

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Минский государственный лингвистический университет

МАТЕРИАЛЫ
ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА

27–28 апреля 2010 г.

В двух частях

Часть первая

Минск 2010

УДК 800
ББК 81.2
М34

Рекомендованы Редакционным советом МГЛУ.

Редакционная коллегия: Н.П. Баранова (*ответственный редактор*), А.М. Горлатов (*зам. ответственного редактора*), П.М. Бабинская, Н.П. Баранов, Д.Г. Богушевич, Т.С. Глушак, Н.Т. Ерчак, Т.П. Карпилович, А.П. Клименко, Н.А. Копачева, Т.П. Леонтьева, М.И. Лытин, Н.П. Николаев, В.А. Павловский, А.П. Пониматко, Т.В. Поплавская, И.И. Рыжикова, Р.В. Соловьева, З.А. Харитончик

М34 **Материалы** ежегодной научной конференции студентов и магистрантов университета. 27–28 апр. 2010 г. : в 2 ч. Ч. 1. / отв. ред. Н.П. Баранова. – Минск : МГЛУ, 2010. – 312 с.
ISBN 978-985-460-386-5 (Ч. 1)
ISBN 978-985-460-385-8.

Первая часть сборника содержит материалы выступлений участников семи секций конференции: «Педагогика», «Психология», «Методика преподавания иностранных языков», «Стилистика и лингвистика текста», «Лексическая семантика», «Перевод и обучение переводу», «Сопоставительные исследования. Социолингвистика».

УДК 800
ББК 81.2

ISBN 978-985-460-386-5 (Ч. 1)
ISBN 978-985-460-385-8

© УО «Минский государственный лингвистический университет», 2010

ПРЕДИСЛОВИЕ

27–28 апреля 2010 года в МГЛУ прошли очередные «Дни науки». На пленарном заседании ректор университета Н.П. Баранова выступила с докладом о приоритетных задачах коллектива университета в области научной деятельности. Затем в торжественной обстановке университету был вручен сертификат о вступлении в Международную ассоциацию вузов, готовящих профессиональных переводчиков (CIUTI), после этого были оглашены списки студентов, получивших на Республиканском конкурсе студенческих научных работ первую категорию.

В рамках «Дней науки» на факультетах и кафедрах были организованы выставки лучших научных работ студентов и магистрантов, прошли круглые столы, олимпиады, был проведен лингвистический КВН. Студенты и магистранты могли получить консультации у ведущих ученых университета по различным аспектам научно-исследовательской деятельности.

При активном участии молодых исследователей в качестве одного из важнейших мероприятий «Дней науки» прошла научно-исследовательская конференция студентов и магистрантов, работа которой проходила в 21 секции и охватила более 900 участников. Материалы докладов студентов и магистрантов публикуются в данном сборнике, состоящем из двух частей.

В *первой* части приводятся материалы выступлений участников секций «Педагогика», «Психология», «Методика преподавания иностранных языков», «Стилистика и лингвистика текста», «Лексическая семантика», «Перевод и обучение переводу», «Сопоставительные исследования. Социолингвистика».

Вторая часть сборника содержит материалы выступлений участников секций «Фонетика», «Грамматика», «Проблемы общего языкознания», «Проблемы прикладной лингвистики», «Проблемы межкультурной коммуникации», «Зарубежная литература», «Проблемы белорусского языка и литературы», «История и белорусоведение», «Культурология», «Философия и логика», «Политология и международные отношения», «Экономические науки».

ПЕДАГОГИКА

Е. Абрамович

УРОВНИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧАЩИХСЯ НА УРОКЕ

Как дидактическое явление самостоятельная работа представляет собой, с одной стороны, учебное задание, т.е. то, что должен выполнить ученик, объект его деятельности, с другой – форму проявления соответствующей деятельности: памяти, мышления, творческого воображения, которые призваны обеспечить учащемуся получение нового, ранее неизвестного ему знания, либо углубление и расширение сферы действия уже имеющихся знаний. Методически грамотно организованная самостоятельная учебная работа является одним из самых доступных и проверенных практикой путей повышения эффективности урока, активизации деятельности учащихся.

Самостоятельная работа – это средство обучения, которое:

- вырабатывает у учащихся установку на самостоятельное систематическое пополнение своих знаний и выработку умений ориентироваться в информации при решении новых познавательных задач;
- в каждой конкретной ситуации усвоения соответствует конкретной дидактической цели;
- является способом педагогического руководства и управления самостоятельной познавательной деятельностью ученика.

Исследователями Л.Г. Вяткиным, Б.П. Есиповым, П.И. Пидкасистым) выделены 4 уровня самостоятельной продуктивной деятельности учащихся, соответствующие их учебным возможностям:

1. *Копирующие действия* учащегося по заданному образцу, идентификация объектов и явлений, их узнавание путем сравнения с известным образцом (на этом уровне происходит подготовка к самостоятельной деятельности).
2. *Репродуктивная деятельность* по воспроизведению учебной информации, не выходящая, как правило, за пределы уровня памяти (на этом уровне уже начинается обобщение приемов и методов познавательной деятельности, их перенос на решение более сложных, но типовых задач).
3. *Продуктивная деятельность* по самостоятельному применению приобретенных знаний для решения задач, выходящих за пределы типовых, требующая способности к выводам, обобщению, к творчеству.
4. *Самостоятельная деятельность по переносу знаний* при решении задач в совершенно новых ситуациях, выработке гипотетического аналогового и диалектического мышления.

Каждый из этих уровней, хотя они выделены условно, объективно существует. Дать самостоятельное задание ученику уровнем выше – это в лучшем случае напрасно потерять время на уроке. Программа-максимум для любого творчески работающего учителя – довести как можно больше детей до четвертого уровня самостоятельности. Однако следует помнить, что путь к нему лежит только через три предыдущих уровня.

Н. Акимова

СОСТОЯНИЕ ГУМАНИЗАЦИИ ПРОЦЕССА ОБУЧЕНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ ШКОЛЕ

Гуманистическая направленность воспитания и образования меняет традиционное представление о цели воспитания, основным компонентом которой является ориентация на приобретение систематизированных знаний, умений и навыков. Учебно-воспитательный процесс, построенный на гуманистических началах, способствует формированию у школьников тенденции к альтруизму, самоотверженности» сопереживанию, которые являются важнейшими элементами гуманности и психологическим механизмом углубления социальной сущности человека, его коллективистской психологии. Важно в процессе воспитания и обучения развивать у учащихся способность делать людям добро, откликаться на чужую боль, сострадать и сочувствовать людям, попавшим в беду. Неслучайно многие авторы считают, что отечественная гуманистическая традиция – это традиция добра и милосердия.

Б.М. Неменский рассматривает сущность *гуманизации* в двух направлениях: на уровне общения человека с человеком и на уровне освоения эмоционально-ценностного опыта понимания человека. Смысл *гуманизации* он связывает с овладением подрастающим поколением опытом человечности, развитием чувств понимания и переживания жизни. В своих работах Л.П. Боева пишет о необходимости гуманизации образования и воспитания современной молодежи. Сущность этого процесса она видит в развитии личности человека, становления ее духовности, формировании системы человеческих ценностей, основу которых составляют, по ее мнению, не все ценности, установки, ориентации, мотивы, а лишь те, что определяют границы образа человечности в каждом индивиде, нарушение которых ведет к разрушению важнейших духовных опор человека. Гуманизацию воспитания и образования Л.П. Боева представляет как процесс сотрудничества всех сфер духовной культуры. Разделяя точку зрения Л.П. Боевой о гуманизации воспитания учащихся, Е.Б. Евладова и Л.А. Николаева смысл этого процесса видят в том, что он способствует осознанию и дифференциации познавательных интересов, ценностных ориентации школьников: выравнивает возможности личности;

содействует выбору индивидуальной образовательной траектории ребенка; обеспечивает ситуацию успеха, способствует самореализации ученика и педагога.

Единство взглядов этих авторов состоит в том, что они считают главной обязанностью современной школы обеспечение нравственной защиты своих воспитанников, создание таких условий, такой духовно-нравственной атмосферы, которая позволяла бы увидеть растущему человеку приоритет созидательных человеческих ценностей.

К. Алейникова

ИДЕИ СВОБОДНОГО ВОСПИТАНИЯ В РАБОТАХ МАРИИ МОНТЕССОРИ

Современный воспитательный процесс строится на гуманистических принципах, в основе которых лежит признание уважения личности человека, его выбора и свободы. Именно *свободное воспитание* провозглашает в качестве основной концепцию освоения культурного опыта обеспечения ребенку самостоятельного, свободного выбора деятельности в процессе образования. Этой концепции придерживались М. Монтессори, А. Нейл, Л.Н. Толстой.

В своих работах М. Монтессори провозглашает веру в ребенка, способного открыть себя в активной деятельности, которая приводит к реализации заложенного в формирующейся личности потенциала, к полноценному развитию.

Также М. Монтессори обращает внимание на индивидуальность ребенка и предоставляет ему право на самостоятельность. Исходя из этого права, ребенок свободно выбирает место, дидактические материалы для деятельности, определяет продолжительность своей работы, общается и объединяется в работе с другими детьми. Это позволяет ему удовлетворять свои интересы и проявлять природную активность.

Однако следует учитывать существование границ детской самостоятельности. М. Монтессори приучала своих воспитанников учитывать потребности других детей («Можно все, что не мешает остальным», «Каждую вещь или предмет нужно вернуть на место») и необходимость дела («Нельзя ничего не делать», «Начатое дело нужно обязательно довести до конца»).

М. Монтессори воспринимает учителя как доброжелательного помощника, который не является центром класса. Это наблюдатель, вмешивающийся в деятельность ребенка в случае необходимости. Он должен иметь четкое представление об индивидуальном уровне развития каждого ребенка, чтобы помочь в выборе материала. Такая позиция учителя позволяет ребенку приобретать собственный опыт методом проб и ошибок.

Немаловажным в системе М. Монтессори является отсутствие соревнования между детьми. Это означает, что их результаты никогда не сравниваются, каждый работает сам, согласно своему темпу и специфическим способностям овладения знаниями, и прогресс виден только по отношению к конкретному ребенку.

Особого внимания требует Монтессори-материал, являющийся частью педагогической подготовительной среды, которая побуждает ребенка проявить возможности его развития через самостоятельность, соответствующую его индивидуальности и стремлению к движению.

Таким образом, система М. Монтессори основана на абсолютном доверии к ребенку, на его стремлении к познанию окружающего мира, на мудром терпении взрослых, ожидающих свершения самостоятельных открытий, что позволяет воспитывать активное отношение к разным видам деятельности и потребность к самообразованию и воспитанию.

Аль-Тахан Аня Абдул-Маликовна

ПРОЕКТ “СТУДЕНТ-КУРАТОР” – ИННОВАЦИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ ЖИЗНИ

Совершенствование работы кураторов и организации деятельности студентов является одной из важнейших задач высших учебных заведений. С целью определения наиболее эффективных способов организации воспитательной работы в вузе в целом необходимо учитывать относительную автономность факультетов и их традиции в решении этого вопроса. На переводческом факультете Минского государственного лингвистического университета с 2009 года реализуется проект “Студент-куратор”.

Суть данного проекта заключается в том, что кураторы-старшекурсники (совместно с кураторами-преподавателями) помогают первокурсникам почувствовать себя настоящими студентами, сориентироваться в бурной круговерти лекций, семинаров, проектов, кружков и т.д. Таким образом, проект “Студент-куратор” предполагает организацию деятельности студентов старших курсов, направленную на адаптацию и вовлечение первокурсников в активную общественную жизнь факультета и университета. Студенты-кураторы академической группы выступают координаторами между студентами и руководством факультета.

Так с 1 ноября по 15 декабря 2009 года студентам первого и третьего курсов было предложено поучаствовать в мини-проекте «Экскурсия по городу Минску». Студенты курирующей и курируемой группы подготовили и представили свои мини-проекты, посвященные интересным местам, событиям в культурной и политической жизни столицы Республики Беларусь: «Минск православный», «Минск романтический», «Минск загадочный»,

«Минск парадоксальный», «Государственная библиотека Минска», «Минск музыкальный», «Рестораны Минска», «Минск – моя любимая столица», «Скульптуры и памятники Минска» и т.д.

Проекты были представлены в виде стенгазет, фоторабот, поделок из нетрадиционных материалов и т.д. В качестве источников информации были использованы различные сайты, интервьюирование носителей языка, тематическая литература, результаты опроса и анкетирования, которые были проведены во время реализации мини-проектов.

Данный проект формирует у студентов первого курса такие качества как осознание принадлежности к коллективу факультета, стремление к сочетанию личных и общественных интересов, созданию атмосферы подлинного товарищества и дружбы в коллективе.

Проект «Студент-куратор» существует на факультете совсем недавно. В ближайшем будущем на факультете планируется организовать церемонию «University Tutor Awards», в которой примут участие лучшие студенты-кураторы.

Н. Балюк

УЧЕТ ГЕНДЕРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Сегодня недостаток школьного образования заключается в совместном обучении и содержательном единообразии учебного материала, не учитывающего половых особенностей познавательных процессов. Школа ориентирована на бесполого «среднестатистического» ученика, которого не существует в природе. Между тем, мальчики и девочки имеют целый ряд различий, учет которых необходим при выборе содержания, форм и методов обучения. Наиболее важен в данном случае начальный этап обучения, от которого зависит становление личности в целом.

Обучение с *учетом гендерных особенностей* учащихся требует учета разных типов функциональной асимметрии мозга мальчиков и девочек. При построении процесса обучения на основе учета идей гендерного подхода следует руководствоваться тем, что при одних и тех же методах обучения, при одном и том же учителе мальчики и девочки приходят к знаниям и умениям разными путями, используя разные стратегии мышления. Девочки лучше усваивают информацию, когда им известен алгоритм, когда информация уложена в схему. Мальчикам интереснее находить новые пути решения.

Существуют половые различия и в процедурах сбора информации, в методах решения задач. Мальчики большинство пространственных задач решают во внутреннем плане, тогда как девочкам нужна дополнительная наглядность. Восприятие тоже происходит по-разному. Мальчики прежде

всего ищут смысл и, ухватив его, сразу готовы действовать. А девочки смысл считают хуже, им требуется для этого больше времени. Зато они более эмоциональны, тоньше чувствуют. Применительно к школе из этого следует вывод, что мальчику не подходит традиционный прием повторения и закрепления материала. Его мозг не воспринимает повторов и автоматически выключается. Девочки же послушно повторяют, хорошо ориентируются в настроениях взрослых. Поэтому ученые советуют учителям действовать по принципу *девочке повтори, мальчика ободрить*. Но и подбадривать надо грамотно. Поскольку мальчик во всем ищет прежде всего смысл, то похвала, полученная им за работу, которая ему неинтересна или кажется бессмысленной, на него не подействует. А девочке одобрение взрослых важно само по себе. Она по природе более общительна, ее гораздо больше интересует социум. Она охотней выполняет неинтересную работу просто ради того, чтобы заслужить похвалу.

Специалисты отмечают, что время, необходимое для вхождения в урок у детей также зависит от пола. Девочки после начала занятий быстро набирают оптимальный уровень работоспособности, мальчики отстают. Однако мальчикам потом нужен высокий темп, и, как только начинаются повторения, закрепления, внимание у них ослабевает.

