная» объявление звучит как «*Vakzalnaja*» station. Данный вариант частично совпадает с варшавским вариантом *Station Świętokrzyska*, однако разнится с текстовыми вариантами, звучащими в метрополитенах Лондона *This is «Brixton»*, Нью-Йорка *This is «34 Street–Herald Square»*, а также Москвы *This is «Dinamo»*.

Замечено, что в минском метрополитене слово *station* всегда используется в объявлениях текущей и следующей станций, однако в объявлении конечной станции используется слово *stop*. Данный вариант сходен с нью-йоркским и токийским *This is the last stop*, однако в перечисленных городах он вписывается в общую закономерность использования номинации *stop* в отличие от минского метро.

Выявлено, что минский метрополитен является единственным в неанглоязычных странах, где озвучивается предупреждение о закрытии дверей: *Please, mind the closing doors*.

Объявление о возможности пересадки на другие линии в минском метро звучит как *Transfer to the... line*. Данный вариант значительно отличается от аналогичных объявлений в метрополитенах городов, вошедших в круг анализируемых в докладе: во всех городах, кроме Нью-Йорка и Минска, используется лексическая единица *change*. Лексема *transfer* в метро Нью-Йорка используется как знак пересадки на другой поезд, а вовсе не перехода на другую линию.

Таким образом, выявлено, что голосовые англоязычные объявления минского метрополитена, как и других городов мира, отличаются языковой спецификой и неповторимой индивидуальностью. Перспектива исследования видится нам в возможности оптимизации вербальной составляющей голосовых объявлений в городском метро с целью актуализации и действенности заданного прагматического посыла.

Ю. Толмачёва

СПЕЦИФИКА АРХАИЧНЫХ ЯЗЫКОВЫХ ЭЛЕМЕНТОВ В РОМАНЕ-ЖИТИИ Е. ВОДОЛАЗКИНА «ЛАВР»

Целью исследования стало выявление состава и роли архаичных языковых элементов в романе-житии Е. Г. Водолазкина «Лавр» (2012).

Достижение данной цели осуществлялось посредством решения следующих **задач**: 1) установить наиболее значимые архаичные элементы и определить их функции; 2) исследовать специфику функционирования древнерусского текста; 3) установить наиболее значимые древнерусские источники текста.

Развитие культуры предполагает постоянное обращение к истокам, требует ретроспективы. Так, например, «литература Древней Руси, определившая формирование русских литературных канонов, продолжала оставаться актуальной для писателей XVII–XXI веков» (А. Д. Маглий). Таким примером служит и роман Е. Г. Водолазкина «Лавр».

В исследуемом тексте отразилось мировоззрение русского средневекового человека, что заметно в символах, описании повседневной жизни, в объяснении и понимании событий героями. Судьбы и размышления персонажей связываются с изречениями, заимствованными из сборника «Пчела». Было выявлено, что в романе широко использованы цитаты из древнерусских и переводных европейских средневековых произведений («Александрия», «Сказание об Индийском царстве» и др.). Таким образом, средневековые тексты цитируются и пересказываются, создавая иллюзию реальности происходящего в произведении.

Во многих местах текста есть лексические вкрапления и анахронизмы, призванные разрушить возможную монотонность повествования. В связи с этим, частым является употребление местоимений, преимущественно личных и указательных (*Се аз, Феодосий; Кто сей василиск?*). Обращаясь друг к другу, герои романа то и дело употребляют канувший в Лету звательный падеж (*живи, друже; Чего ты хочешь, жено?*). Вышеуказанные архаичные элементы способствуют воссозданию колорита прошедшей эпохи, позволяют воспроизвести речевой портрет средневекового персонажа. Этому также способствует старославянская интерпретация и иных частей речи.

Здесь следует отметить, конечно, особенности архаичных форм глагола. Основа некоторых старославянских глаголов настоящего времени имела тематический суффикс (тему), который соединял корень и окончание. В тексте преобладают именно тематические глаголы (*Что убо плачеш; Жити хоуц*), поскольку употребляются в репликах и диалогах героев в качестве художественного средства реализации авторского замысла актуализации отдельных действий, эпизодов, мыслей. Таким образом, читая произведение, мы проживаем то художественное время и пространство, что изобразил автор; следуем по страницам созданного им Средневековья.

А. Шиманович

СУБЪЕКТИВНАЯ МОДАЛЬНОСТЬ В ТЕКСТАХ ЭЛЕКТРОННЫХ СМИ (на материале китайского языка)

Помимо информационной, современные СМИ выполняют важнейшую задачу воздействия – формирования взглядов больших масс людей. Полагают, что именно электронные (а не печатные) СМИ будут определять направление развития всего мира в будущем.

Модальность – универсальная полиаспектная единица языка, выделяют модальность объективную и субъективную. Субъективная модальность есть отношение автора к сообщаемым им сведениям. Объектом нашего исследования стала субъективная модальность сомнения в текстах электронных СМИ Китая.

Методом сплошной выборки мы отобрали исходный материал. Источником материала послужили тексты статей газеты 人民日报 (Жэньминь Жибао) (январь-апрель 2022 г.) (<http://paper.people.com.cn>). Объем проанализированного текстового материала – 30 тысяч иероглифов. Нами обнаружено 9 контекстов, репрезентирующих субъективную модальность сомнения (1 контекст на чуть более 3 тысяч иероглифов). Все найденные контексты подверглись классификации в соответствии с используемыми средствами выражения модальности сомнения:

1) Лексические средства: использованы лексико-семантические группы слов с семантикой сомнения (в китайском языке слова с иероглифом 疑 ‘сомневаться’). Был найден лишь 1 контекст, репрезентирующий модальность сомнения (11,11 %): 些境外媒体和机构频频质疑中国严格防疫‘代价高昂且不可持续’ ‘Некоторые зарубежные журналисты и организации часто ставят под сомнение эффективность жестких ограничений в условиях пандемии...’.

2) Морфологические средства: к ним относятся прежде всего модальные слова китайского языка, выражающие сомнение. Самым распространенным модальным словом китайского языка с семантикой сомнения стало слово (不)可能 ‘возможно/невозможно’. Всего было найдено 4 контекста (44,44%): ... 制定应对可能遇到更大不确定性的预案 ‘Выработать план, который, возможно, столкнется с еще большей неопределённостью’.

3) Синтаксические средства: вопросительные предложения, по мнению Лю Хаотуна, являются способом выражения модальности сомнения. Нами обнаружено 4 контекста (44,44 %): 深化改革, 雄安新区能不能破除制约协同发展的行政壁垒? ‘Если углублять реформы в том числе в новом районе Сюньань, станет ли возможным устранить административные барьеры, сдерживающие совместное развитие?’.