Таким образом, учет гендерных особенностей может значительно повысить эффективность обучения и создать предпосылки для всестороннего развития ребенка.

Е. Володкевич

РОЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОЙ Я-КОНЦЕПЦИИ ШКОЛЬНИКА В УЧЕБНОМ ПРОЦЕССЕ

Школа – это не только заведение, в котором осуществляется формальное обучение и усвоение знаний, но и общественный институт, где, в основном, происходит эмоциональное, социальное и интеллектуальное формирование личности.

Семья и школа одинаково способствуют развитию у ребенка как положительных, так и отрицательных представлений о себе. В результате их совместной деятельности ребенку могут внушать как то, что само его существование представляет большую ценность для окружающих, так и то, что существование он бесполезное и никому не нужное. Для того чтобы ребенок чувствовал себя счастливым, был способен лучше адаптироваться и преодолевать трудности, ему необходимо иметь положительное представление о себе. Что же такое Я-концепция и какое влияние она имеет на формирование личности? Я-концепция – это совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с их оценкой. В большинстве определений установки подчеркиваются три главных элемента:

1. Образ “я” – представление индивида о самом себе.
2. Самооценка – аффективная оценка этого представления, которая может обладать различной интенсивностью.
3. Потенциальная поведенческая реакция, т.е. те конкретные действия, которые могут быть вызваны образом “я” и самооценкой. В раннем детстве важнейшую роль в развитии Я-концепции играют родители. Позднее в этот процесс включается школа, и ее влияние становится очень значительным. Если ребенок пришел в школу с уже сформированным отрицательным представлением о себе, учителя могут еще более усилить его, но они же могут и сформировать у ребенка более позитивный взгляд на себя и свои способности. Положительная Я-концепция определяется тремя факторами: твердой убежденностью в импонировании другим людям, уверенностью в способности к тому или иному виду деятельности и чувством собственной значимости. Я-концепция с момента своего зарождения становится активным началом, важным фактором в интерпретации опыта. “Я-концепция” способствует достижению внутренней согласованности личности, определяет интерпретацию опыта и является источником ожиданий, т.е. представлений о том, что должно произойти. Содержание Я-концепции является одним из наиболее важных результатов воспитания и обучения.

Д. Воробьева

МИЛОСЕРДИЕ КАК ОСНОВА ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Слово *волонтер* произошло от французского *volontaire*, которое, в свою очередь, произошло от латинского *voluntarius* и в дословном переводе означает ‘доброволец, желающий’. Волонтерство – это неоплачиваемая, сознательная, добровольная деятельность, оно широко развито в мире и является глобальным процессом объединения людей, стремящихся внести вклад на благо своей страны и мирового сообщества.

Волонтеры – люди, которые добровольно отдают часть своего времени, сил и средств на благо других людей, на полезные дела, не приносящие им прямой материальной выгоды. Волонтер – человек будущего, гражданин мира, шанс человечества на выживание.

Многие ученые выделяют такие основные направления волонтерской деятельности: *оздоровительное* – пропаганда здорового образа жизни; *профилактическое* – профилактика употребления психоактивных веществ; *досуговое* – организация полноценного досуга детей и подростков; *милосердие* – оказание адресной помощи детям из социального приюта и коррекционной школы-интерната; создание летних проектов; творческие вечера и др.

Сама волонтерская деятельность основана на таких ценностях, как достоинство, дружба, забота, сочувствие, толерантность, уважение, милосердие.

Милосердие – сострадательное, доброжелательное, заботливое, любовное отношение к другому человеку; противоположность милосердия – равнодушие, жестокосердие, злонамеренность, враждебность, насилие. В толковых словарях *милосердие* рассматривается как глубокое и многоплановое понятие: морально-этическая ценность, имеющая общечеловеческую значимость; принцип поведения, основанный на сочувствии, сострадании, соучастии и готовности делать добро; уровень общественной гуманности; часть душевного богатства человека, его интеллигентность; психическое свойство личности, проявление черт характера личности; общесоциальная проблема, социальный феномен; добровольное благодеяние; состояние души.

Милосердие предполагает не только самоотверженность и не просто доброжелательность, но и понимание другого человека, сострадание к нему, а в последовательном своем выражении – деятельное участие в жизни другого. Отсюда следует, что милосердие опосредовано служением. В общественной жизни служение (далеко не всегда открытое и явное) может осуществляться в форме волонтерской деятельности.

Милосердие – показатель уровня культуры общества, гражданской позиции его населения, которое благополучно подкрепляет волонтерскую деятельность, ведь это и есть реальное проявление гуманизма, высших человеческих качеств. Поэтому обязанность каждого – всячески содействовать развитию волонтерского движения, поддерживать добровольческие инициативы, оказывать необходимую помощь.

Т. Годун, А. Покладова

ДЕНЬ ИНДЕЙЦА В ДЕТСКОМ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОМ ЛАГЕРЕ

Тематический день в детском оздоровительном лагере (ДОЛ) – это “замечательная организационно-педагогическая находка”, позволяющая сделать привлекательными рутинные режимные моменты в лагере, вовлекает в творческий процесс всех ребят, имеет простую логику.

Мы предлагаем программу проведения Дня индейца в старших отрядах.

1. День начинается с сюрприза. Необычная линейка, так как начальник лагеря выступает в роли вождя, а вожатые старших отрядов – в роли богинь.

а) вождь объявляет о предстоящем Дне индейца для двух отрядов. Отряды делятся на 2 племени: зеленых и красных. Вожатые раздают творческие задания.

б) перечень творческих заданий. Придумать: название племени, рассказ о племени, ритуал племени, тотем племени, костюмы.

2. Завтрак. Дети после завтрака выполняют творческие задания и одеваются в костюмы индейцев.

3. Посвящение в индейцы.

- а) встреча племен и приветствие “хау” (взмах рукой).
- б) объявление вождем правил игры, законов индейцев.
- в) творческое представление племен, рассказ о своем племени, показ тотемов, изображение ритуала (танец, песня).

4. Обед индейца. Конкурс “Охота на бизона, или накорми свое племя”. Побеждает племя, которое съедает весь обед и по-индейски оригинально называет блюда. Юмор приветствуется!

5. Тихий час “Совет духов”. Побеждает то племя, которое ведет себя тише.

6. Индейские состязания.

- а) сорви нагрудный знак противника (племена сражаются друг с другом, стараясь догнать и сорвать с противника его нагрудный знак).
- б) индейский дозор (обойти кегли с завязанными глазами, при этом другие племена встают вокруг кеглей и криком указывают неправильное направление, а свое племя криком указывает правильное направление).
- в) мост спасения (связать веревку из вещей).
- г) сети (племена выстраиваются напротив друг друга, держась за руки и образуют сеть Красных и сеть Зеленых. Каждый индеец, поочередно из каждой команды, бежит в сети, пытаясь их разорвать и захватить в плен одного противника. Если сеть не разрывается, индеец сам попадает в плен).
- д) сбей противника (каждый член племени сражается на бревне со своим противником подушкой. Тот, кто упал с бревна, попадает в плен).
- е) придумать собственное испытание для противников и вызвать их на состязание.

7. После ужина проводится конкурс индейской моды и подведение итогов. Каждое племя представляет по 3 модели индейской одежды на подиуме у костра под тематические мелодии (“Танец дикарей”).

С. Грель

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА В АДАПТИВНОЙ ШКОЛЕ

Изменения, происходящие во всех сферах жизни нашего общества, существенно отразились на состоянии современного образования и прежде всего – на процессах обновления школы.

Обстоятельства нашей жизни работают на снижение адаптационного потенциала человека: неизбежный шок, который испытывает ребенок при поступлении в детское учреждение, адаптационный синдром первого класса, стрессы, связанные с перегрузкой программ, – все это сказывается на

снижении здоровья и успеваемости участников педагогического процесса. Определяющий признак адаптивности – развитие способности личности к самосовершенствованию на основе учета ее возрастных особенностей, внутренних ресурсов и возможностей.

Адаптивная школа (школа адаптирующей педагогики) – модель образовательного учреждения, ориентированная на адаптацию школьной системы к возможностям и особенностям учащихся (в отличие от традиционной школы, стремившейся приспособить ребенка к своим требованиям). Прообразом такой школы служит Мангеймская система, которая характеризуется тем, что при сохранении классно-урочной системы организация обучения учащихся, в зависимости от их способностей, уровня интеллектуального развития и степени подготовки распределилась по классам на слабых, средних и сильных.

В свою очередь, Г.М. Коджаспирова определяет это понятие так: «адаптивная модель школы – новая модель разноуровневой и много-профильной общеобразовательной массовой школы с набором всевозможных классов и образовательных услуг, открытой для детей самых разных возможностей и способностей вне зависимости от индивидуально психологических особенностей, здоровья, способностей, склонностей, материального обеспечения семьи».

Адаптация школы к ребенку, к его возрастным и индивидуальным особенностям достигается системой дифференциации учебно-воспитательного процесса. Эта система предусматривает разнообразие вариантов методов образования. Проектирование дифференцированного обучения невозможно без знания индивидуальности каждого ученика. Система дифференциации в учебно-воспитательном процессе предполагает добро-вольность и свободный выбор ребенком варианта образования, также помощь ребенку в самоопределении и поиске своих задатков и потенциальных способностей, возможность исправления ошибок в выборе ребенка. Цель адаптивной школы состоит в создании образовательной среды, способствующей тому, чтобы каждый ученик мог реализовать себя как субъект собственной жизни, деятельности и общения.

Ю. Грозовская

САМОВЫРАЖЕНИЕ ПОДРОСТКОВ В КОНТЕКСТЕ СУБКУЛЬТУРЫ (на примере панков)

Субкультура – часть общей культуры, система ценностей, традиций, обычаев, присущих большой социальной группе. Она отличается от доминирующей культуры языком, взглядами на жизнь, манерами поведения, прической, одеждой, обычаями. Различия могут быть очень сильными, но субкультура не противостоит доминирующей культуре. У каждого поколения

и каждой социальной группы свой культурный мир. В молодежной субкультуре отсутствует избирательность в культурном поведении, преобладают стереотипы и групповой конформизм. Современные субкультуры значительно отличаются от классических образцов прошлого века. Они перестали быть чем-то постоянным, с жесткими границами и обязательствами всецело придерживаться образцов. Они достаточно противоречивы и непостоянны, со смешанной природой, прозрачными границами и временными солидарностями. Представителей современных субкультур называют неформалами. *Неформал*, *неформальный* обозначают необычность, яркость и незаурядность, попытку показать свою индивидуальность, сказать серой массе: «я – личность», бросить вызов миру с его бесконечными буднями и выстраиванием всех в один ряд. У них свой мир и свои правила, которые отличаются от таковых в господствующей культуре. Появление панк-стиля – закономерная реакция части молодежи, оказавшейся в критическом положении. Основное его содержание – вызов, провокация, “шок-эффекты”. С этой целью использовался внешний вид и агрессивный стиль поведения. На сегодняшнем этапе развития нашего общества острые углы этого направления сгладились, само существование приобрело менее жесткую форму. Почему сегодняшние подростки по-прежнему следуют этому направлению? Исчезают вчерашние проблемы, но на их месте возникают другие, которые тоже побуждают молодых людей стать антагонистами по отношению к существующему положению вещей в обществе. Наше общество, включая несовершеннолетних граждан, продолжает находиться в состоянии системного духовно-нравственного кризиса, особенно неблагоприятная ситуация складывается в сфере нравственности детей и молодежи. Растет поколение детей с размытыми социально-нравственными и ценностно-нормативными ориентирами, с антиобщественными установками, в связи с этим усиливаются запреты, растет контроль над молодежью. Такая позиция приводит к разрыву поколений. А когда происходит разрыв, когда молодежь начинает понимать, что их культурные поиски не только неинтересны, но и вызывают у других отторжение, тогда иссякает общение. И тогда мы не только не будем знать и не сможем воспитывать, но и окажемся теми, кто мало думает о своем будущем. Субкультурные формирования всегда и везде составляли меньшинство. Они являются авангардом молодежных сцен, по отношению к мейнстриму они более культурно развиты, социально мобильны и открыты инновациям.

А. Гулецкая

ШКОЛЬНАЯ ТРЕВОЖНОСТЬ И ПРИЧИНЫ ЕЕ ВОЗНИКНОВЕНИЯ

Школьная тревожность является актуальной проблемой в современной школе. Она отрицательно влияет на все сферы жизнедеятельности ученика: на учебу, на здоровье, на взаимоотношения как в школе, так и за ее

пределами. *Тревожность* напрямую не проявляется в поведении, но ее уровень можно определить исходя из того, как часто и как интенсивно у человека наблюдается состояние тревоги. Исследования А.М. Прихожан показали, что существуют различные формы тревожности:

➤ открытая тревожность – сознательно переживаемая и проявляющаяся в деятельности в виде состояния тревоги;

➤ скрытая тревожность – в разной степени неосознаваемая, проявляющаяся либо в чрезмерном спокойствии, либо косвенным путем через специфические формы поведения (теребление волос, расхаживание из стороны в сторону, постукивание пальцами по столу и т.д.).

Школьная тревожность – специфический вид тревожности, проявляющейся во взаимодействии ребенка с различными компонентами образовательной среды и закрепляющейся в этом взаимодействии.

Чаще всего школьная тревожность развивается тогда, когда ребенок находится в состоянии конфликта, вызванного:

- негативными требованиями, которые могут поставить его в униженное или зависимое положение;
- неадекватными, чаще завышенными требованиями;
- противоречивыми требованиями, которые предъявляются к ребенку родителями и/или школой, сверстниками.

К основным, наиболее общим причинам возникновения тревожности у детей относятся:

- внутриличностные конфликты, связанные с оценкой собственной успешности в разных сферах деятельности;
- нарушение внутрисемейного и/или внутришкольного взаимодействия;
- соматические нарушения.

И. Давидович

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ ЭФФЕКТИВНОГО ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ

Семья является уникальным социальным институтом, сочетающим в себе общественные и личные интересы. Выступая социальной ценностью, обеспечивающей нормальное существование общества, неотъемлемой частью общечеловеческой культуры, семья вместе с тем может рассматриваться и как значимая, личностная ценность, играющая важную роль в структуре мотивационной сферы человека и определяющая в какой-то мере общую направленность его поведения

В наш информационный век воспитанием занимается телевидение или кто-то другой, но все меньше – родители. Но именно родители должны подготовить своих детей к полноценной жизни в нездоровом, враждебном и бедственном мире. Причина, по которой им следует стать героем для своих детей – они вырастут такими же, как вы.

Вот несколько принципов (их всего шесть), которые доказали свою эффективность и помогают мне в моей работе с подростками и молодыми людьми.

Ровное отношение – предполагает безоговорочную любовь к ребенку, т.е. вы любите его не за заслуги, а просто потому, что он у вас есть. Именно это поможет ему не искать любовь и признание на стороне, вовлечься в распитие спиртных напитков, курение, наркотики, раннюю половую связь.

Одобрение – это значит, что вы стараетесь замечать хорошее в детях. Если ребенок постоянно разбрасывает вещи в комнате и вы устали ему твердить, чтобы он навел порядок – похвалите его, когда он там убирает. Мы склонны замечать плохое больше, чем хорошее.

Любовь – это нежность. Необходимо говорить ребенку, что ты его любишь. Объятия также важны. Ученые говорят, что для того, чтобы человек чувствовал себя счастливым, ему необходимо обниматься не менее четырех раз в день. Мы рождаемся с потребностью любить и быть любимыми. Но когда дети не получают этого дома, они будут искать любовь на стороне.

Внимание. Слово *любовь* пишется так: *время*. Заметьте, где шалят дети, если, например, играют на улице. Не где-то далеко, а в непосредственной близости от воспитателя. Почему? Они хотят обратить на себя внимание. Дети не различают количество и качество проведенного времени. Для них качество проведенного времени равно количеству. Уделяя ребенку время, вы тем самым показываете, что он вам не безразличен. Делая что-то вместе с ним, взяв с собой куда-нибудь – вы поможете вашим детям чувствовать себя нужным и значимым. Не пускайте отношения с детьми на самотек. Родительское равнодушие всегда выходит боком. И никакие подарки здесь не помогут.

Воспитание ответственности. Ответственность – это быть зрелой и уравновешенной личностью. Необходимо оговаривать границы допустимого. Хороший способ научить ребенка ответственности – это отчитываться перед ним, ведь когда отвечаешь за свои поступки, легче спрашивать и с детей.

Родительская власть. Если вам удастся построить доверительные отношения с ребенком, то он будет спокойно относиться к запретам. Но какими методами вы пользуетесь в воспитании? Вот 4 типа родительской власти: диктат, вседозволенность, безразличие, обратная связь.

Н. Дардыкова

ГУМАНИСТИЧЕСКАЯ ПЕДАГОГИКА В СОВРЕМЕННОЙ УЧЕБНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЕ

Гуманистическая педагогика – направление в теории и практике воспитания, реализующее идеи гуманизма: свободное всестороннее развитие личностью своих способностей, потребностей и интересов (самоактуали-

зация личности); ориентация личности на осознанный и ответственный выбор значимых для себя знаний, поведения, поступков в разнообразных жизненных ситуациях.

Стержнем современной педагогической науки является гуманизация учебно-воспитательного процесса на всех ее уровнях и направлениях.

1. *Гуманизация целей образования* – формирование свободной, развитой высоко нравственной, творчески активной, саморазвивающейся личности.

2. *Гуманизация содержания образования* – реализация принципа *историзма*, показ эволюции человеческих знаний о природе, обществе и мышлении, включение в содержание образования этапов становления и развития общечеловеческих ценностей, гуманистических взглядов мыслителей и ученых в создании духовной культуры всего человечества.

3. *Гуманизация методов обучения* – гуманистический подход к *организации* учебно-познавательной деятельности учащихся как субъекта учебного процесса. Разработка лично ориентированной технологии обучения и воспитания в дошкольных учреждениях, в средних и высших учебных заведениях. Видение учителем ученика, как полноправного члена общества со своими определенными целями, способностями и интересами.

4. *Гуманистически ориентированный подход к определению организационных форм учебных занятий, к проверке, учету и оценке знаний, умений обучаемых.*

5. *Гуманистический подход к формулированию критериев оценки результатов образования.*

Е. Дедюля

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ

Формирование профессиональной компетентности учителя – важная задача, стоящая перед высшей школой, так как это качество позволяет педагогу принимать эффективные решения при осуществлении профессиональной деятельности. *Профессиональная компетентность* определяется как готовность и способность специалистов к реализации знаний, умений, навыков, опыта в реальных условиях осуществления обучения и воспитания, а также личностного и профессионального совершенствования.

Ф о р м и р о в а н и е п р о ф е с с и о н а л ь н о й к о м п е т е н т н о с т и имеет особенности. В структуре профессиональной компетентности выделяют *коммуникативную, информационную, регулятивную и интеллектуально-педагогическую* компетентности. *Интеллектуально-педагогическая* компетентность является базовой для остальных и выражается в умении применять имеющиеся знания для установления педагогически целесообразных взаимоотношений, приобретения

и преобразования знаний обучающимися и самим педагогом, а также для выработки способов инновационной деятельности. Она включает комплекс умений по анализу, синтезу, сравнению, абстрагированию, обобщению, конкретизации. Таким образом, на первый план выдвигается необходимость совершенствования интеллектуальных способностей будущего учителя в процессе непрерывного решения многообразных проблем школьной жизни.

Профессиональная деятельность педагога предполагает постоянное решение педагогических задач, а значит, решая учебные задачи, студент овладевает способами решения задач будущей профессиональной деятельности. Кроме того, учебно-профессиональные задачи являются познавательными задачами, решение их позволяет осознанно осваивать педагогические категории, принципы, закономерности организации педагогического процесса и профессиональной деятельности, а значит, формируется интеллектуально-педагогическая компетентность. Поэтому в качестве важного средства профессионального становления, формирования профессиональной компетентности выступает технология решения профессионально-педагогических задач. Задача применения данной технологии является актуальной на современном этапе. Студенты младших курсов педагогических специальностей положительно относятся к данному средству обучения профессии, вместе с тем уровень развития умений и навыков решения педагогических задач у большинства из них является достаточно низким.

Е. Демидова

ФОРМИРОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ИМИДЖА СОВРЕМЕННОГО УЧИТЕЛЯ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

В связи с информатизацией общества, развитием новых педагогических технологий, потребностью в гуманизации, демократизации и индивидуализации образования роль и функции учителя меняются. Ответ на вопрос, каким учитель должен быть и каким он предстает в современном общественном сознании, может дать изучение имиджа педагогической профессии.

Имидж (англ. *image* 'образ') – это представление, мнение об объекте, лице, коллективе, учреждении и т.п., часто целенаправленно создаваемые; индивидуальный стиль, облик, характеризующий лицо, группу, учреждение и т.п. Важно подчеркнуть, что имидж является результатом сознательной работы, чем и отличается от впечатления, которое складывается, независимо от объекта.

Анализ исследований профессионального имиджа учителя (ИУ) позволяет его определить как экспрессивно окрашенный стереотип образа педагога

в представлении учащихся, коллег, социального окружения, в массовом сознании (А.А. Калюжный). Основными составляющими ИУ являются:

- а) природные качества (внешность, голос, жесты, мимика);
- б) коммуникативные качества (коммуникабельность, эмпатичность, рефлексивность, красноречие);
- в) личные качества (нравственные ценности, владение технологиями принятия решений, разрешения конфликтов);
- г) профессиональные качества, связанные с ориентацией на достижения, с ответственностью, сознательностью, профессиональной компетентностью.

Формирование любого имиджа базируется на существующем в общественном сознании образе. Для первичного определения ИУ в современном белорусском обществе мы проанализировали проходные баллы при поступлении вузы на педагогические специальности, которые оказались в среднем на 75 пунктов ниже в сравнении с аналогичными непедagogическими специальностями.

Поиском практических способов формирования позитивного ИУ занимается педагогическая имиджелогия. Примерами реализации модели формирования позитивного ИУ могут служить объявление 2010 г. Годом учителя и организация соответствующих мероприятий в России, а также проведение конкурсов «Педагогическая династия», «Учитель года», «Педагогический дебют», «Столичный учитель – столичному образованию» в Беларуси.

Несмотря на то, что имидж формируется усилиями СМИ и социальных групп, важна сознательная деятельность отдельной личности. Усилия педагога по созданию своего позитивного имиджа являются показателем его профессиональной компетентности. Положительный ИУ, сформированный у учащихся и родителей, позволит снизить напряжение в общении между субъектами образования и уменьшить количество конфликтных ситуаций.

И. Евтушенко

СТИЛЬ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ С УЧАЩИМИСЯ КАК ФАКТОР ОПТИМИЗАЦИИ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА

Рассмотрим вопрос о проблеме выбора стиля педагогического взаимодействия в аспекте демократизации взаимоотношений между учителем и учеником. С каждым днем накапливается все больше научных фактов, которые подтверждают важность учета человеческого фактора как того узла вопросов, который нельзя обойти, решая задачи повышения эффективности производства, развития науки, культуры. Две главные фигуры в школе – учитель и ученик. Их взаимодействие на уроке, во внеклассной работе, на досуге становятся важным условием эффективности учебно-воспитательного процесса, средством формирования личности школьника.

Все начинается с учителя, с его умения организовать со школьниками педагогически целесообразные отношения как основу творческого взаимодействия. Учителя не всегда осознают свою ведущую роль в организации контактов. При появлении трудностей во взаимодействии около 25 % из них полагают, что осложнения «исходят от учеников», являются следствием их невоспитанности. Приходится сожалеть, что наставник не осознает своего «вклада», причем часто значительного, в создании конфликтной ситуации. Главным в общении учителя и учащихся должны быть отношения, основанные на уважении и требовательности.

Выбор соответствующего стиля педагогического взаимодействия проходит несколько этапов и включает в себя: моделирование педагогом предстоящего взаимодействия с классом (прогностический этап); организацию непосредственного общения в момент начального взаимодействия (коммуникативная атака); управление взаимодействием в ходе педагогического процесса; анализ осуществленной системы взаимодействия и моделирование ее на предстоящую деятельность; этап моделирования требует знания особенностей аудитории: характера ее познавательной деятельности, вероятностных затруднений, динамики работы.

Одним из важнейших требований, которые предъявляет педагогическая профессия к личности учителя, является четкость его социальной и профессиональной позиции. Позиция педагога – это система интеллектуальных и эмоционально-оценочных отношений к миру, педагогической действительности и педагогической деятельности. Социальная и профессиональная позиции педагога не могут не отразиться на стиле его педагогического общения, под которым понимаются индивидуально-типологические особенности взаимодействия педагога с учащимися. Именно поэтому стиль педагогического взаимодействия рассматривается в тесной связи с общим стилем педагогической деятельности.

В стиле педагогического взаимодействия находят выражение особенности коммуникативных возможностей педагога; сложившийся характер взаимоотношений педагога и воспитанников; творческая индивидуальность педагога; особенности учащихся. Будучи категорией социально и нравственно насыщенной, стиль общения неизбежно отражает общую и педагогическую культуру учителя и его профессионализм.

Е. Здоровцова

ШКОЛЬНАЯ ФОРМА В АНГЛИИ

Англия – страна консерваторов, школьная форма там всегда приближена к классическому стилю одежды, хотя в последние годы английские стилисты создают самые раскрепощенные и эпатажные коллекции. Во всех школах есть своя школьная форма, хранящаяся в школе, выдаваемая всем ученикам бесплатно.

Традиционно английский школьник одет в блейзер, кепку и короткие брюки-шорты и носит обязательный кожаный ранец. В какой-то степени эта форма является отголоском прошлого. Блейзер со школьным значком на нагрудном кармане все еще носится многими учениками; кепки, короткие брюки и ранцы сейчас – больше дань старой форме. Могут быть шарфы соответствующего цвета школы.

В Англии существуют также частные школы, где сохраняются традиции в отношении школьной формы. В конце 1960 годов в Итоне (Итон – это привилегированная частная школа для мальчиков, где обучались дети только из самых богатых семей Великобритании или принцы из королевской семьи, потому что плата за обучение была очень высокая) костюм учащегося школы выглядел так: широкий белый накрахмаленный воротник, жилетка и короткая черная куртка. Сегодня эта школьная форма носится в специализированных хоровах школах для мальчиков.

В Британии есть школа Christ's Hospital school, в которой форма мальчика состоит из длинного синего сюртука, застегнутого на серебряные пуговицы, узкого кожаного ремня, бриджей до колен, желтых чулок и полотняных лент на шее. Свободная рубашка без воротника носится под сюртуком. У девочек – того же цвета пальто и желтая юбка. В те случаи, когда воспитанники из школы идут парадом через Сити Лондона (например, на День Святого Матфея – в сентябре) их необычный костюм всегда вызывает восхищение и многочисленные комментарии у многочисленных зрителей.

Великобритания – это место рождения школьной формы, и в течение многих лет и столетий школьники носили униформы. В Англии – трепетное отношение к традициям, и школьная форма стала одной из составляющих установленного уклада жизни.

О. Змитревич

ШКОЛЬНАЯ ФОРМА В СТРАНАХ МИРА

В некоторых школах Германии введена единая школьная одежда. Но, по сути, она таковой не является, потому что каждый ученик может участвовать в ее разработке.

Во Франции школьная форма существовала до 1968. Французы считают форму особо изощренным видом наказания, придуманным британцами

В остальных странах Европы нет единой формы. Все ограничено рамками довольно строгого стиля.

Единой формы в Беларуси нет, но деловой стиль одежды обязателен для всех белорусских школьников, особенно для учеников 1–4 классов. Деловой – это значит строгий, выдержанный стиль одежды. Одежда для школьников может быть из разных тканей, а также различных цветовых гамм, но не пестрой и вызывающей. Не допускается школьная одежда из джинсовой ткани.

Для школьников рекомендованы комплекты одежды: для мальчиков – это брюки, пиджак, жилет, рубашки с длинным и коротким рукавом, галстук, в зимнее время костюм может дополняться трикотажным свитером или жилетом. Для девочек комплект следующий: брюки, юбка или сарафан, блузы с длинным и коротким рукавом, в зимнее время костюм дополняется трикотажным свитером.

А. Иршенко

ОБЩЕЧЕЛОВЕЧЕСКИЕ ЦЕННОСТИ КАК ОСНОВА ВОСПИТАНИЯ ГРАЖДАНИНА МИРА

Общечеловеческие ценности – это ценности, которые принимают большинство людей, не связывая их ни с конкретным обществом или с культурой, ни с конкретным историческим периодом. Платон, Аристотель, другие великие философы древности стремились обосновать облик идеального человека как средоточения фундаментальных ценностей. Основой их в большинстве философских сочинений древности признается добродетель. Есть вселенские, вечные, проверенные тысячелетиями принципы добра, бескорыстная любовь, всепрощающая искренность, всеобъемлющая доброта, неподкупная честность, спокойная мудрость, сокровенная истина, смирение, помощь. В основе всех мировых религиозных учений лежит принцип *воспитания фундаментальных добродетелей*. Ввиду своей обобщенности заповеди практически являются о б щ е ч е л о - в е ч е с к и м и ц е н н о с т я м и . Вот они: чти отца твоего и мать твою, не убей, не прелюбодействуй, не кради, не лжесвидетельствуй, не пожелай добра ближнего твоего.

Культурные нормы и ценности тесно взаимосвязаны. Ценности имеют общее основание с нормами. Даже общераспространенные привычки соблюдать личную гигиену (чистить зубы, сморкаться в носовой платок, гладить брюки) в широком смысле выступают ценностями и переводятся обществом на язык предписаний. Ценности – это то, что оправдывает и придает смысл нормам. Жизнь человека – ценность, а ее охрана – норма. Ребенок – социальная ценность, обязанность родителей всячески заботиться о нем – социальная норма. Одни нормы очевидны на уровне здравого смысла, мы исполняем их, не задумываясь. Другие требуют от нас напряжения и серьезного нравственного выбора. Уступать пожилым людям место или здороваться при встрече со знакомыми людьми кажется очевидным. Однако остаться с больной матерью или идти воевать за освобождение родины (перед такой дилеммой был поставлен герой одной из пьес Ж.-П. Сартра) – выбор между двумя фундаментальными нравственными ценностями.