Итак, выявлена и ранжирована парадигма средств китайского языка, специализированных для репрезентации субъективной модальности (на материале текстов СМИ).

В. Ярош

АНГЛИЦИЗМЫ В НЕМЕЦКОЙ РЕКЛАМЕ

На сегодняшний день прослеживается все большее влияние английского языка на разные сферы человеческой деятельности. В распространении англицизмов и американизмов непосредственную роль играют постоянное межнациональное взаимодействие, обозначение предметов, понятий, пришедших из-за рубежа, для которых нет специальных названий в том или ином языке.

Немецкий язык также попал под влияние английского, что привело к появлению такого понятия, как “Denglisch”, или же “англонемецкий” язык. В число областей, куда уже проник “Denglisch”, входит и сфера рекламы, которую я затронула и, взяв за основу три известнейших журнала Германии «Der Spiegel», «FOCUS» и «STERN» за апрель 2022 года, выявила примеры англоязычных заимствований в немецких рекламных объявлениях.

Так, в журнале «Der Spiegel» в одном из объявлений читателю предлагаются *neue Möbel-Deals bei XXXLUTZ* ‘новые предложения мебели от фирмы XXXLUTZ’, где *Deal* ‘предложение, поступление’ происходит от английского глагола *to deal*.

В тексте самой рекламы мы видим употребление 9 заимствований: *Shop* ‘магазин’, *Discounter* ‘дискаунтер’ (слово, образованное от английского *discount*, аналогия немецкого *Rabatt* ‘скидка, дисконт’, с помощью суффикса *-er-*), *Sale-bereich* ‘область скидок’, где за основу взяты слово немецкого происхождения *Bereich* и англицизм *Sale* ‘скидка’, *Interior-Fans* ‘интерьерные вентиляторы’.

В электронном каталоге немецкого журнала «STERN» я ознакомилась с тремя объявлениями, и в одном из них рассказывается о новшествах в современном мире. Тут мне удалось найти 13 заимствований из английского языка, среди которых: *die Spots* ‘реклама’, *das Logo* – сокращение от известного английского *logotype* ‘логотип’, *QR-Code-Scan* ‘сканирование QR-кода’, *der/das Level* ‘уровень’.

В объявлениях электронного журнала «Focus Online» также прослеживается употребление английских заимствований. И в одной из таких реклам, где предлагается приобрести за выгодную цену товары для спорта, было обнаружено 25 англицизмов. К ним относятся: *der Lifestyle* ‘стиль, образ жизни’, *das Outfit* ‘облик; внешний вид’, *Activewear* ‘спортивная одежда’ и др.

Таким образом, заимствования из английского языка достаточно широко используются в сфере немецкой рекламы. Однако хотелось бы отметить, что именно с прогрессирующим проникновением англицизмов в рекламу и развитием процесса глобализации прослеживается все большее поглощение национальных культур и, возможно, в некоторой степени негативное влияние на развитие национальных языков.

Круглый стол «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОРПУСНОЙ ЛИНГВИСТИКИ»

А. Вашукевич

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ ПРАВОВОГО ГОСУДАРСТВА НА ПОСТСОВЕТСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Концепция правового государства имеет глубокие теоретические корни. В ее основе лежат такие принципы как незыблемость прав и свобод человека, верховенство права во всех сферах жизни, соблюдение принципа разделения властей и т.д.

Процесс создания правового государства на постсоветском пространстве проходит неоднозначно и имеет свои особенности.

Одним из важных условий для формирования правового государства является наличие развитого гражданского общества. Постсоветское гражданское общество находится на стадии формирования, причём это формирование происходит весьма своеобразно. Оно не складывается без вмешательства государства и не ставит границы вмешательства в свою жизнь. Разведение политической и экономической власти, частных и публичных отношений во многом является результатом государственной деятельности, что не соответствует представлению о развитом гражданском обществе, в котором личность становится активным участником политических процессов. Государство оставило за собой рычаги контроля и управления над такими институтами гражданского общества как независимые СМИ, общественные объединения и т.п.

Важно отметить, что в период пост социализма происходила выработка собственной модели разделения властей. Например, государства Восточной Европы заимствовали модели, в большинстве своём парламентской республики, из мировой и собственной досоветской практики, проведя лишь незначительную модернизацию в сторону усиления роли президента. Для постсоветского пространства периода новой системы осуществления государственной власти характерна неформленность властных структур, стремление каждой из них перетянуть на себя как можно больше полномочий. Органы исполнительной власти пока обладают доминирующим влиянием, стремясь воздействовать на другие ветви власти. Много вопросов вызывает проблема независимости судебной власти и доверие к суду со стороны общества. Из этого следует, что институты, образующие все три ветви власти, еще несовершенны и процесс их становления продолжается.

Социальной основой правового государства является средний класс. Однако в большинстве стран постсоветского пространства произошло расслоение на богатых и бедных, а средний класс остаётся размытым.

Подводя итоги, следует отметить, что в мире на данный момент нет окончательно сформировавшегося правового государства, поскольку процесс его образования является сложным и долгим. Важно развивать правовое сознание граждан, осуществлять свои конституционные избирательные права и участвовать в политической жизни страны.

Е. Калиновская

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССОРА В ЗАДАЧАХ АВТОМАТИЧЕСКОЙ ОБРАБОТКИ ТЕКСТА НА ПРИМЕРЕ CORENLP

Обработка естественного языка (NLP – Natural language processing) – это общее направление технологий искусственного интеллекта и компьютерной лингвистики, которое изучает проблемы компьютерного анализа и синтеза текстов на естественных языках (ЕЯ).

Используя инструменты NLP, существует возможность находить быстрые и качественные решения для таких прикладных задач, как машинный перевод, информационный поиск, автоматическое аннотирование и реферирование, распознавание и синтез речи и т.д.

Лингвистический процессор (ЛП) – это базовая компонента любой современной системы автоматической обработки ЕЯ. Лингвистический процессор выполняет лингвистическую обработку текста в следующей последовательности:

1. Токенизация: текст разбивается на предложения, в каждом предложении выделяются токены (слова, знаки препинания и другие элементы текста – числа, формулы и пр).
2. Морфологический анализ: для каждой выделенной в процессе токенизации словоформы определяются грамматические признаки и лексико-грамматический класс.
3. Синтаксический анализ: для каждого предложения текста строится синтаксическая структура в виде дерева.
4. Семантический анализ заключается в выделении семантических отношений и формировании семантического представления предложения.