В современном обществе общеобразовательная школа во многом утратила свои социально-воспитательные функции. Воспитание раствори-

лось в широко понимаемом термине *образование*. Целенаправленная воспитательная работа ведется в ограниченных пределах и не во всех образовательных учреждениях. А значение воспитания очень велико. Оно по своей сущности устремлено в будущее, от качества воспитательной деятельности зависит судьба будущего, духовные богатства Беларуси будут пополняться за счет культуры, основой которой будут являться как национальные, так и общечеловеческие ценности. А они закладываются в процессе воспитания. От правильного понимания идеалов, соблюдения общечеловеческих норм и принципов в значительной степени зависят эффективность и качество решения задач во многих сферах нашей жизни. Сегодня, как никогда раньше, необходимо духовно-нравственное, ориентированное на общечеловеческие ценности, воспитание подрастающего поколения.

В. Козловская

ФОРМИРОВАНИЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ УМЕНИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Проблема формирования исследовательских умений, составляющих основу исследовательской деятельности, особенно актуальна для старшеклассников, так как в этом возрасте завершается формирование когнитивных процессов и прежде всего мышления. Именно для старшеклассников характерны развитые формы теоретического мышления, владение методами научного познания, способствующие выработке потребности в интеллектуальной деятельности и проявлению исследовательской инициативы. В связи с этим Концепцией профильного обучения в учреждениях общего среднего образования предусматривается развитие у старшеклассников творческой самостоятельности, *формирование* системы представлений, ценностных ориентации, *исследовательских умений* и навыков, обеспечивающих выпускнику школы возможность жить, трудиться и продолжать профессиональное образование в качестве полноправного члена общества.

В процессе обучения английскому языку все больше внимания привлекает проектная методика. Для проектов учащимся предлагается взятая из реальной жизни проблема. Таким образом, английский язык отрабатывается естественным образом, что очень важно для обучения языку. Как показала практика, проектные задания лучше выполнять после изучения определенной темы. Для данной работы могут быть использованы и такие моменты, как театрализация и драматизация. Нужны такие методические приемы, которые бы обеспечивали необходимое речевое взаимодействие учащихся на английском языке. При проектной работе учащиеся должны показать способ-

ность и готовность комбинировать материал, вести групповое обсуждение, включаться в беседу, поддержать ее, выразить свое отношение к услышанному.

Проектная деятельность – это идеальный вид работы для развития творческих способностей. Учащиеся в процессе подготовки проекта выполняют различные задания, которые связаны между собой, и, выполняя их, достигают определенных результатов. Ведь очень важно увидеть результат своего труда. Это вызывает у детей чувства радости, гордости и удивления. В процессе осуществления проекта дети развиваются многосторонне: стимулируются их интеллектуальные способности, совершенствуются моторно-физические и учебные умения. Учащиеся развиваются как социальные личности.

Е. Козырь

КОМПЕНСИРУЮЩЕЕ ОБУЧЕНИЕ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ

Младшие школьники группы риска – это дети, которые, не имея противопоказаний к обучению по общеобразовательным программам, в традиционных условиях организации учебного процесса испытывают систематические трудности в учении и в принятии социальной роли ученика, оказываются в ситуации обучения и развития, которая оценивается как ситуация риска. По сравнению со сверстниками им присущи и худшие адаптационные возможности. Дети риска, как и все дети, чутко улавливают и оперативно реагируют на всевозможные неблагоприятия в социальной среде их развития, но в отличие от детей возрастной нормы, не имеют достаточных сил этим неблагоприятиям противостоять. Поэтому оказание активной педагогической помощи детям риска в современных условиях развития общеобразовательной школы целенаправленно осуществляется в рамках системы *компенсирующего обучения*.

Компенсирующее обучение – это качественно новый уровень образовательного процесса, который позволяет удовлетворить потребности и интересы конкретного ребенка, учесть его индивидуальные способности, обеспечить полноценное образование, сохранить и укрепить здоровье.

Система работы в ККО направлена на компенсацию недостатков познавательной сферы, в частности, развитие внимания, восполнение пробелов предшествующего обучения, преодоление негативных особенностей эмоционально-личностной сферы, нормализацию и совершенствование учебной деятельности учащихся, повышение их умственной работоспособности.

Компенсирующее обучение ориентировано на индивидуальные особенности ребенка и организуется индивидуально в каждом конкретном

случае. Для каждого ребенка планируется и организуется индивидуальная программа образования и коррекционно-развивающей работы, требующая применение на практике и преломления имеющихся направлений методических подходов.

Компенсация развития младших школьников вспомогательной школы должна осуществляться преимущественно в тех видах деятельности, которые характерны для детей раннего этого возраста. Основным методом обучения должна стать организация постоянной активной предметно-практической деятельности на всех уроках. В предметно-практической деятельности дети могут овладевать знаниями и умениями в такой степени, чтобы были осуществлены принципы сознательности и доступности обучения.

Т. Комарова, Т. Котик, Е. Рябцева

ТЕХНИКА ЭФФЕКТИВНОГО ОБЩЕНИЯ (Я-ВЫСКАЗЫВАНИЯ)

Тем, кто работает с людьми, необходимо наравне с искусством слушания овладеть техникой Я-высказывания, которая незаменима в ситуациях конфликта. Я-высказывание конструктивно изменяет не только собственное отношение к конфликтной ситуации, но и отношение собеседника к ней. Я-высказывание может и не дать мгновенного эффекта, но, став привычкой, многое изменит в поведении, которое будет выглядеть как поведение человека с высокой степенью самоуважения. Я-высказывания – это способ сделать замечание ученику, когда что-то не нравится в его действиях. Оно имеет ряд преимуществ:

- передает сообщения о негативных чувствах в необидной форме;
- не содержит в себе негативной оценки, обвинения ученика;
- позволяет ребенку узнать ощущения и чувства педагога; когда мы искренни, то и дети становятся искренней;
- позволяет снизить напряжение в отношениях, способствует налаживанию взаимопонимания, потому что мы оставляем право за ребенком самому принять решение и учесть наши переживания.

«Когда меня обсуждают за моей спиной, мне это неприятно, и я хотела бы, чтобы обо всем, что касается меня, мне говорили прямо в лицо».

«В данной ситуации ты вел себя некрасиво. Меня обижает такое поведение. Ты умеешь быть другим, поэтому, пожалуйста, в следующий раз будь более сдержан».

Построение Я-высказывания проходит в 5 шагов:

- 1-й шаг. Факты. (Только факты, произошедшие в реальности.)
- 2-й шаг. Чувства. (Выражение чувств, касающихся этого факта.)
- 3-й шаг. Мысли. (Предположения, гипотезы, фантазии, интерпретации, идеи.)
- 4-й шаг. Желания. (Любые желания, возможно, мечты.)

5-й шаг. Намерения. (Высказывание того, что собираешься делать и как, в связи с произошедшим фактом.)

Большинство людей считает, что техникой Я-высказывания необходимо владеть лишь учителям в общении с учениками. Однако это совсем не так. Вот некоторые Я-высказывания, доказавшие свою эффективность совершенно в различных сферах жизни.

1. По отношению к человеку, часто не выполняющему работу к сроку: “Если вам нужно больше времени для выполнения задания, мне хотелось бы знать об этом как можно раньше с тем, чтобы я смог пересмотреть свой график и ресурсы”.

2. Нарушение графика работы: “Когда происходит изменение графика, я становлюсь дезорганизованным: я хотел бы, чтобы мне сообщали о переменах, как только они происходят”.

3. Когда вам приказывают, вместо того чтобы попросить вас: “Когда мне говорят о перемене наших планов, у меня ощущение, будто мое мнение безразлично; мне хотелось бы знать о переменах до того, как решение о них будет принято”.

М. Котова

РАЗВИТИЕ МОТИВАЦИИ УЧЕНИЯ МЛАДШИХ ШКОЛЬНИКОВ В ХОДЕ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Анализ особенностей мотивации учения у школьников разных возрастов обнаружил закономерный ход изменений мотивов учения с возрастом и условия, способствующие этому изменению. Современная возрастная психология, демонстрирующая наличие больших резервов развития в каждом возрасте, утверждает возможность создания нового типа отношения к учению, например, формирования интереса к способам добывания знаний, уже в младшем школьном возрасте.

Особенностью мотивации большинства школьников младших классов является беспрекословное выполнение требований учителя. Некоторые школьники даже не понимают, для чего они совершают то или иное задание. Что сказал учитель, то нужно делать. Даже скучную, бесполезную работу они выполняют тщательно, так как эти задания им кажутся очень важными. Характерной особенностью этого периода является то, что школьники принимают готовые задачи учителя через их переосмысление, и, таким образом, самостоятельно ставят некоторые задачи.

Мотивационную роль играет так же отметки, получаемые школьниками, однако у школьников 1–2 классов эта роль своеобразна. По данным Л.И. Божович, они воспринимают отметку как оценку своих стараний, а не качества проделанной работы. Это свидетельствует о том, что смысл учебной деятельности заключен для школьников не столько

в результате, сколько в самом учебном процессе. Возможно, отсутствие отметок у учеников 1–2 классов в действующей системе образования является положительным аспектом, так как все внимание школьников направленно только на учебную деятельность, а не на получаемую отметку.

Школьники 3–4 классов начинают тяготиться своими обязанностями, их старательность уменьшается. Происходит это потому, что не удовлетворяется познавательная потребность учащихся. Это может быть связано с методикой обучения либо с чрезмерным количеством упражнения. Таким образом, происходит перегрузка памяти, но недостаточно используется интеллект. Диапазон мотивов у учащихся 2–3 классов весьма широк и включает как познавательные, так и социальные мотивы. В первую тройку вошли: «хочу больше знать», «интересно узнавать новое», «хочу получать отличные отметки». Среди последних были: «не хочу, чтобы ругали» и «все учатся».

Позиционные социальные мотивы в этом возрасте представлены желанием ребенка получать похвалу, одобрение учителя. Что касается мотивов сотрудничества и коллективной работы, то они пока присутствуют в самом общем виде. Довольно интенсивно развиваются в этом возрасте мотивы целеполагания. Так, младший школьник учится понимать и принимать цели, которые ставит перед ним учитель, он выполняет все действия по инструкции. В это же время он пытается ставить свои собственные цели и учится соотносить их со своими возможностями.

В. Коцур

ПОРТФОЛИО КАК СИСТЕМА ОЦЕНКИ ЗНАНИЙ УЧАЩИХСЯ

Непрерывное развитие современного общества требует формирования гармоничной, самодостаточной, творческой, способной критически мыслить личности. В связи с этим существующая гуманистическая модель школы напрямую связана с появлением образовательных технологий по развитию творческого мышления, познавательной активности, инициативы, самостоятельности в усвоении знаний учащихся.

Примером такой технологии является технология *портфолио*, технология рейтингового обучения. Существуют различные подходы к определению понятия портфолио: 1) Портфолио – это коллекция работ и результатов учащегося, которая демонстрирует его усилия, прогресс и достижения в различных областях. 2) Портфолио – рабочая файловая папка, содержащая многообразную информацию, которая документирует приобретенный опыт и достижения учащихся.

Традиционный портфолио представляет собой коллекцию работ, целью которой является демонстрация образовательных достижений учащегося. Основной смысл портфолио – “показать все, на что ты способен”. Педагогическая философия портфолио предполагает: смещение акцента с того, что учащийся не знает и не умеет, на то, что он знает и умеет по данной теме, разделу, предмету; интеграцию количественной и качественной оценок; перенос педагогического ударения с оценки на самооценку.

Портфолио помогает решить важные педагогические задачи:

- 1) поддерживать высокую учебную мотивацию школьников;
- 2) поощрять их активность и самостоятельность, расширять возможности обучения и самообучения;
- 3) развивать навыки рефлексивной и оценочной (самооценочной) деятельности учащихся;
- 4) формировать умение учиться – ставить цели, планировать и организовывать собственную учебную деятельность;
- 5) содействовать индивидуализации образования школьников;
- 6) воспитывать такие качества личности, как честность, целеустремленность, уверенность в успехе.

Состав портфолио зависит от конкретных целей обучения. В соответствии с разными задачами использования портфолио строится система его оценивания. Часто завершением работы над портфолио становится процедура его защиты. Это может происходить в определенный день, например, на собрании родителей. Это мероприятие может быть поводом для того, чтобы конкретно поговорить о росте достижений учеников. Также портфолио может использоваться как дополнительное средство оценивания при выставлении балльных оценок, так как может дать более полную картину об учебных достижениях учащихся, чем традиционные формы контроля.

А. Кукреш

ХАРАКТЕРИСТИКА УРОВНЕЙ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ

П.Я. Гальпериным, Н.Ф. Талызиной в контексте деятельностной теории учения выделены три уровня познавательной самостоятельности: *репродуктивный*, *вариативный* и *творческий*. Каждый из них характеризуется определенным объемом самостоятельного выполнения обучающимися задания, задачи, проблемы и т.п. Согласно этой теории, формирование умственных действий и понятий совершается по этапам; усвоение знаний и формирование умений составляют две стороны одного и того же процесса; знания не существуют вне деятельности

и качество их усвоения зависит от вида деятельности в обучении. Авторами обоснованы 4 уровня поэтапного усвоения умственных действий (таблица).

Т а б л и ц а

Соотношение уровней усвоения знаний и умственных действий

Этапы	Уровни усвоения знаний	Тип деятельности	Умственные операции
IV	Творчество	Продуктивный	Широкое обобщение, абстрагирование, систематизация
III	Применение		Сравнение, абстрагирование, частичное обобщение
II	Воспроизведение	Репродуктивный	Анализ, синтез, сопоставление, конкретизация
I	Узнавание		Восприятие

Каждый из уровней отличается определенными признаками.

I уровень – низкий уровень усвоения знаний и способов деятельности, на этом этапе ученики еще не владеют различными способами действий, но, исходя из прежнего опыта, могут узнать (не узнать) объект изучения.

II уровень – сравнительно низкий уровень усвоения знаний и способов деятельности. Однако на этом уровне обучаемые могут применить ранее усвоенные действия по образцу в типовой ситуации.

III уровень отличается довольно высоким усвоением знаний и способов деятельности, направленных на применение уже знакомых действий, но в нетиповой ситуации.

IV уровень характеризуется высокой степенью овладения различными способами деятельности и усвоения знаний. Деятельность осуществляется нестандартными способами и в нестандартных условиях.

Названные четыре уровня в системе самостоятельной работы являются этапами восхождения студентов от репродуктивного типа деятельности к продуктивным действиям, где учебная деятельность студентов становится творчеством. В этом случае можно говорить о высокой степени познавательной самостоятельности студентов.

Деятельностная теория учения может служить основанием для определения методики организации и проведения самостоятельной работы студентов, а уровни усвоения – критериями определения степени познавательной самостоятельности студентов.

ШКОЛЬНАЯ ФОРМА: ЗА И ПРОТИВ

Вопрос о введении школьной формы до сих пор остается открытым. Мир так и не определился. Дискуссии продолжаются. Где-то вводят обязательную школьную форму. Кто-то согласен с этим, кто-то – нет. Основные мнения и подкрепляющие их доводы сводятся к следующему.

За:

- Школьная форма, как и любая форма, дисциплинирует, сплачивает, способствует выработке в учениках ощущения общности, коллективизма, общего дела и наличия общих целей.
- Форма исключает (во всяком случае, ограничивает) возможность конкуренции между учениками (и их родителями) в одежде, устраняет визуальную разницу между учениками из семей различного материального достатка, препятствуя расслоению по принципу богатые/бедные.
- Единый стандарт на форму, если он принимается на государственном уровне, позволяет гарантировать, что одежда школьников будет соответствовать санитарно-гигиеническим требованиям и не отразится отрицательно на их здоровье.
- Если единая форма существует, ее производство можно целевым образом дотировать, поддерживая невысокие цены и снимая с бедных семей часть бремени расходов на обучение детей.

Против:

- Форма – элемент уравнительного воспитания и обучения.
- Форма лишает учеников возможности выразить свою индивидуальность в одежде, является средством деиндивидуализации учеников школы.

Требование ношения формы само по себе есть форма насилия над личностью, требование строгого соблюдения формы может при желании произвольно толковаться школьными работниками и использоваться для безосновательного преследования неугодных учеников.

Форма может быть слишком дорогой для бедных семей.

В Конвенции о правах ребенка сказано, что каждый ребенок имеет право выразить свою индивидуальность, так как это ему угодно. Школьная форма ограничивает свободу самовыражения.

Сейчас в мире не так уж и много стран, где школьная форма обязательна. В некоторых странах вводят единую форму для всех школ, а где-то каждая школа имеет свою собственную форму, подчеркивающую принадлежность учеников к тому или иному учебному заведению.

Самой большой европейской страной, в которой существует школьная форма, является Великобритания. Во многих ее бывших колониях форма не была отменена и после независимости, например в Индии, Ирландии, Австралии, Сингапуре и Южной Африке.

Н. Левковская

ПОРТФОЛИО КАК СРЕДСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ЛИДЕРСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ СТАРШЕКЛАССНИКОВ

В современном мире роль лидера, личности с позицией гражданской ответственности и самостоятельности, терпимости и уважения к людям приобретают особую актуальность. Именно в школе следует заложить основы саморазвития и создать у старшеклассников устойчивую доминанту на самосовершенствование, осознанное и целенаправленное развитие в себе личностных качеств. Ведь в самостоятельной жизни очень важно, чтобы выпускники школы не были пассивными и беспомощными, некомпетентными специалистами и самоуверенными карьеристами.

Помочь школьнику приобрести лидерские способности – это профессиональный долг классного руководителя, который состоит в том, чтобы стимулировать внутреннюю активность ученика, его потребность в самосовершенствовании, развивать здоровое честолюбие и осознанное стремление к успеху.

Как метод воспитательной работы в последнее время стали использовать *портфолио* на учебно-развивающих занятиях. *Портфолио* уже зарекомендовало себя как настольная книга-путеводитель к достижению успеха. Оно служит одновременно и каталогом дел, освоение которых обязательно для лидера, и дневником самонаблюдения.

В настоящее время обнаружено существование двух групп разновидностей портфолио: *портфолио внешних достижений* и *портфолио личностного развития*. *Портфолио развития* – это фиксация шагов на пути реализации выбранных ориентиров личностного роста. Назначением портфолио в этом случае является познание личностных особенностей с целью их усовершенствования в определенном направлении. Портфолио лидера относится к *портфолио личностного развития*. Содержательно данное портфолио может иметь несколько разделов, отражающих основное содержание программы. Занятия посвящаются анализу проблемы лидерства, изучению типов лидерства и личности лидера, а также имеются материалы, посвященные проблемам построения взаимодействия лидера с группами детей и молодежи. Портфолио позволяет классифицировать освоенные технологические средства работы лидера детских и молодежных групп по педагогической общественной тематике.

Ожидаемым результатом ведения портфолио станут три вида личностного опыта старшеклассников: опыт интенсивного личностного развития; опыт анализа, прогнозирования, рефлексии собственной деятельности; опыт организационной работы и деловой коммуникации.

Главным образовательным эффектом от ведения портфолио будет выработка индивидуальной позиции лидера при сохранении ориентации на выработанные совместно требования к профессионалу в области педагогической деятельности и общественного управления.

Ю. Майорова

ФОРМИРОВАНИЕ ОСНОВ КУЛЬТУРЫ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ СОВРЕМЕННЫХ ШКОЛЬНИКОВ

В 1968 году Всемирная Организация Здравоохранения (ВОЗ) заявила: «Здоровье – свойство человека выполнять свои биосоциальные функции в изменяющейся среде, с перегрузками и без потерь, при условии отсутствия болезней и дефектов».

Данные, приводимые ВОЗ, свидетельствуют о том, что здоровье человека лишь на 10 % зависит от медицины, на 20 % – от наследственности, на 20 % – от воздействия внешней среды, а на 50 % – от образа жизни самого человека.

Здоровый образ жизни способствует профилактике здоровья посредством формирования потребности в его соблюдении, воспитанию у школьников определенной системы ценностных ориентаций. Здоровый образ личности – типичная совокупность форм и способов культурной и повседневной жизнедеятельности, объединяющей нормы, ценности, способствующие выполнению учебно-трудовых, социальных, бытовых функций.

Выбор младшего подросткового возраста для исследования объясняется тем, что этот период является важным этапом в становлении личности. Младшие подростки еще не утратили эмоциональность, свойственную дошкольникам и младшим школьникам, но уже приобрели способность к абстрактному мышлению, присущую старшим подросткам и юношам. Поэтому этот возраст наиболее благоприятен для воспитания ответственного отношения к здоровью как общественной ценности.

По современным представлениям в понятие здорового образа жизни входит отказ от вредных пристрастий (курение, употребление алкогольных напитков и наркотических веществ).

Данные официальной статистики и результаты научных исследований свидетельствуют о том, что в последние годы для подростков стала характерна не только широкая распространенность вредных привычек, но и более раннее приобщение к ним. (Курят – 43 %, распивают изредка спиртные напитки – 38 %, изредка употребляют наркотические вещества – 2 %.)

Представленные данные свидетельствуют о крайне низкой эффективности проводимой в настоящее время профилактической работы. За последние годы остро назрела необходимость пересмотра принципов, методов и организационных подходов.

Для формирования у подростков культуры здорового образа жизни нужны специальные формы обучения, которые позволили бы построить преподавание науки здоровья на совершенно иных принципах активного участия школьника в создании собственного здоровья. Поэтому нами применяются следующие методы и формы работы: анкетирование, лекция, пресс-конференция, классный час, ток-шоу, проект, семинар, презентация, принцип «Равный обучает Равного».

А. Мартынюк

ПРЕОДОЛЕНИЕ АГРЕССИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ ПОДРОСТКОВ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ

Обычно говорят об агрессивности подростков. Но ничто не появляется на пустом месте. Уже в возрасте 2–3 лет возможны проявления настоящей агрессии, с угрожающими действиями, жестами, звуками, причинами которых чаще всего являются конфликты с родителями. А после 8 лет на ребенка начинают оказывать влияние передачи телевидения, кино, детективы, наполненные различными проявлениями агрессии. За все школьные годы дети проводят у телевизора почти 15 тыс. часов. За это время они видят в среднем около 13 тыс. случаев насильственной смерти. Еще в исследованиях 1970-х годов было установлено, что дети, видевшие по телевизору множество актов насилия, более склонны к агрессивным действиям, чем дети, не видевшие их.

Исследования показали, что, с одной стороны, когда взрослые заранее не делают свое отношение к агрессии ясным, но после совершения проступка ребенка строго наказывают, то это приводит постепенно к закреплению в личности агрессивности; с другой – снисходительность в поведении взрослых приводит к тому, что у детей не возникает желание усваивать социально-приемлемые нормы поведения, не формируется самоконтроль. Наиболее адекватное поведение взрослых здесь – это осуждение агрессии ребенка, но без строгих наказаний в случае проступка.

Тактика психотерапевтических воздействий учителя должна строиться в зависимости от предполагаемой природы агрессивного поведения ребенка. В одном случае следует игнорировать агрессивную тенденцию и не фиксировать на ней внимание, а в другом – включить агрессивное действие в контекст игры, придав ему новый, социально приемлемый смысл; в третьем – не принять агрессию и установить запрет на подобные действия; в четвертом – активно подключаться в игровой ситуации к разворачиванию или «растягиванию» агрессивных действий, в основе которых лежит страх, и добиваться эмоционально положительного разрешения проблемы. Уменьшить уровень открытой агрессии можно также, создав условия для эмоциональной разрядки.

Говоря о коррекции агрессивного поведения, можно выделить специфические и неспецифические способы взаимодействия с ребенком. К неспецифическим, т.е. подходящим ко всем детям, способам взаимодействия относятся известные всем «золотые правила» педагогики: не фиксировать внимание на нежелательном поведении ребенка и не впадать самим в агрессивное состояние. Выражение удивления, недоумения, огорчения учителей по поводу неадекватного поведения детей формирует у них сдерживающие начала; реагировать и откликаться на любые позитивные сдвиги в поведении ребенка, какими бы незначительными они не были. Ребенок в каждый момент должен чувствовать, что его принимают и ценят.

К специфическим методам коррекции можно отнести: релаксационный тренинг, который педагог может вводить в урок или использовать в специальных коррекционных занятиях; опыт использования различных «путешествий» в воображении на уроках говорит об уменьшении гиперактивности, внутренней напряженности как предпосылок агрессивных актов. Можно использовать кратковременные формы расслабления.

Е. Маценко

РЕАЛИЗАЦИЯ ТЕХНОЛОГИИ ПРОБЛЕМНОГО ОБУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНАМИ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Технология проблемного обучения – такая технология, в которой процесс познания учащихся приближается к поисковой, исследовательской деятельности. Основная задача педагога – не столько передать информацию, сколько приобщить слушателей к объективным противоречиям развития научного знания и способам их разрешения. Функция учащихся – не просто переработать информацию, а активно включиться в открытие не известного для себя знания.

Проблемное обучение основано на создании особого вида мотивации – проблемной, поэтому требует адекватного конструирования дидактического содержания материала, который должен быть представлен как цепь проблемных ситуаций. Проблемные ситуации могут быть различными по характеру неизвестного, интересности содержания, по уровню проблемности, виду рассогласования информации, другим методическим особенностям.

Цель проблемного типа обучения – не только усвоение результатов научного познания, системы знаний, но и самого пути процесса получения этих результатов, формирования познавательной самостоятельности ученика и развития его творческих способностей.

В результате у учащихся вырабатываются навыки умственных операций и действий, навыки переноса знаний, развивается внимание, воля, творческое воображение. При проблемном обучении учитель остается

руководителем учебного процесса, но выходит из роли человека сообщаящего знания в традиционной школе и становится тем, кто будит, развивает, наблюдает мыслительные операции учащихся, исправляет ошибки, разъясняет сомнения.

Проблемное обучение в целом способствует эффективному развитию интеллектуальной сферы учащихся, адаптивных качеств личности, необходимых для самоопределения в обществе и сознательного выбора путей реализации перспектив своего развития. Проблемное обучение ИЯ можно определить как деятельность учителя по созданию и использованию на различных стадиях обучения иноязычных заданий, направленных на активизацию мыслительной и речемышлительной деятельности учащихся в процессе овладения социокультурными знаниями и умениями, речевыми навыками и коммуникативно-речевыми умениями. Тогда проблемное учение – применительно к ИЯ – можно определить как иноязычную деятельность учащихся по овладению речевыми навыками и коммуникативно-речевыми умениями в комплексе с навыками и умениями творческой индивидуальной и коллективной деятельности посредством систематического решения познавательно-поисковых, коммуникативно-познавательных, коммуникативно-речевых задач при порождении устного и письменного текста.

О. Науменко

ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ЗДОРОВЬЕ МЛАДШЕГО ШКОЛЬНИКА КАК ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМА

Сегодня в условиях нарастающей стрессовой обстановки в обществе особую значимость приобретает сохранение *психологического здоровья*. Оно охраняет личность от личностных расстройств, создает основу внутренней гармонии, полноценного психического здоровья, высокой работоспособности и жизнеспособности, тем самым обуславливая развитие личности в целом. Так как основы для развития личности закладываются именно в детстве и многие ее качества в этот период только формируются, а влияние стрессовых факторов на детей во много раз сильнее, становится очевидной необходимость серьезного рассмотрения проблемы сохранения психологического здоровья именно детей.

Перспективным является подход к проблеме психологического здоровья с точки зрения полноты, богатства развития личности, который разработан в гуманистической психологии. Так, в своих работах А. Маслоу писал, главным образом, о двух составляющих психологического здоровья. Это, во-первых, стремление людей развивать весь свой потенциал через самоактуализацию. И, во-вторых, стремление к гуманистическим ценностям.

Маслоу считал, что самоактуализирующейся личности присущи такие качества, как принятие других, автономия, спонтанность, чувствительность к прекрасному, чувство юмора, альтруизм, желание улучшить человечество, склонность к творчеству.

И.В. Дубровина, в свою очередь, указывает на то, что термин *психологическое здоровье* относится к личности в целом, находится в тесной связи с высшими проявлениями человеческого духа, делает личность самодостаточной. Она подчеркивает, что психологический аспект психического здоровья предполагает внимание к внутреннему миру ребенка: к его уверенности и неуверенности в себе, в своих силах; к пониманию им своих собственных способностей, интересов; к его отношению к людям, окружающему миру, происходящим общественным событиям; к жизни как таковой.

В качестве основных характеристик психологического здоровья в научной литературе выделяют кроме того чувство безопасности, ощущение себя на своем месте, освобождение от негативных чувств и иллюзий, радость, получаемую от служения людям, свободу как возможность быть собой, переживание радости и самоценности жизни. Неотъемлемыми атрибутами психологического здоровья являются также способность определить для себя жизненную задачу, стремление к саморазвитию, развитие этической системы личности, духовности, ориентацию на абсолютные ценности: Истину, Красоту, Добро. Психологическое здоровье предполагает и то, что человек становится субъектом своей жизнедеятельности, что он может осуществлять выбор и нести за него ответственность.

Одно из условий обеспечения психологического здоровья – создание в школе благоприятного для развития детей психологического климата, который определяется прежде всего продуктивным общением, взаимодействием ребенка и окружающих его людей (учителей, сверстников). Еще одним условием является соблюдение биологической природы школьников, их психологических особенностей, их потребностей. Речь идет о соответствии методик и технологий обучения возрастным и функциональным возможностям школьников, о соразмерных с его потребностями требованиях учебной программы, разумной интенсификации учебного процесса, его индивидуализации и дифференциации.

Н. Никонюк-Оренбургская

СЕМЬЯ В ЗЕРКАЛЕ СОВРЕМЕННОСТИ

Проблема правильного воспитания детей является одной из наиболее актуальных в настоящее время. Возможно, кто-то знает ответ на этот вопрос, кто-то нет, но каждый родитель пытается ответить на него. Как же нужно воспитывать ребенка?