Для поддержки задач автоматической обработки текста ЕЯ существует множество доступных инструментальных средств. Мы сосредоточим внимание на использовании языка программирования Python и библиотеки Stanford CoreNLP. Stanford CoreNLP предлагает следующий набор модулей для решения ряда задач автоматической обработки текста:

- частеречная разметка;
- распознавание именованных сущностей;
- синтаксический анализ на основе грамматики зависимостей;
- разрешение кореферентности.

На основании вышеизложенного можно сделать вывод, что библиотека Stanford Core NLP – это универсальный инструмент для работы с ЕЯ. Широкий функционал CoreNLP позволяет просто и эффективно решать прикладные задачи в рамках научного направления обработка естественного языка которые ставит перед нами Natural language processing.

Д. Лухверчик

ЖАНРОВАЯ ГИБРИДИЗАЦИЯ В РОМАНЕ ДОННЫ ТАРТТ «ЩЕГОЛ»

Термин «жанровая гибридикация» характеризует процесс, благодаря которому два или более жанра сливаются, чтобы образовать новый жанр или поджанр, или процесс, приводящий к комбинированию черт, присущих разным жанрам, в одном произведении литературы.

Доминантным жанром в романе Донны Тартт «Щегол» является Bildungsroman, или роман воспитания. В произведении присутствуют все элементы данного жанра, например, главный герой Теодор Декер сталкивается с многочисленными жизненными трудностями, которые закаляют его характер и формируют личность.

Время в романе имеет психологическую окраску. Точный возраст, как и точные даты, не называются, однако время растягивается в переломные моменты жизни главного героя.

Таким образом, писательница показывает путь взросления Теодора Декера как протагониста романа воспитания, поскольку он не только проживает, но и преодолевает невероятные трудности, вынося жизненные уроки. Анализ показывает, что все основные элементы романа воспитания присутствуют в данном произведении.

Что касается вспомогательных жанров, одним из примеров служит семейно-бытовой роман, элементами которого являются скитание главных героев, воспроизведение жизни нескольких семей, поиск семейных связей, взаимовлияние разных поколений. В романе это можно увидеть на примере главного героя, Тео, идеальная семья которого исчезает, и он вынужден сперва жить в семье Барбуrows, где он не чувствует семейной привязанности, а затем с его отцом, Ларри Декером, и его любовницей, которых он ненавидит. В конце концов, Джеймс Хобарт становится его обретенной семьей.

В качестве вспомогательного жанра в романе «Щегол» выступает также жанр психологического триллера, для которого характерен динамичный сюжет, неожиданные сюжетные повороты, развитие персонажей, моральный конфликт в результате преступления (кражи картины), а также психологические расстройства героев.

У Тео можно обнаружить элементы посттравматического стрессового расстройства, такие как повторяющиеся воспоминания, чувство унижения, беспокойство, страх, кошмары и чувство ужаса.

Подводя итоги вышесказанному, можно увидеть, как жанровая гибридизация позволяет расширить границы художественных возможностей, совмещая в себе роман воспитания, как доминирующий, а также семейно-бытовой роман и психологический триллер. Таким образом, роман Донны Тартт «Щегол» представляет креативное авторское образование, отражая новую жанровую традицию XXI века.

В. Мельник

СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ СЕМАНТИЧЕСКИХ ТЕГОВ ДЛЯ СРАВНИТЕЛЬНОГО ОПИСАНИЯ ЛИТЕРАТУРНОГО ПЕРСОНАЖА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПАРАЛЛЕЛЬНЫХ ТЕКСТОВЫХ КОРПУСОВ

Работа посвящена созданию системы семантических тегов для сравнительного описания моделей литературного персонажа с использованием параллельных текстовых корпусов. Целью создания и проведения семантической разметки параллельных текстов оригинального произведения и его перевода является сопоставление лингвистических маркеров, описывающих физиологические, психологические и социальные характеристики литературного персонажа, что станет основой для выявления существующих в оригинальном и переводном текстах различий в описании персонажа.

Материалом исследования послужил самостоятельно созданный нами параллельный корпус текстов, включающий первые три главы первой части трилогии А. Линдгрена под названием «Малыш и Карлсон, который живет на крыше» на шведском и белорусском языках.

Нами была создана система семантических тегов, которая включает 2 вида дескрипторов: характеристики персонажа и способы выражения данных характеристик. Мы выделили 16 основных характеристик персонажа: национальность, гендерная принадлежность, внешний вид, возраст, условия жизни, социальный статус, образ жизни, физические способности, интеллектуальные способности, эмоциональное состояние, психологическая характеристика в момент речи (позы, мимика, жесты, движения), убеждения, личностные качества, пристрастия и привычки, отношения с другими героями, действия и поступки. К способам выражения характеристик мы относим 5 видов речи, в которых содержатся данные характеристики: авторскую речь, прямую речь персонажа, внутреннюю речь персонажа, прямую речь других героев, внутреннюю речь других героев.

16 тегов, относящихся к характеристикам персонажа, представляют собой начальные буквы каждой характеристики на английском языке. Например, внешний вид – *<ap>*, интеллектуальные способности – *<int>*, эмоциональное состояние – ** и т.д. 5 тегов для способов выражения характеристик представляют собой цифры от одного до пяти. Все теги заключаются в угловые скобки в соответствии с правилами языка разметки HTML. Для разметки необходимы открывающие и закрывающие теги. Закрывающие теги отличаются наличием в угловых скобках слэша перед названием тега: *</ap>*, *</1>* и т.д.

Каждый фрагмент, содержащий выделенные нами характеристики персонажа, выделяется в обоих текстах двумя открывающими и двумя закрывающими тегами: характеристика персонажа и способ выражения характеристики. Например, теги для внешности персонажа в авторской речи: *<ap><1>tjock</1></ap>*; *<ap><1>taўсматы</1></ap>*.

А. Мельникович

СИСТЕМА ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ОБРАЗОВ В РОМАНЕ М.ЭМИСА «МЕРТВЫЕ МЛАДЕНЦЫ»

Художественный образ – это центральная категория литературного творчества. Художественные образы произведения всегда взаимосвязаны друг с другом, в результате чего они формируют систему образов. Система образов – совокупность художественных образов в литературном произведении, которая помогает реализовать авторский замысел.

Анализируя систему образов в романе М. Эмиса «Мертвые младенцы», следует обратиться к идеям В.Е. Хализева, предложившего трехкомпонентное деление мира произведения. По мнению исследователя, “мир произведения” составляют персонажи, компоненты изобразительности и подробности (детали) изображаемого.