Упрощенный взгляд на воспитание детей заключается в том, что по-настоящему важны лишь действия родителей, а все остальное несущественно. Семья включена в качестве составного элемента в определенные социальные институты, например, семья связана с соседями и религиозными институтами, и они порой упрощают воспитание детей, а иногда и усложняют его. Исследования согласованно выявляют два главных измерения родительского поведения. Рассмотрим душевную теплоту и отзывчивость. На одном конце спектра находятся родители, открыто проявляющие тепло и любовь к детям. На другом – родители, сравнительно безучастно и иногда даже враждебно относящиеся к детям. Эти родители больше внимания уделяют собственным интересам, чем потребностям детей. Второе измерение родительского поведения – контроль, осуществляемый над детьми. На одном конце спектра – контролирующие, требующие родители. На другом – родители, мало требующие от детей. Их дети делают все, что угодно, и не боятся родительских упреков. Нежелательно впадать ни в ту, ни в другую крайность. Слишком строгий контроль мешает детям соблюдать собственные нормы жизни, а эти внутренние нормы – конечная цель социализации. Недостаток контроля также вреден, так как дети не усваивают культурных норм поведения.

Наиболее известны четыре стиля воспитания детей: *авторитарный, авторитетный, снисходительно-разрешающий, безучастно-индифферентный*. Авторитарный стиль сочетает высокий уровень контроля с низким уровнем душевной теплоты и участия. Авторитетный стиль характеризуется достаточным уровнем контроля с душевной теплотой и отзывчивостью к детям. Снисходительно-разрешающий обеспечивает душевную и должную заботу о детях, но при практическом отсутствии родительского контроля. Безучастно-индифферентный не обеспечивает ни сердечного тепла, ни контроля. Стиль родительского воспитания влияет на развитие детей. Дети авторитарных родителей обычно получают более низкие отметки в школу, имеют более низкую самооценку. Дети авторитетных родителей получают высокие отметки, являются ответственными и уверенными в себе. Дети снисходительно-разрешающих родителей и безучастно-индифферентных хуже учатся в школе и являются весьма импульсивными. Конечно, воспитание ребенка не обходится без наказания. Исследования показывают, что наказание лучше всего срабатывает, когда оно сопровождается объяснением, почему ребенка наказали, когда оно применяется сразу после плохого поведения; плохое поведение всегда приводит к наказанию. В то же время у наказания есть свои недостатки. Наказание носит сдерживающий характер: то поведение, за которое ребенка наказывают, прекращается на время, пока ребенок не заместит новым поведением то, за которое он был наказан.

Мы сами выбираем стиль поведения и воспитания собственного ребенка, решаем наказывать или не наказывать. Нужно помнить, что перед каждым отцом и матерью стоит единая цель: быть хорошим родителем. И каждый сам выбирает дорогу к данной цели.

Е. Носкович

ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОЦЕССА САМОПОЗНАНИЯ ПОДРОСТКОВ

Самопознание – вид духовной практики, стимулирующий формирование готовности найти в жизни свою колею, стремления как можно полнее реализовать себя. Осознание личностью огромных потенциальных возможностей своей человеческой природы поднимает на новый уровень потребность в совершенствовании собственных духовных сил, актуализирует чувство собственности за свое развитие, формирует ценностные установки на творческий образ жизни.

С а м о п о з н а н и е – условие достижения внутренней согласованности личности, формирования более правдивого, реалистичное и одновременно более целостного конструктивного восприятия себя и других. Всестороннее раскрытие своего «я», своих возможностей и пределов, сильных и слабых сторон позволяет человеку знать, что в его власти усилить в себе, что подавить. Такая самокоррекция есть не что иное, как процесс соблюдения внутренней гармонии. Формирование у личности многомерного и гармоничного восприятия своего «я» обуславливает возникновение гуманистического видения мира.

Функция самопознания – не просто дать человеку достоверные сведения о себе, а помочь ему выработать адекватное самовосприятие, самопринятие, доверие к себе и к своим силам, веру в самого себя, которые являются необходимым условием самоактуализации личности.

Педагогическое сопровождение – особый педагогический процесс помощи ученику в развитии субъекта собственной жизнедеятельности.

П е д а г о г и ч е с к о е с о п р о в о ж д е н и е относится к культуре воспитания, которая растет на внутренней свободе, творчестве, гуманизме взаимоотношений взрослого и ребенка. Свою главную профессиональную задачу учитель должен видеть в раскрытии творческого и духовного потенциала ученика, в стимулировании его самопознания и саморазвития.

К педагогическим условиям, которые помогают ребенку познавать самого себя, относятся: нравственная среда, творческой образ жизнедеятельности классного коллектива, этика педагогического оценивания, организация тренингов, формирующих навыки взаимо- и самооценочной деятельности.

О. Орловская

РАЗВИТИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ ПОДРОСТКОВ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Самостоятельность является интегральным свойством личности, проявляющимся во всех видах человеческой деятельности. У подростков ее можно рассматривать как одно из важнейших качеств личности. Подростки с высоким уровнем самостоятельности трудолюбивы, дисциплинированы, прилежны, учатся с охотой и в полную силу, с интересом участвуют в семейных и общественных делах. У них развита самостоятельность мышления, они могут поставить цель и настойчиво ее добиваться, стремятся при этом обходиться без посторонней помощи. Однако статистика показывает, что только каждый пятый подросток обладает подобным уровнем самостоятельности. У большинства это качество проявляется ситуативно, либо развиты отдельные его элементы.

Можно отметить два важных условия развития самостоятельности: стимулирование познавательной активности школьника и правильная организация его самостоятельной работы. У подростков уже присутствует желание самоутвердиться, формируется избирательный познавательный интерес. Поэтому задача учителя сводится к предоставлению ученикам возможности самовыражения, активизации познавательной активности и творческой деятельности. Такие возможности дает самостоятельная работа, которая активизирует мыслительную деятельность учащихся. Для ее успешного осуществления необходимо осознание цели выполняемой деятельности, требуется знание самой процедуры выполнения задания, нужно умение пользоваться соответствующими средствами обучения, а также видеть опоры в материале заданий, облегчающих преодоление трудностей в ходе самостоятельной работы.

Очевидно, что в условиях обучения иностранному языку следует увеличить удельный вес творческой самостоятельной работы, под которой понимается работа над проблемно-познавательными заданиями, решение системы творческих задач – все то, что способно пробудить воображение, фантазию, воспитать критичность ума и широту кругозора. Но самостоятельная работа протекает тем успешнее, чем более добровольный характер она имеет. Поэтому учитель должен создавать лишь основания для зарождения у обучаемых потребности в ней.

Учебный предмет «Иностранный язык» открывает большие возможности для формирования и развития самостоятельности подростков. Для того чтобы правильно осуществлять этот процесс, необходимо учитывать особенности предмета, развивать положительное отношение к нему у школьников, эффективно организовывать различные виды и формы деятельности, в том числе и самостоятельную работу, обращая при этом внимание на психофизиологическую природу школьника.

А. Осочук

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ШКОЛЕ: СОСТОЯНИЕ, ПРОБЛЕМЫ

Компьютерные технологии – это способы поиска, обработки и организации учебной информации с применением компьютерной техники. Их использование является составной частью процесса внедрения ЭВМ в различные сферы жизни общества, в том числе и в образование. В то же время использование компьютерных технологий в среднем образовании весьма специфично и имеет свои преимущества и недостатки. С целью выявления частоты, возможностей и ограничений применения наиболее распространенных компьютерных технологий (мультимедийных презентаций, обучающих игр, Интернета) в образовательном процессе нами было проведено анкетирование педагогов и учащихся средних учебных заведений Минска и Пинска. Всего в анкетировании приняли участие 25 педагогов и 60 учащихся в возрасте 15–16 лет.

Результаты опроса показали, что наиболее часто используемой компьютерной технологией являются мультимедийные презентации. 48 % педагогов используют их «часто» либо «иногда», причем среди преподавателей колледжа этот показатель составил 65 %, а в средней школе всего 21 %.

В то же время педагоги заинтересованы в использовании ЭВМ в обучении. 92 % респондентов считают, что компьютеризация «целесообразна» либо «необходима». Педагоги указывают на такие положительные черты применения мультимедийных презентаций, как возможность обеспечить большую наглядность обучения (100 %), внести разнообразие в учебный процесс (92 %), быстро дополнить информацией материал учебника (64 %). При использовании обучающих игр к преимуществам педагоги отнесли повышение интереса к школьному предмету (92 %) и возможность быстрого усвоения материала учащимися (72 %). При использовании ресурсов сети Интернет педагоги акцентировали развитие навыков самостоятельной работы (68 %) и обеспечение доступа к большим объемам информации (64 %).

Педагоги видят, в основном, положительные стороны компьютеризации. Недостатки отмечены в применении компьютерных игр, которые может спровоцировать проблемы в развитии речи учащихся (42 %), ограничить межличностное общение субъектов образовательного процесса (20 %) и снизить его воспитательное воздействие (16 %). 26 % школьников указали, что мультимедийная презентация может отвлечь от сути изучаемого материала, а применение компьютерных игр в обучении может сделать урок несерьезным (12 %). Поэтому обучение педагогов и учащихся основам

компьютерной грамотности должно включать не только технические аспекты работы с различными компьютерными приложениями, но и психолого-педагогические особенности использования ЭВМ в процессе обучения.

Е. Притуленко

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ АДАПТАЦИИ НАЧИНАЮЩЕГО УЧИТЕЛЯ К ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В условиях модификации образовательного процесса и существенных изменений в педагогической теории и практике появляется необходимость в педагоге, способном быстро адаптироваться к окружающей действительности. Особого внимания заслуживает педагогическая деятельность молодых учителей, которые испытывают значительные трудности в организации своей *профессиональной деятельности* на начальном ее этапе.

Профессиональная адаптация – это приспособление личности к профессии, которое начинается в процессе профориентации, продолжается в ходе профессионального обучения и непосредственной *профессиональной деятельности*.

Основными признаками адаптации начинающего учителя являются переживание социального стресса, тревожность, фрустрация потребности достижения успеха, снижение самооффективности, неопытность. Появление данных признаков важно предвидеть у будущего педагога на этапе вузовской подготовки и целенаправленно развивать у него способности к самодиагностике, самоконтролю, прогнозированию педагогического процесса, индивидуализации своего труда. Эти способности являются компонентами компетентности как личностного качества специалиста, выработанного на основе минимального опыта его социально-профессиональной деятельности и ассоциируемого с продуктивным действием в нестандартных ситуациях. Тем самым компетентность обеспечивает успешный переход специалиста от одного уровня профессионализма к другому. Поэтому мы рассматриваем компетентностный подход как одно из условий успешной адаптации начинающего педагога к профессиональной деятельности в процессе его профессионального обучения.

В то же время эффективное прохождение этапа адаптации требует от педагога профессионального самопознания и саморазвития, результат которых зависит от условий, созданных для молодого специалиста на рабочем месте. Особый интерес представляет организация методической работы в школе как важнейшее педагогическое условие успешной адаптации начинающего учителя.

Процесс адаптации педагога не всегда завершается в первые годы трудовой деятельности. Пройдя этап вузовской подготовки и начальный этап работы в школе, молодой учитель не должен останавливаться в своем

развитии и совершенствовании. Процесс адаптации педагога должен продолжаться непрерывно, переходя на более высокий уровень, при котором основополагающими становятся умения самоанализа и коррекции собственной деятельности, личностное саморазвитие. Таким образом, выбор педагогом стратегии своего профессионального развития можно рассматривать как важнейшее условие его адаптации к профессиональной деятельности.

Л. Пчеловодов

КУЛЬТУРА МИРА В НАСЛЕДИИ БЕЛОРУССКИХ ПРОСВЕТИТЕЛЕЙ

Развитие духовной культуры во многом обязано народной педагогике – бесценному наследию культуры белорусского народа. Народная педагогика опиралась на твердую почву – многовековой опыт воспитания детей, отражающий жизненные нравственные принципы и идеалы белорусского народа.

С появлением письменности народная педагогика стала неисчерпаемым источником и для официальной педагогике. В работах Кирилла Туровского, Ефросинии Полоцкой содержится немало жизненного опыта, идей, принципов, обобщающих мысли мудрых наставников юношества. Огромное влияние на развитие белорусской культуры, педагогике оказал прогрессивный и смелый гуманист своего времени Франциск Скорина.

Влияние передовых педагогических идей чувствуется и в произведениях Яна Лициния Намысловского, Симона Будного. В их сочинениях ученик рассматривается как индивидуальная мыслящая личность, чувства и разум которой учитель должен развивать и учитывать, а достоинство личности – уважать.

Писатель и педагог, учитель полоцкой братской школы Симеон Полоцкий является и автором множества нравственно – дидактических поэм.

Выдающийся мыслитель, представитель социализма в Беларуси, Иосиф Еленский начал задумываться о социальной несправедливости в обществе.

Просветитель и ученый Ян Снадецкий утверждал, что в ребенке необходимо воспитывать духовные ценности и нравственные качества.

Якуб Колас как талантливый педагог оставил заметный след в развитии педагогической науки.

Страстным борцом за мир, разум и счастье, художником, педагогом в самом широком смысле слова был Змитрок Бядуля.

Смысл и значение *культуры мира*, являющейся сочетанием ценностных установок, мировоззрения, традиций, типов поведения и образов жизни и развивающейся в каждой стране в зависимости от конкретных условий – исторических и социально-культурных, очень созвучны идеям белорусских просветителей. Формирование культуры мира невозможно без

обращения к истокам народной педагогики. Споров и сомнений оно не вызывает. Другое дело – методика обращения к истокам педагогической мысли. Но это уже отдельная и не менее интересная тема. Главный, понятный всем сегодня принцип: не зная своей истории, не построим и будущего, именно поэтому сегодня педагоги не должны забывать опыт, знания предыдущих мыслителей и поколений, чтобы не возвращаться к ошибкам прошлого двигаться вперед, ведь педагогика, как и любая наука, не терпит застоя.

А. Рахлеева

ШКОЛЬНАЯ ФОРМА В США

Все больше американских школьников носят школьную форму. Ранее школьная форма была атрибутом частных и религиозных учебных заведений, ныне ее вводят и обычные школы. По данным Национальной ассоциации директоров начальных школ США примерно в 25 % начальных школ США ныне введена школьная форма. Ношение школьной формы обязательно во всех школах Филадельфии. В Нью-Йорке примерно половина школ придерживается подобной политики.

В большинстве школ США решение о введении школьной формы принимается совместно с родителями. Учителя и родители устанавливают правила ношения формы: в некоторых школах она обязательна для всех во все дни недели. В некоторых вводятся свободные от ношения формы дни. Некоторые школы делают ношение формы добровольным делом. Ныне наиболее популярна среди американских школьников одежда, выдержанная в темно-голубых, светло-серых и светло-зеленых тонах.