Роман “Мертвые младенцы” появился как реакция автора на общественные катаклизмы XX века, проявившиеся не только в Великобритании, но и в общемировом контексте. Господство финансового капитала привело к обострению социальных противоречий, усугублению общественных девиаций, широкому распространению преступности и бедности, а также развенчанию нравственного аспекта личности.

Действие романа разворачивается в загородном доме, хозяином которого является Джайлз Голдстрим. Другими обитателями поместья являются Квентин Вильерс с женой Селией, Энди Адорно с подругой Дианой, а также Кит Уайтхед. Впоследствии к ним присоединяются еще три фигуры, которые превратят события романа в настоящую вакханалию.

Стиль жизни и поступки персонажей, которые находятся в центре внимания читателя, отображают картину нравственного состояния общества XX века. Их образы являются характерными, так как наделены чертами,

присущими многим людям, живущим в современном мире. Пренебрежение моралью и поощрение жестокости, отрицание устоявшихся традиций, подавление здравого смысла и инстинкта самосохранения – проблемы, которые не прошли мимо сатирического восприятия Мартина Эмиса.

Иллюстрацией того, как функционирует система художественных образов в романе, могут служить взаимоотношения между Джайлзом Голдстримом и Китом Уайтхедом. Их взаимосвязь прослеживается на уровне внешних характеристик (Джайлз и Кит оба низкие и светловолосые), психических проявлений (Джайлз и Кит растеряны и дезориентированы, оба находят душевное спокойствие только в компании друг друга) и взаимоотношений с родителями (Джайлз и Кит переживали абьюзивное поведение со стороны родителей).

Феномен системности в произведении способствует эффективной реализации авторской задумки, заключающейся в сатирическом изображении негативных явлений и тенденций в современном обществе, подрывающих основы человеческой цивилизации.

А. Нарейко

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В ПАРАЛЛЕЛЬНЫХ ТЕКСТАХ

Под параллельными текстами понимаются текст исходного языка и его адекватный перевод, выполненный квалифицированным переводчиком; в более широком смысле параллельными считаются близкие по структуре и смыслу тексты одной и той же проблематики на разных языках.

Переводческие трансформации применяются для достижения адекватности перевода и эквивалентности параллельных текстов. Причиной их применения – расхождения систем языка оригинала и языка перевода. Подразумеваются всевозможные межъязыковые преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности. В рамках описания процесса перевода переводческие трансформации рассматриваются как способы перевода, которые переводчик может использовать при переводе различных оригиналов в тех случаях, когда словарное соответствие отсутствует или не может быть использовано по условиям контекста.

Нами были рассмотрены лексические трансформации (сюда относятся приемы генерализации и конкретизации) – *on the progress made* ‘о ходе’ (лексическое опущение), *to encourage* ‘призывать к’ (конкретизация), *bilateral* ‘двусторонний’ (генерализация); грамматические трансформации (включают замену частей речи и членов предложения, объединение предложений или их членение) – *priority* ‘приоритетная’ (замена части речи), *also recalling* ‘ссылаясь также’ (перестановка), *to further enhance* ‘продолжить укрепление’ (замена частей речи).

Исследования показали, что перевод осуществляется с помощью различных операций и приемов. А переводческие трансформации – это те преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от единиц

оригинала к единицам перевода. Исходя из множества видов переводческих трансформаций, можно сделать вывод, что их суть заключается в изменении формальных или семантических компонентов исходного текста при максимальном сохранении информации. Все вышеперечисленное обязывает переводчика адаптировать исходный текст к нормам родного языка, используя трансформации.

Анализ англоязычных официально-деловых текстов и их переводов на русский язык на наличие в них лексических и грамматических трансформаций показал, что наиболее частотными видами преобразований являются конкретизация, лексическое добавление, лексическое опущение, а также использование словарно-переводных эквивалентов для фразовых глаголов и устойчивых выражений. Из наиболее частотных грамматических трансформаций можно назвать следующие: перестановка, замена части речи, замена членов предложения, замена числа существительного и грамматическое опущение.

Л. Хрулёва

ЭЛЕКТРОННЫЕ СЛОВАРИ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ПРИ АВТОМАТИЧЕСКОЙ ОБРАБОТКЕ ТЕКСТА

На сегодняшний день существует огромное количество электронных словарей авторства самых различных издательств. К наиболее популярным и функциональным из них можно отнести продукт Lingvo компании ABBYY Software, содержащий как универсальную, так и специальную лексику, которая, что немаловажно, озвучивается дикторами-носителями языка. Lingvo базируется на электронном словаре собственной разработки и предполагает дополнение словаря актуальной лексикой, а также исправление неточностей с каждым обновлением. Стоит отметить, что в Lingvo появилась полезная функция пословного перевода. Для каждого из переведенных слов можно открыть отдельную словарную статью, которая содержит информацию о слове или словосочетании: транскрипцию, перевод, грамматические формы, синонимы и антонимы.

Если же говорить об универсальных словарях, то на сегодняшний день «Мультилекс» принято считать более совершенной по собственно словарному содержанию системой, поскольку в нем заключен трехтомный словарь БАРС под редакцией Ю. Апресяна. Однако привязка к бумажному оригиналу исключает возможность исправления или дополнения электронного словаря, а также изменения структуры построения словарной статьи.

Наравне с быстрым поиском возможен перекрестный поиск, когда при двойном клике по слову пользователь получает точную и полную словарную информацию: транскрипцию, озвученную с помощью встроенного в «Мультилекс» синтезатора звука, а также информацию об ударении, толковании,

отраслевые и стилистические пометы, различные примеры. Минусом является то, что синтезатор может неверно поставить ударение или же исказить произношение предложенного слова.

Следующий словарь, на который хотелось бы обратить внимание – это «Мультитран», основанный на базе данных из переработанных бумажных словарей. Это система открытого информационного типа, работающая по принципу единого словаря, т.е. при вводе определённого термина выдаются все предметные области, где встречается этот термин, что очень удобно при переводе текстов на разные тематики. Большим плюсом является опция подбора синонимов, а также возможность улучшения качества его словарной базы, в том числе при участии пользователей.

Таким образом, на основе сравнения предложенных электронных словарей можно сделать вывод о том, что каждый из них имеет ряд достоинств и недостатков. Выше перечисленные электронные словари подходят как для личного, так и для профессионального использования, имеют удобный и функциональный интерфейс, информативны и просты в использовании.