У школьной формы есть и достоинства, и недостатки, которые крайне сложно разделить. В частности, дети предпочитают носить обычную, а не форменную одежду. Это придает им чувство уверенности и комфорта. С другой стороны, они тратят слишком много времени утром для того, чтобы подобрать подходящий наряд. С одной стороны, школьная форма нивелирует личность, и дети выглядят одинаково. С другой – школьная форма позволяет сформировать “корпоративный дух” среди учащихся, и дети относятся друг к другу как к равным. Особенно это ценно для американских школ, где вместе учатся представители десятков стран и народов.

Школьная форма позитивно влияет на ситуацию в области безопасности. Для США довольно часты случаи, когда школьники, одетые в мешковатые одежды, проносят в класс огнестрельное оружие. Строгая школьная форма с облегающим силуэтом не дает возможности незаметно спрятать пистолет. Ношение формы уменьшает вероятность формирования подростковых банд. Кроме того, школьная форма облегчает работу охранников, которым легче отсеивать посторонних, пытающихся попасть в здание школы.

Опрос школьных учителей, проведенный в 1998 году показал, что введение школьной формы в 60% случаев позволяло улучшить дисциплину в классе и повысить уровень внимания у учеников. Школы, в которых введена форма, выглядят более солидно. Родители учеников, носящих форму, склонны считать, что их дети получают лучшее образование и обретают лучший вкус.

О. Родевич

ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПЕДАГОГА С ДЕТЬМИ В ГУМАНИСТИЧЕСКОМ ВОСПИТАНИИ

Особенностью взаимодействия педагога с детьми является личностно-ориентированный подход. Личностно ориентированный подход подразумевает ориентацию на обучение; воспитание и развитие всех учащихся с учетом их индивидуальных особенностей: возрастных, физических, образовательных потребностей; ориентацию на разный уровень сложности программного материала, доступного ученику; распределение учащихся по однородным группам – способностям, профессиональной направленности; отношение к каждому ребенку как к уникальной индивидуальности.

В современном мире мы можем наблюдать появление особенных детей нового сознания. Выделяют некоторые общие отличительные черты характера таких детей: преданность правде жизни; восприятие безграничности реального мира; требование уважения, независимости, любви; отсутствие понятий вины и расплаты; непризнание наказания; независимость поведения; восприятие игры, учебы, межличностных отношений и работы как единого жизненного опыта.

Многие ученые отмечают, что такие дети разговаривают с «невидимыми» друзьями, поэтому их обычно относят к категории детей со слишком живой фантазией или вообще к психически «не совсем нормальным». Дети одухотворяют предметы, чувствуют жизнь в каждой вещи. Прежде всего ценят в вещах «душу», а не материальную часть.

Следовательно, особенности взаимодействия с такими детьми строятся на основе педагогики ненасилия. Идеи педагогики ненасилия рассматривались Л.Н. Толстым и В.А. Сухомлинским. Идеи Толстого: «всякий человек знает, что всякое насилие – Зло; только тогда человек понимает свою жизнь и свою душу, когда он в каждом видит себя и свою душу; поступай так, чтобы ты мог сказать каждому: поступай так же, как я». Идеи Сухомлинского: «воспитание – это прежде всего человековедение. Воспитание – это постоянное духовное общение воспитателей и учеников. Воспитание – это воспитание человека в человеке. Гуманистическое начало в воспитании: опора на положительное в ребенке, поощрение самостоятельности и творчества, отсутствие жесткого регламента познания».

Существует три группы ненасильственных технологий: 1) отношение педагога к собственной личности и другим людям; 2) взаимодействие педагогов и учащихся; 3) формирование у детей способностей к ненасильственному взаимодействию.

Таким образом, педагог в образовательном процессе должен Пользоваться ненасильственными методами воспитания: поддерживать у ребенка веру в свои силы; укреплять самоуважение; создавать условия для самореализации; стимулировать совершение нравственных поступков; внимательно выслушивать ребенка, показывать ребенку, что с его мнением считаются; не допускать действий и слов, оскорбительных для чувства собственного достоинства ребенка, не срывать злость на ребенке.

О. Рудько

ТВОРЧЕСКАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ КАК ПОНЯТИЕ И ПОДХОДЫ К ЕЕ РАЗВИТИЮ

По мере демократизации общества творческая самостоятельность личности все в большей степени становится потребностью, связанной с постоянной необходимостью его общей и специальной образованности. Переход к рынку, конкурентноспособность производства в рыночных условиях, новые требования к трудоустройству во многом зависят от способности и готовности человека решать разноплановые сложные задачи. Это требует от человека целенаправленных усилий по преодолению сложившихся стереотипов, повышению профессиональной компетентности, по развитию интеллекта, потребности в самообразовании, совершенствовании профессиональных и личностных качеств.

Мы определяем *творческую самостоятельность* как динамическое интегративное свойство личности, формирующееся в процессе творческой деятельности и определяющее способность личности к самореализации. Творческая самостоятельность школьника базируется на его стремлении к нахождению новых путей решения поставленной учебной задачи, поиск средств преодоления затруднений, потребность вносить элементы новизны в способы выполнения задания.

Развитие творческой самостоятельности личности опосредовано обучением, а учебная деятельность выступает ведущим видом деятельности, поэтому учебная деятельность является главным условием и средством развития творческой самостоятельности школьников. Личностными результатами в развитии творческой самостоятельности для школьников являются: способность к осуществлению творческой деятельности, актуализация потребности в саморазвитии, индивидуальный стиль деятельности и самовыражения, самоорганизации, разнообразие творческих проявлений.

Регулярное использование на уроках и в домашней учебной работе системы специальных задач и заданий, направленных на развитие

познавательных возможностей и способностей, расширяет творческие способности школьников, способствует личностному развитию, повышает качество творческой подготовленности, позволяет детям более уверенно ориентироваться в простейших закономерностях окружающей их действительности и активнее использовать творчество в повседневной жизни.

Домашние задания творческого и проблемно-поискового характера предполагают высокий уровень творческой самостоятельности учащихся. В процессе выполнения таких работ ученики открывают для себя новые стороны изучаемого материала и наиболее полно раскрывают свои способности; происходит не “разучивание” учебного материала, а его творческое применение.

О. Салаш

ШКОЛЬНАЯ ФОРМА В АВСТРАЛИИ

Вопрос введения школьной формы является спорным. Мне хотелось бы на примере Австралии показать, как в других странах решается этот вопрос.

Австралия является бывшей английской колонией, поэтому как и в Великобритании, школьники носят школьную форму практически во всех школах. Школьникам нравится ее носить, они гордятся своей школьной формой.

В муниципальных школах форма приближена к классическому стилю одежды. Обычный набор школьной амуниции состоит из платья (однотонного или в клеточку) для девочек и брюк с рубашкой для мальчиков, свитера, пиджака и шляпы с большими полями. Данная шляпа не промокает и отлично служит вместо зонтика в дождливую погоду. К школьной форме также прилагается большой рюкзак для того, чтобы носить с собой обед и спортивную форму. Спортивные костюмы, бейсболки, шорты, джемпера, юбки, блузки, гольфы, галстуки, плащи, рюкзаки и зонтики – все эти предметы одежды и обихода снабжены логотипом школы как опознавательным знаком. Если школьник в учебное время появляется где-то вне школы, полицейский обязательно поинтересуется, есть ли у него освобождение от занятий, свяжется с администрацией и родителями и в случае необходимости препроводит ребенка в школу. Школьная форма не только помогает определить, где учится ребенок. Являясь общей для всех, она не дает детям раньше времени почувствовать разницу в социальном положении родителей. Кроме того, школьники не особенно отвлекаются на посторонние эмоции во время учебы. А еще школьная форма помогает тому, чтобы дети подольше оставались детьми.

У каждой престижной частной школы есть своя форма и свой логотип, и ученики обязаны приходить на занятия с галстуком, отличающим эту школу. Например, в одной из школ для девочек Камбала в Сиднее у учениц обязательная строгая форма. До 7 лет это шорты или юбка в серую клетку,

белая блузка, синий джемпер. Школьницам постарше к этому комплексу полагается серый жакет с желтой отделкой, галстук в желто-серую полоску и соломенная шляпка. В Скотс-колледже для мальчиков в Сиднее ученики носят форму серого, черного и желтого цвета. Эта традиция была заложена в колледже в XIX веке и сохраняется до сих пор.

Таким образом, Австралия является страной консерваторов, где школьная форма является обязательной для ношения, тем не менее она не вызывает нареканий у школьников и пользуется популярностью.

А. Серафимович

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ИДЕИ И ВЗГЛЯДЫ К.Д. УШИНСКОГО

К.Д. Ушинский является основоположником русской педагогической науки, действительно народный педагог. Разрабатывая педагогику как науку, он особое внимание уделил проблеме учителя и системе его подготовки. Показал, что разработка вопросов семейного и школьного воспитания способствует соединению педагогической теории с практикой, превращению педагогики в основу воспитательного искусства, основанного не только на абстрактных теоретических схемах, но и на особенностях исторически сложившегося опыта народного воспитания.

Главную цель воспитания видел в духовном развитии человека, а достигнуть ее невозможно без опоры на культурно-исторические традиции народа, на особенности его национального характера. Основой воспитания, по мнению К.Д. Ушинского, является воспитание семейное: 3 основных принципа воспитания – народность, христианская вера и наука. Большое значение в нравственном воспитании К.Д. Ушинский придавал выработке у ребенка любви к труду. Утверждал, что искусство воспитания опирается на данные антропологических наук. Предложил создавать в каждом университете педагогический факультет, где изучался бы человек во всех проявлениях его природы и эти знания прилагались бы к искусству воспитания. Считал необходимым строить обучение на основе учета возрастных, индивидуальных и физиологических особенностей детей, специфики развития их психики. Придавал большое значение соблюдению принципа наглядности, указывал, что важнейшим источником получения знаний для детей является опыт, приобретаемый с помощью внешних чувств. В связи с этим важнейшим, по его мнению, является использование в обучении игры.

Не отделяя обучение от воспитания, К.Д. Ушинский отдавал приоритет воспитанию, в основу которого должен быть положен принцип народности, исходя из этого принципа К.Д. Ушинский считал патриотическое чувство самым высоким, наиболее сильным нравственным чувством в человеке. Из всех мер наказаний наиболее приемлемым, по мнению К.Д. Ушинского, являются предупреждение, замечание, низкая оценка. С позиции нравствен-

ного воспитания рассматривал и проблему поощрения, стимулирования активности в обучении соревнованием. Он полагал, что воспитатель должен хвалить ребенка, сравнивая его успехи с другими, не только отмечая его собственное продвижение. К.Д. Ушинский особо выделял два фактора воспитательного воздействия на ребенка – семья и личность учителя. Учитель – прежде всего воспитатель.

К.Д. Ушинский охватил своим творчеством практически все основные аспекты педагогической теории, разработал лучшую для того времени методику начального обучения, что позволяет считать его основателем русской научно-педагогической и методической школы.

Е. Сманцер

АКТИВИЗАЦИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧАЩИХСЯ В ПРОЦЕССЕ ИЗУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Социально-экономические изменения в обществе, выход Беларуси на мировую арену, расширение контактов в сфере науки, культуры, бизнеса, установление партнерских отношений с зарубежными компаниями обусловили потребность общества в повышении качества владения учащимися иностранным языком.

Специфика иностранного языка требует от учащихся напряженной умственной деятельности, внимания, способности рассматривать абстрактные понятия, умения делать обобщения. Трудности усвоения иностранного языка часто вызывают неудовлетворенность учащихся, что в дальнейшем ведет к ослаблению мотивации и интереса к изучению иностранного языка.

Теоретический анализ психолого-педагогической литературы показал, что активизация познавательной деятельности школьников зависит, с одной стороны, от уровня развития мотивационной и эмоциональной сферы учащихся, с другой стороны, от содержания и организации процесса обучения.

В качестве важного педагогического условия активизации занятий школьников иностранным языком исследователи выделяют интерес к изучаемому предмету.

Важными условиями повышения интереса и побуждения школьников к изучению иностранного языка также являются:

- расширение активного языкового запаса, совершенствование навыков произношения, улучшение практического владения разными видами речевой деятельности;
- использование различных интерактивных форм и методов организации занятий;
- знакомство с культурой, обсуждение литературы и произведений искусства страны изучаемого языка;
- привлечение учащихся к творческой деятельности;
- создание благоприятной атмосферы при обучении иностранному языку.

Анализ содержания статей в журнале «Иностранные языки в школе» за последние два года показал, что проблемы активизации познавательной деятельности учащихся освещаются в 14–16 % научных статей, причем 8–11 % из них посвящены организационному аспекту. В 4 % статей обсуждается содержательный аспект проблемы. На практике активизация познавательной деятельности учащихся достигается за счет организации творческой деятельности, использования интерактивных форм организации обучения, создания благоприятной атмосферы при изучении иностранного языка, использования личностно ориентированных технологий. Вместе с тем на эмоциональную сторону активизации познавательной деятельности школьников в процессе изучения иностранного языка на практике обращается недостаточно внимания. Этому аспекту посвящено всего 1–2 % публикаций.

А. Тышкевич

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ГИМНАЗИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В БЕЛАРУСИ

В настоящее время в Республике Беларусь функционирует около 180 гимназий. Учебные заведения такого типа начинали появляться в Республике Беларусь в экспериментальном порядке в конце 90-х годов XX века в качестве учебных заведений «нового типа». Основной целью гимназий являлось предоставление наиболее способным учащимся возможностей для получения среднего образования повышенного уровня с учетом их желаний и запросов.

Однако действительно ли гимназии являются образовательными учреждениями «нового типа»? Чтобы ответить на поставленный вопрос следует обратиться к истории.

Зарождение системы гимназического образования Беларуси происходит в рамках системы образования Российской империи. Гимназии появляются в каждом из шести губернских городов Беларуси. Одной из первых гимназий на территории Беларуси является гимназия в местечке Свислочь, которая была открыта на средства графа Тышкевича в 1805 году. Следующим этапом становления системы гимназического образования Беларуси является этап полуавтономного существования гимназий во времена постепенной политики русификации. Преподавание гимназического курса велось на польском языке. Русский язык относился к числу необязательных предметов. Однако уже с 1864 года развитие гимназий Беларуси происходит в рамках жесткой русификаторской политики. Единственным языком обучения стал русский язык. Главным экзаменом, определявшим степень подготовленности гимназистов к поступлению в университет, стал экзамен по русскому языку. В то же время игнорировались национальные интересы белорусского народа.

После февральской революции 1917 года система гимназического образования, как в России, так и Белоруссии упразднена. А после установления советской власти все гимназии были преобразованы в общеобразовательные школы. Очередным этапом формирования гимназий на территории Беларуси является этап становления национальной системы гимназического образования. На данном этапе впервые в системе гимназического образования появляются национальные элементы, а именно – начинают учитываться культурные ценности и традиции белорусского народа в рамках мировой культуры.

Цели как современных гимназий, так и гимназий прошлых веков, во многом схожи: воспитать культурного человека, дать фундаментальное академическое образование, позволяющее поступить в высшее учебное заведение и успешно в нем учиться.

Несмотря на некоторые различия в содержании гимназического курса, методах обучения и воспитания, можно сделать следующие выводы: гимназии, появившиеся в Беларуси в конце 90-х годов XX века в качестве учебных заведений «нового типа», не являются учреждениями «нового типа» как таковыми. Современная система гимназического образования основывается на гимназии, как уже исторически сформировавшемся учреждении образования, в которую вложено новое педагогическое содержание.