А. Яновская

КОРПУСНЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ ПРОСТРАНСТВЕННО-КАЧЕСТВЕННЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА

В настоящее время лингвистами при проведении корпусных исследований уделяется значительное внимание такой области знания как профессионально ориентированное программирование, которое позволяет оперативно решать широкий круг задач по автоматической и автоматизированной обработке текстов.

Целью проводимого исследования является определение метода моделирования пространственно-качественной характеристики художественного произведения, основанного на корпусе текстов. Основной теоретической базой исследования послужила монография Алексея Ивановича Горожанова «Прикладные аспекты анализа и интерпретации текстов».

На первом этапе исследования был определен тип исследуемого корпуса – письменный одноязычный литературный художественный исследовательский статический неразмеченный полнотекстовый синхронический корпус. В разрабатываемый корпус текстов были включены тексты рассказов из сборника Дж. Лондона «Smoke Bellew»(1912) на языке оригинала. На последующем этапе был проведен автоматизированный анализ частотности употреблений всех лексических единиц как во всем избранном художественном произведении, так и в его отдельных главах (рассказах). Для реализации был выбран язык программирования Python, так как он считается наиболее универсальным, популярным, гибким и доступным для понимания. Результа-

том работы программы является вывод 5358 уникальных словоупотреблений в порядке убывания частотности употребления в тексте. Следующим этапом проведения исследования выступает ручной отбор единиц, обозначающих и характеризующих сюжетные локации (существительные, прилагательные) и присвоение им категории «положительные», «отрицательные» и «нейтральные». С помощью программы конкорданс был определен контекст наиболее частотных локаций. Так, к примеру, наиболее частотным словоупотреблением, которое в большинстве случаев относится к категории пространства, является единица *boat*. Анализ ее основных характеристик позволил сделать вывод о преобладании положительных категорий (*dinky, good-lookin'*) над нейтральными (*afloat, home-made, lightly loaded*).

На этапе интерпретации полученных данных также были модифицированы и оптимизированы применяемые программные инструменты, минимизирована погрешность и проведен поиск альтернативных путей и программных способов интерпретации художественного текста. В перспективе планируется провести данный анализ с использованием библиотеки для расширенной обработки естественного языка spaCy.

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРИЯ ЯЗЫКА

<i>Шестунова А.</i> Метакоммуникативы тематического характера в английских медийных интервью	3
---	---

СТИЛИСТИКА И ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА

<i>Аболтина В.</i> Аллюзия в немецкоязычном публицистическом дискурсе	4
<i>Адамович А.</i> Функционирование сниженной лексики в материалах англоязычного новостного медиадискурса	5
<i>Альфер А.</i> Структура и прагматика пассивных конструкций в немецкоязычных инструктивных текстах.....	5
<i>Гармаза Е.</i> Функционирование вопросно-ответного хода в аутентичных контекстах	6
<i>Гудович А.</i> Средства выразительности в рекламных туристических текстах (на материале английского языка).....	7
<i>Дмитриева Е.</i> Репрезентация концепта «American exceptionalism» в американских СМИ	8
<i>До Ха Ви.</i> Экспрессивные средства англоязычных газетных заголовков	9
<i>Зыблева А.</i> Лексические средства выражения категории модальности в аналитических статьях англоязычной прессы.....	10
<i>Казанцева П.</i> Средства выражения экспрессивности в заголовках статей англо- и русскоязычных газет	11
<i>Калашикова В.</i> Языковые особенности немецкой социальной рекламы	12
<i>Калиновская М.</i> Вопросительные структуры при реализации просьбы в английском языке	13
<i>Клочко А.</i> Стилистические функции разноуровневых нарушений нормы в рассказах Г. Лавкрафта	14
<i>Кравцов Д.</i> Средства выявления субъектов коммуникации в межжанровом аспекте медиадискурса.....	15
<i>Лапардина З.</i> Категория персуазивности в англоязычном публичном дискурсе (на материале парламентских дебатов).....	16
<i>Ларионенко.</i> Категория оценочности в англоязычном экологическом медиадискурсе	17
<i>Латыголец Е.</i> Жанровое разнообразие блогов в социальной сети instagram.....	18
<i>Лагунова Ю.</i> Императив в процессе выражения требования в английском языке	19
<i>Матюшева Д.</i> Языковые средства репрезентации иронии в художественном дискурсе (на материале романа К. Джерома «Трое в лодке, не считая собаки»).....	20

<i>Мелешко А.</i> Функционирование модальных глаголов в немецкоязычном чат-комментарии	21
<i>Нестеренко И.</i> Структурно-семантические свойства парентез в англоязычном художественном дискурсе	23
<i>Петриковец Ю.</i> Языковая составляющая формирования образа мигранта в британских СМИ	24
<i>Подольак Н.</i> Языковые средства, использующиеся при создании образа персонажа в художественном произведении	25
<i>Расько Д.</i> Реализация оптативной модальности в немецкоязычной политической речи	26
<i>Совельева Т.</i> Прагмалингвистические особенности слоганов туроператоров и их перевод	27
<i>Сапежинская И.</i> Англицизм в современном немецком молодежном языке...	28
<i>Фомина Е.</i> Экспрессия в англоязычном спортивном медийном дискурсе: лексический аспект	29
<i>Черногаева А.</i> Эмоционально-образные средства воздействия в текстах популярной психологии (на материале английского и русского языков)	29
<i>Шаченок В.</i> Теория аллюзии в диахроническом аспекте.....	30
<i>Швеева К.</i> Фразеологизмы в англоязычном новостном телевизионном дискурсе (на материале сообщений жанра «Репортаж»)	31
<i>Шульжик А.</i> Особенности функционирования стилистического приема инверсии в художественном тексте.....	32
<i>Юлова В.</i> Средства выражения предложения в немецком языке.....	33
<i>Яскевич Д.</i> Лексические особенности англоязычного новостного телевизионного дискурса (на материале телесообщений жанра «Репортаж»)	34

ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА

<i>Бандысик В.</i> Структурная классификация английских неологизмов тематической группы «Hacking»	36
<i>Бандюк Н.</i> Межъязыковые параллели во фразеосемантическом поле «деньги» в английском, немецком и русском языках	37
<i>Басалай Д.</i> Структурные характеристики английских неологизмов в сфере компьютерной безопасности.....	38
<i>Бердыева Т., Урбанович И. Г.</i> Сравнение как стилистический прием в произведении Б. Акунина «Азazelь»	39
<i>Бируля П.</i> Семантические особенности коллокаций с колоронимом yellow	41
<i>Бобча Д.</i> Специфика неологизмов периода пандемии covid-19 (на материале англоязычных и русскоязычных СМИ)	42
<i>Ван Цзыци, Урбанович И. Г.</i> Цветообозначающая лексика в произведении Л. Н. Толстого «Воскресение»	43

<i>Врублевская К.</i> Безэквивалентная лексика как индикатор специфики лингвокультур (на материале английских и русских существительных, именующих лицо по его характерному признаку)	45
<i>Гируцкий Н.</i> Основные словообразовательные модели, используемые при создании окказионализмов, связанных с пандемией covid-19)	46
<i>Гукало А.</i> Мотивировочные признаки в семантике неологизмов современного английского языка	47
<i>Гурбанова А., Урбанович И. Г.</i> Структурно-семантическая специфика фразеологизмов И. А. Бунина (на материале сборника рассказов «Темные аллеи»)	48
<i>Денисенко Е.</i> Тематическая классификация неологизмов периода пандемии covid-19 (на материале немецкого языка)	49
<i>Зберановская А.</i> Лексические антонимы joy ‘радость’ и sorrow ‘печаль’	50
<i>Зорина А.</i> Особенности адаптации немецких заимствований в русском языке (на материале бытовой лексики)	51
<i>Зуева Д.</i> Фразеология в изобразительном искусстве (на материале английского и немецкого языков)	52
<i>Ковалей М.</i> Специфика современной терминологии в сфере дизайна и моды	53
<i>Колесная В.</i> Лексикографическая интерпретация устаревшей лексики в немецком языке (на материале словаря «Versunkene Wortschätze»)	54
<i>Кузуб А.</i> Маркеры времени во фразеологии немецкого, английского и русского языков	55
<i>Луковская П.</i> Мифологические персонажи во фразеологии немецкого и русского языков	56
<i>Майоров М.</i> Концептуализация понятия война во фразеологии английского и немецкого языков в поэтическом творчестве С. Плат	57
<i>Макриденко Т.</i> Структурно-семантические особенности английских медицинских терминов	58
<i>Мелешкевич Д.</i> Лексическая репрезентация понятия «ложь» в немецком языке	59
<i>Михеева А.</i> Место и роль латинских заимствований в английском языке (на материале поэмы М. Эрманна «Desiderata»)	60
<i>Новик А.</i> Принципы номинации антисептических средства в современном английском языке	61
<i>Петрова Е.</i> Структурные особенности новых журналистских терминов английского языка	62
<i>Потокская Д.</i> Английские и немецкие заимствования в белорусском языке (на материале бытовой лексики)	63
<i>Рацкевич Н.</i> Оценочный потенциал устойчивых словосочетаний с колоронимом blue	64
<i>Романова С.</i> Название насекомых во фразеологии английского и немецкого языков	65

<i>Рыжинская Е.</i> Изменчивость и историчность языкового знака (на материале английского и немецкого языков)	66
<i>Савошинская Я.</i> Названия внутренних органов человека во фразеологии немецкого и русского языков.....	67
<i>Сай Д.</i> Вербализация понятия «сила» в немецком языке	68
<i>Салаева Г., Урбанович И. Г.</i> Колоративы в произведении Г. Яхиной «Зулейха открывает глаза»	69
<i>Санкович Э.</i> Метфоры-неологизмы в немецком дискурсе	71
<i>Сможенкова Ю.</i> Субстантивация прилагательного <i>red</i>	72
<i>Сокол К.</i> Гибридное словосложение как способ создания неологизмов.....	73
<i>Стреж В.</i> Специфика фразеологических единиц с компонентами наименованиями одежды в английском и русском языках	74
<i>Супрон А.</i> Семантические модификации английских заимствований в современном немецком языке (на материале блогов).....	75
<i>Сяськова К.</i> Популярные русские и английские сленговые слова в социальных сетях	76
<i>Хорошун Я.</i> Особенности оценочной семантики в англоязычных поговорках.....	77
<i>Чевикер Т., Урбанович И. Г.</i> Структурно-семантические характеристики сравнений в русскоязычном публицистическом дискурсе.....	78
<i>Чжан Цинхань.</i> Вторичное употребление терминов родства в китайском и русском языках	80
<i>Чжао Цзыцзе.</i> Семантика и прагматика имен собственных в русском и китайском политическом дискурсе	81
<i>Якимович А.</i> Семантика фразеологизмов-соматизмов в немецком языке	82

ПРИКЛАДНАЯ ЛИНГВИСТИКА

<i>Адамович В.</i> Использование информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в изучении иностранных языков	84
<i>Бобрик Д.</i> Бизнес-анализ: особенности реализации	85
<i>Гагилите Д.</i> Автоматический подбор заголовков тематических текстов английского языка при помощи методов машинного обучения	86
<i>Доронина А.</i> Продакт-плейсмент	87
<i>Жирикова Ю.</i> Автоматизация процесса обучения иностранному языку	88
<i>Круглик А.</i> Методы оценки в системах виртуального общения	89
<i>Манаева В.</i> Языковые средства конфронтации в англоязычном общении.....	90
<i>Рогова Д.</i> Цвет как средство создания образности в фильмах	91
<i>Рожанец М.</i> Морфологическая разметка корпуса текстов программой <i>lancsbox</i>	92
<i>Юргель А.</i> Лингвистические особенности англоязычного официально-делового текста.....	93

ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА

<i>Chen Lu</i> . The dual nature of the oak tree image in V. Woolf's "Orlando"	94
<i>Gao Yuancheng</i> . A touch of love by Jonathan coe as a campus novel	95
<i>Liang Xiao</i> . The genre of Christmas tale in Ch. Dickens' work	96
<i>Liu Xinxin</i> . Theoretical approaches to genre	97
<i>Song Yingchao</i> . Images in K. Ishiguro's "Never let me go"	98
<i>Xiao Jie</i> . The function of photoekphrasis in the novel <i>the photograph</i> by Penelope lively	99
<i>Xie Weixi</i> . The theme of war in pat barker's novel <i>the ghost road</i>	100
<i>Артюх И.</i> Элементы bildungsroman в романе Дж. Роулинг «Гарри Поттер и орден Феникса»	101
<i>Васильева А.</i> Жанровые особенности шпионского детектива в романе Джона ле Карре «Шпион, выйди вон!»	102
<i>Владимова А.</i> Сравнение романа Джеймса Грэма Балларда «Высотка» и его экранизации	103
<i>Вырвич В.</i> Роман Томаса Кенелли «Лицедей» как образец исторической прозы	104
<i>Голуб Е.</i> Аллюзии в романе С. Фолкса «Неделя в декабре»	105
<i>Гутовец М.</i> Интертекстуальная основа романа К. Воннегута «Синяя борода»	106
<i>Давидович А.</i> Стилизовое своеобразие романа Э. Уокер «Цвет пурпурный»	107
<i>Иванченко А.</i> Внутренний конфликт героини в романе Д. Лессинг «Пятый ребёнок»	108
<i>Ковальчук К.</i> Проблема личности героя в романе Ф. С. Фицджеральда «Великий гэтсби»	109
<i>Коноваленко А.</i> Своеобразие философско-художественного мышления Айрис Мёрдок	110
<i>Коновалова В.</i> Культурные архетипы в аутиутопической трилогии С. Коллинз «Голодные игры»	111
<i>Лисецкая Е.</i> Постмодернистский эксперимент в романе Курта Воннегута «Колыбель для кошки»	112
<i>Литовко Д.</i> Жанровая характеристика романа Питера Акройда «Мильтон в Америке»	113
<i>Макаревич Ю.</i> Характеристика женских образов в произведениях Аманды Кросс	114
<i>Малуха М.</i> Образы персонажей в романе Пенелопы Лайвли «Фотография»	115
<i>Мычко А.</i> Роль пограничных состояний психики персонажа в создании сверхъестественного в готических новеллах Дж. К. Оутс	116
<i>Пашкевич В.</i> Жанровая специфика литературы young adult	117
<i>Пучило Ю.</i> Проблема памяти и нарратива в романах Дж. Барнса «Предчувствие конца» и «Одна история»	118

<i>Садовская Е.</i> Идентификация межпоколенческого дискурса художественном тексте	119
<i>Смулько Н.</i> Жанровые особенности романа Ч. Фрейзера «Холодная гора»	121
<i>Тарасенко В.</i> Оттенки комического в романах Ч. Диккенса «Посмертные записки пиквикского клуба» и У. Теккерея «Ярмарка тщеславия».....	122
<i>Чыонг Т.</i> Символические образы в романе Дж. Стейнбека «Зима тревоги нашей»	123
<i>Хилько М.</i> Тема памяти в литературе	124
<i>Чадович В.</i> Феномен исторической памяти.....	125
<i>Шайторова Т.</i> Поэтика повестей Клайва Стейнлза Льюиса «Письма баламута» и «Расторжение брака»	126
<i>Якубёнок Д.</i> Стихотворный сборник «Часослов» как отражение пути религиозного самосознания Р. М. Рильке.....	127
<i>Шуфань Я.</i> A tough female character as depicted by Sara Paretsky in <i>blood shoot</i>	128
<i>Ясюкайтис А.</i> Феномен китайской этнической литературы в современной массовой культуре	129

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

<i>Велисевич А.</i> «Гастрометафора в немецко- и русскоязычном медийном дискурсе: сопоставительный аспект».....	131
<i>Воронова Ю.</i> Коммуникативные тактики и стратегии доминирования на основе материалов русскоязычных ток-шоу	132
<i>Долмат Ю.</i> Компонент свобода в атрибутивных словосочетаниях (на материале русского, белорусского и английского языков)	133
<i>Захилько Е.</i> Идентифицирующая формула лексико-семантического поля «интеллигенция»	134
<i>Ларина В.</i> Структурно-семантические особенности галлицизмов в современном русском языке (на материале лексико-семантической группы «Блюда, напитки».....	135
<i>Ле Ван Карина.</i> Способы выражения категории ирреальности в современных русском и немецком языках	136
<i>Лнковец В.</i> Коннотация императива в разных типах текста (на материале русского и китайского языков)	137
<i>Мицкевич Е.</i> Модальные значения инфинитивных предложений в публицистике	138
<i>Му Цзянмин.</i> Образ дракона в китайской языковой картине мира	139
<i>Паляница К.</i> Национально-культурный компонент в функционировании статусных обращений.....	140
<i>Пыко З.</i> Структурно-семантические особенности никнеймов	141

<i>Рживуцкая А.</i> Тенденции в функционировании метафоры в китайскоязычном публицистическом дискурсе (на фоне русского переводного текста)	142
<i>Рудько Т.</i> Языковые способы выражения количества (на материале русского, белорусского, английского языков)	143
<i>Самсонова Д.</i> Жанрово-стилистические особенности либретто (на материале оригинала и переводов на русский и английский языки мюзикла «Нотр-дам де Пари»).....	144
<i>Сидорук А.</i> Языковая игра в художественном тексте и способы ее перевода.....	145
<i>Ситулова К.</i> Языковая интерференция как следствие билингвизма	146
<i>Томашева Е.</i> Структурно-семантические и прагматические характеристики заимствований в пространстве современного русскоязычного медиатекста	147
<i>Химено Малаве Л.</i> Фразеологическая экспрессивность в языке современного политического дискурса (на материале англо-, русско- и испаноязычных изданий)	148
<i>Цыбульская М.</i> Интертекстуальность в жанре кинорецензии (на материале русского и английского языков)	149
<i>Чжэн Хаоянь, Чернышова Л. В.</i> Образ здоровья в русской и китайской фразеологии	150
<i>Чиркун А.</i> Гендерная специфика имяназвания в китайском языке.....	153
<i>Шавель Д.</i> Гастрономический дискурс как отражение культуры народа (на материале английского языка).....	154

ВОСТОКОВЕДЕНИЕ

<i>Антонович Ю.</i> Национально-культурная специфика лексико-семантической группы наименований блюд китайской кухни	156
<i>Бадюкова А.</i> Особенности функционирования конглиш-заимствований в корейском языке	157
<i>Батуро К.</i> Особенности перевода теонимов 上帝 и 神.....	158
<i>Бирюк Дж.</i> Интернет-мемы как феномен современной китайской лингвокультуры	159
<i>Богданова О.</i> Семантические модели редупликации китайских логограмм	160
<i>Бурак Е.</i> Зоонимы «тигр/лев» в китайской и английской лингвокультуре (на материале фразеологических единиц)	161
<i>Бурдюк К.</i> Функциональные особенности обращений в дорамах на корейском языке	162
<i>Василевская Н.</i> Способы выражения предположения в блогах на турецком языке.....	163
<i>Выборная Е.</i> Грамматические особенности наименований китайских кинофильмов	164

<i>Гибкий П.</i> Эффект прошедшего времени в китайском языке.....	165
<i>Голговская В.</i> Семантическая организация производных иероглифических знаков с радикалом-зоонимом 𤝵 ‘тигр’	166
<i>Ефимчик Я.</i> Функционирование редких графем в современной китайской письменности	167
<i>Жуковец Т.</i> Лингвистический анализ пословиц и поговорок китайского языка со значением «здоровья и долголетия».....	168
<i>Зинькович В.</i> Особенности языковой игры в корееязычном рекламном дискурсе	169
<i>Каблаш Д.</i> Концептуальные метафоры смерти и любви в тюркю центрально-анатолийского и восточно анатолийского регионов Турции	170
<i>Кедрик Н.</i> Территориальный вариант арабского литературного языка в Тунисе и в Ливии.....	171
<i>Крамич А.</i> Культура чая во фразеологизмах китайского языка	171
<i>Лютыч А.</i> Влияние СМИ на китайский язык.....	172
<i>Нуднова М.</i> Повышение эффективности обучения иностранным языкам студентов через внедрение новейших средств и методов ИКТ	173
<i>Полховская А.</i> Стратегии перевода фразеологизмов с гастическим компонентом на русский язык	174
<i>Рачковская К.</i> Влияние глобализации на процесс заимствования буквенных слов в китайском языке.....	175
<i>Романовская Е.</i> Лексико-семантические особенности арабских и персидских заимствований в турецком языке	176
<i>Рябко Д.</i> Особенности употребления лексики сферы программирования в арабоязычном сегменте интернета	177
<i>Савинич А.</i> Трудности в изучении китайской письменности	178
<i>Сенько А.</i> Визуальные компоненты корейской печатной рекламы	179
<i>Слепцова А.</i> Анализ эвфемизмов русского и китайского языка (на материале тематической группы «Война»).....	180
<i>Судник П.</i> Особенности современного корееязычного песенного дискурса	181
<i>Томилова О.</i> Семантическая структура прецедентного имени 猪 八 戒 (Чжу Бацзе)	182
<i>Тун Чао.</i> Специфика анализа квантитативной метафоры в китайском языке	183
<i>Шибирина М.</i> Особенности перевода рекламных текстов с японского языка на русский	184
<i>Шукало А.</i> Сравнение системы написания иноязычных заимствований в корейском языке	185
<i>Шульжик Д.</i> Особенности машинного перевода идиоматических выражений с глаголам движения с арабского языка на русский.....	186
<i>Ягдыева А.</i> Происхождение лексики арабского языка в современных языках стран Средней Азии. Особенности функционирования арабизмов.....	187

<i>Якубецкая Е.</i> Новогодние выступления председателя КНР Си Цзиньпина: трудности перевода на разные языки	189
---	-----

СОПОСТАВИТЕЛЬНОЕ ЯЗЫКОЗНАНИЕ

<i>Авдашкова А.</i> Специфика новых психологических терминов в английском и испанском языках	190
<i>Варламова Е.</i> Английские заимствования XX века в русском языке и их исконные корреляты	191
<i>Габелко А.</i> Категория алетической модальности в языке: история и современность	192
<i>Левченко Л.</i> Специфика английского и испанского терминообразования в киноиндустрии	193
<i>Олешкевич М.</i> Фразеологические единицы с лексемами «время» и «час» в немецком и белорусском языках	194
<i>Цыгулёва В.</i> Национально-культурные особенности семантического поля «мода» (на материале русского и испанского языков)	195

Круглый стол «ЧЕЛОВЕК И ЯЗЫКИ»

<i>Богдан У.</i> Трансформации при переводе рекламных текстов с английского языка на русский	196
<i>Боженкова Д. М., Прусакова Е. А.</i> Проблемы и тенденции развития современной языковой коммуникации	197
<i>Буренкова А.</i> Особенности перевода фразеологических единиц в художественном тексте (на материале романа М. Петросян «Дом, в котором...»)	198
<i>Быковская Ю. А., Якуевич Е. А.</i> Проблемы смысла жизни в моральной философии	199
<i>Вераскоўская К.</i> Адаптацыя іншамўных украпін у раманах Ё. Танакі «Сказ пра Арслана»	200
<i>Гордей Н.</i> По следам грамматикализации	201
<i>Горленко У.</i> Способы перевода безэквивалентной лексики в текстах СМИ (на материале шведского и русского языков)	202
<i>Карасёва П.</i> Окказиональная немецкая лексика с точки зрения восприятия и использования носителями языка	203
<i>Корело В.</i> Концепт страха в авторской языковой картине мира (на материале романа С. Кинга «Жребий»)	204
<i>Мороз М.</i> Семантическая деривация в китайском молодежном интернет-сленге (на материале блогов)	205

<i>Подлуцкий А.</i> Поджанры и тематика рэп-дискурса	206
<i>Потапова К.</i> Специфика функционирования отзоонимных прилагательных в современной русской речи	207
<i>Пузан Е.</i> Я, мы, ты, вы... ..	208
<i>Сергей Д.</i> Феминитивы в испаноязычных и русскоязычных текстах электронных СМИ	209
<i>Смоленская А.</i> От юмора до иронии: о функциональном потенциале компьютерного сленга.....	210
<i>Соколова В. Н., Маргалик Я. В.</i> Профессиональная деятельность как сфера развития личности и реализации творческой активности.....	211
<i>Теодорович А.</i> Голосовые объявления в метрополитенах городов мира	212
<i>Толмачёва Ю.</i> Специфика архаичных языковых элементов	213
<i>Шиманович А.</i> Субъективная модальность в текстах электронных СМИ (на материале китайского языка).....	214
<i>Ярош В.</i> Англицизмы в немецкой рекламе.....	215

Круглый стол «АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОРПУСНОЙ ЛИНГВИТИКИ»

<i>Вашукевич А.</i> Особенности создания правового государства на постсоветском пространстве	217
<i>Калиновская Е.</i> Функциональность лингвистического процессора в задачах автоматической обработки текста на примере corenlp.....	218
<i>Лухверич Д.</i> Жанровая гибридизация в романе Донны тартт «Щегол»	219
<i>Мельник В.</i> Создание системы семантических тегов для сравнительного описания литературного персонажа с использованием параллельных текстовых корпусов.....	220
<i>Мельникович А.</i> Система художественных образов в романе М. Эмиса «Мертвые младенцы».....	221
<i>Нарейко А.</i> Переводческие трансформации в параллельных текстах	222
<i>Хрулёва Л.</i> Электронные словари, используемые при автоматической обработке текста.....	223
<i>Яновская А.</i> Корпусный подход к определению средств выражения пространственно-качественных характеристик художественного текста	224

Научное издание

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

25–29 апреля 2022

В четырех частях

Часть четвертая

Ответственный за выпуск *А. А. Соловей*

Компьютерная верстка *Н. А. Шауло*

Редактор *Л. А. Каиштанова*