В. Хазанович

ЛИЧНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В КОНТРОЛЕ И ОЦЕНКЕ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ

На протяжении всех этапов педагогической науки контроль и оценка являлись и остаются важной и необходимой составной частью учебного процесса. От правильной организации разных аспектов контроля и оценки зависит во многом успех образования ребенка.

Тем не менее, по сей день идут жаркие споры о смысле контроля, оценки, их организации и месте в учебном процессе. Сейчас система контроля и оценки не может ограничиться только проверкой усвоения знаний и выработки умений и навыков по конкретному учебному предмету. Она должна ставить более важную социальную задачу: развить у школьников умение контролировать прежде всего самого себя, критически оценивать свою деятельность, находить ошибки, пути их устранения. Отсутствие оценки является, поэтому самым худшим видом оценки, поскольку это воздействие дезориентирующее. Если необходимость оценки не оспаривается, то роль отметки неоднозначна. Часто отметки подменяют мотивы учения и насаждают в процессе обучения нервозность, страх, неприязнь к учителю. Можно заставить учиться, но невозможно принудить к познавательной активности, заставить быть увлеченным в процессе познания. Очевидно поэтому в современной педагогике получила развитие лично ориентированная парадигма образования. Роль учителя в таком

процессе не формировать личность с заданными свойствами, а создавать условия для их полноценного проявления и, соответственно, развития личностных функций и свойств субъектов образовательного процесса.

Представляется очевидным в контексте личностно ориентированного подхода оценивать не только знания учащихся по единому шаблону требований, но и учитывать вид и характер этих знаний, отношение к обучению, виды, способы и результаты деятельности разного содержания, методик и техник выполнения. Понятно, что учет и контроль за обучением должны быть, но эти процессы необходимо индивидуализировать и с учетом личностных особенностей детей, базируясь на активизации положительных эмоций в процессе обучения, спрашивать с них то, что они лучше всего смогут сделать. В таком подходе проявляется не только вариативность методов обучения, но и гуманистическая сущность педагогической деятельности – уважение к личности другого без унижения и нанесения других психических травм.

Нами было проведено анкетирование с целью определения необходимости оценки с точки зрения учеников. В опросе участвовали ученики седьмых классов, 50 человек. Из них 50 % (25 человек) ответили, что оценка желательна, 30 % (15 человек) считают, что без оценки лучше, и 20 % (10 человек) придерживаются мнения, что оценка необходима.

Таким образом, оценка знаний учащихся в той или иной форме является необходимой частью учебного процесса так как является фактором, стимулирующим интерес к обучению.

О. Царик

РАЗВИТИЕ РЕФЛЕКСИВНОЙ САМОСТОЯТЕЛЬНОСТИ ШКОЛЬНИКОВ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

В современном мире высоко ценятся такие качества личности, как предприимчивость, конкурентоспособность, инициативность. Поэтому современная школа ориентирована на формирование и совершенствование механизмов самопознания, саморегуляции, саморазвития обучаемых, которые являются составляющими рефлексивной деятельности человека. Рефлексия – это процесс самопознания субъектом внутренних психических актов и состояний, в результате которого формируются рефлексивные умения, необходимые индивиду для осознания состояния собственного развития, оценки своей деятельности, осознания им того, как его деятельность оценивается другими индивидами, с целью ее коррекции для достижения успеха (В.В. Давыдов).

В.В. Давыдов, В.И. Слободчиков, Г.А. Цукерман считают, что в условиях современной средней общеобразовательной школы процесс развития рефлексивных способностей школьников можно проследить, взяв за основу

три уровня их рефлексивного развития: нерефлексивность, рефлексивную умелость, рефлексивную самостоятельность.

Основанием этой классификации является способ инициирования рефлексивных действий обучаемого. Санкция на рефлексивность может быть явной, исходящей от взрослого, и скрытой, исходящей из условий задачи. Ученик, характеризующийся рефлексивной умелостью, осуществляет рефлексивные операции по требованию учителя, в контексте организуемой им учебной Деятельности. При наличии развитой рефлексивной самостоятельности школьник способен рефлексивировать по собственной инициативе, без побуждения педагога.

Перевод учащихся из нерефлексивной позиции в состояние рефлексивной умелости и рефлексивной самостоятельности в осуществлении учебной деятельности возможен через включение детей в игру, творчество, деятельность, упражнения, раскрывающие личностный опыт, пробуждающие чувства и собственные размышления школьников. Важно стремиться к созданию в классе атмосферы доверия и взаимопонимания, стимулировать обращение учащихся к своим эмоциям, переживаниям, развивать умение безбоязненно высказывать свое мнение, конструктивно воспринимать критику собственной деятельности. Организация диалогического взаимодействия в процессе обучения будет способствовать формированию у школьников таких рефлексивных умений, как составление внутреннего плана действий, целеполагание, определение и использование оптимальных способов решения учебных задач, самопознание, понимание других, что вместе с усвоением академических знаний необходимо для сохранения познавательного интереса и успешной учебной деятельности.

В. Чекулаева

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ НЕГОСУДАРСТВЕННЫХ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Негосударственный сектор высшего образования получил наиболее интенсивное развитие в период с 1991 по 1994 г. Этот процесс был вызван сокращением потенциальных возможностей трудоустройства молодежи, а также недостаточным приемом в вузы государственного сектора вообще, особенно по престижным специальностям.

Первый негосударственный вуз (1990) назывался «Институт современных знаний», на базе которого осуществлялась подготовка специалистов как в достаточно традиционных областях (юриспруденция и экономика), так и в новых (маркетинг, менеджмент), а также в таких, которые не укладывались в рамки регламентирующих документов (например, продюсеров, бизнес-переводчиков и некоторых других).

В данный момент система высшего образования Республики Беларусь включает в себя 10 вузов частной формы собственности.

Государственные и негосударственные вузы отличаются составом учредителей и источниками финансирования. Схожим источником финансирования является платная форма предоставления образования. Источником не характерным для государственных вузов, является финансирование за счет учредителей, на средства как собственные, так и привлеченные – например, кредит в банке, привлечение зарубежных инвестиций.

В частных вузах осуществляется обучение студентов по 25 специальностям и это, в основном, специалисты социальных и гуманитарных дисциплин, хотя в экономике Беларуси сейчас остро востребованы специалисты инженерных, строительных и других специальностей.

Численность студентов в частных вузах в течение последних 6 лет относительно стабильна и колеблется в пределах 57,8–58,8 тыс. чел., 2/3 обучающихся в частных вузах составляют женщины – 38,7 тыс. чел.

Наиболее острой проблемой в частных вузах является недостаток преподавателей с учеными степенями и званиями, работающих на постоянной основе. В частных вузах Республики Беларусь работают 1721 штатный преподаватель, из которых 65 имеют ученое звание профессора и 453 – доцента, 60 – степень доктора, 588 – кандидата наук. Кроме того, в этих вузах 422 преподавателя работают на условиях штатного совместительства.

На данный момент вопрос возникает, чтобы государственные и частные учебные заведения работали в равных экономических условиях, справедливо конкурируя между собой, как это заведено во всем мире. В этом случае белорусская высшая школа станет прогрессировать в своем развитии.

Г. Шептун

ДЕТСКОЕ ОБЩЕСТВЕННОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ: ВОСПИТАНИЕ У ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ КУЛЬТУРЫ МИРА

Культура мира подразумевает: уважение к жизни и ко всем правам человека; отказ от любых форм насилия и приверженность делу предупреждения насильственных конфликтов; содействие развитию равных прав и возможностей женщин и мужчин; признание прав каждого на свободу выражения мнений и убеждений и на получение информации; приверженность принципам свободы, справедливости, демократии, толерантности, солидарности, сотрудничества.

К у л ь т у р а м и р а определяет всесторонний процесс преобразований и длительную образовательную деятельность по укоренению в индивидуальном и коллективном сознании определенных ценностей, принципов, норм и привычек.

Задачей детского общественного движения является воспитание целостной личности, Гражданина мира, т.е. человека-миротворца, с высшей миссией ответственности не только за свою судьбу, но и за судьбу людей планеты, за всеобщий мир.

Среди целей воспитания культуры мира в условиях детского общественного объединения можно выделить следующие: формирование правильных представлений об общечеловеческих нормах морали, о любви, милосердии, миролюбии; уважение к труду старших поколений; способность понимать и уважать окружающее общество, права других людей и народов.

Разнообразен набор форм и методов деятельности детских объединений: сочетание коллективной творческой деятельности, работы в малых группах (звеньях, патрулях и др.) и индивидуальной работы; поощрение инициативы и принятие собственных решений; наличие сбалансированной гибкой программы деятельности; самоуправление и соуправление; сотрудничество, содружество, сотворчество.

Для осуществления поставленных задач по формированию культуры мира важны понимание и осознание необходимых качеств лидера: постоянное самосовершенствование; ориентация на постоянное служение другим людям; наслаждение жизнью, жажда поиска; энтузиазм, надежда, вера, положительное, жизнерадостное влияние на окружающих; вера в положительный потенциал всех людей; трудолюбие, энергичность, новаторство, творчество, поддержка в этом других лидеров; самотренировки для развития выносливости тела, духа, мозга; преодоление стереотипов.

Помогать растущему человеку искать свой смысл в жизни, создавать благоприятные условия, чтобы с детства его жизнь и общение с окружающим миром приносили радость, – так можно определить главное предназначение детского объединения.

А. Ясинский

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ НЕВЕРБАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧИТЕЛЯ И УЧАЩИХСЯ

Содержанием труда учителя является содействие психическому развитию ученика, а главным «инструментом» выступает его психическое взаимодействие с учащимся. В психолого-педагогической литературе утверждается, что взаимодействие ученика и учителя состоит прежде всего в обмене между ними информацией познавательного и аффективно-оценочного характера. И передача этой информации осуществляется как вербальным путем, так и с помощью различных средств невербальной коммуникации.

В работе с учениками учитель значительную часть информации относительно их эмоционального состояния, намерений, отношения к чему-либо получает не из слов учеников, а из жестов, мимики, интонации, позы, взгляда, манеры слушать. Жест, мимика, взгляд, поза подчас оказываются более выразительными и действенными, чем слова. Невербальные аспекты взаимодействия играют существенную роль и в регулировании взаимоотношений, установлении контактов, во многом определяют эмоциональную атмосферу и самочувствие, как учителя, так и ученика.

Важнейшей особенностью невербального взаимодействия является то, что оно осуществляется с участием разных сенсорных систем: слуха, зрения, кожно-тактильного чувства, вкуса, обоняния и т.д. Природа невербальной коммуникации полисенсорна и здесь можно выделить такие виды коммуникации, как *кинесика* (наука, исследующая язык тела); *такесика* (невербальное поведение, связанное с тактильной системой восприятия (рукопожатие, прикосновения, похлопывания); *проксемика*, или *пространственная психология* (коммуникация посредством взаимоположения общающихся собеседников в пространстве); *паралингвистика* (просодика) – темп, тембр, громкость – и *экстралингвистика* (паузы, манера говорения, покашливания, вздох, смех, плач и т.д.)

Считается, что во время беседы люди смотрят друг на друга в среднем от 30 до 60 % ее времени. Также известно, что в монологах люди смотрят на партнеров в течение 45 % всего времени общения, тогда как в активном диалоге – в течение 65 %. А так как смотрят, в основном, в лицо, оно является основным каналом передачи человеческих эмоций, его иногда называют визитной карточкой человека. Каждый может научиться следить за своим лицом, жестами, усиливать, сдерживать, нейтрализовывать или скрывать переживаемые эмоции. Но ученики часто чувствуют скрытые невербальные сигналы, которые передают сообщения, кажущиеся учителю тщательно замаскированными. Именно поэтому очень важным навыком для учителя является умение с помощью техник невербального взаимодействия влиять необходимым образом на исход коммуникации, чего очень часто в нынешней педагогике недостает. Таким образом, учитель, хорошо овладевший навыками невербального взаимодействия без особого труда способен побудить учеников к продуктивной учебе. Исходя из сказанного, можно сделать вывод о целесообразности придания этому аспекту профессиональной подготовки молодого специалиста в вузе особого внимания.

А. Ячменева

ДИАЛОГ КАК ПРИНЦИП ГУМАНИСТИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ

В последнее десятилетие проблема реализации гуманистического образования и воспитания ощущается наиболее остро.

Находясь внутри этого процесса, чрезвычайно трудно оценить масштабы и степень распространения различных идей в реальную педагогическую практику. Встает вопрос о том, каким образом осуществляется переход от одной модели образования к другой, каким образом осуществляется развитие педагогического знания и происходят соответствующие изменения в образовании и воспитании, тем более что современная образовательная ситуация характеризуется наличием множества различных систем, теорий и технологий. Анализ историко-педагогического процесса, с точки зрения

продуктивного использования зарубежного опыта или новых идей, показывает, что наиболее целесообразно это происходит в логике диалога педагогических культур, систем и теорий.

Сегодня диалог не просто присутствует в гуманистическом воспитании, но и влияет на постановку целей и задач образования и воспитания, в чем можно убедиться, проанализировав работы последнего десятилетия, посвященные общим проблемам воспитания.

Диалог – высшая ступень межличностного общения. Несмотря на то, что XXI век является веком высоких технологий, проблема общения по-прежнему актуальна. Человек испытывает огромный дефицит в межличностном общении. Именно поэтому в сегодняшнем сложном и динамичном мире в отношениях между людьми, принадлежащими к различным социальным группам, различающимся по гендерным признакам и возрасту, наблюдается тенденция к дальнейшему расширению и усложнению фактора человеческого общения.

Межличностный уровень взаимодействия в педагогике имеет перво-степенное значение, и именно здесь, к сожалению, ощущается весьма существенный дефицит уважения и терпимости. В повседневной педагогической практике нередко можно встретить проявления педагогической интолерантности разной степени – от безразличия к "собственному мнению" ребенка до откровенного и жесткого его (мнения) обесценивания и даже унижения самого ученика за "неправильные взгляды". Главное условие диалога как принципа гуманистического взаимодействия и воспитания – это понимание естественности и неизбежности различий между людьми и готовность уважать эти различия, а также признание прав и свобод каждого человека, способность к сосуществованию с другими людьми, к вступлению с ними в ненасильственные формы взаимодействия, т.е. – готовность и способность к диалогу.

ПСИХОЛОГИЯ

Н. Андросюк

АСИММЕТРИЯ КОРЫ ГОЛОВНОГО МОЗГА И ТЕМПЕРАМЕНТ

Общеизвестно, что в стремлении к созданию оптимальных условий развития школьников и студентов, учитывающих их психофизиологические особенности, педагоги и психологи в последние годы все больше внимания обращают на возможности обучения, реализованного на основе учета индивидуальных различий психики учащихся, обусловленных функциональной асимметрией мозга (ФАМ), которая представляет собой сложное свойство мозга, отражающее специфику распределения нервно-психических функций между его правым и левым полушариями. Значительное внимание уделялось влиянию асимметрии головного мозга на формирование устойчивых, базисных психофизиологических характеристик личности, в первую очередь, исследовалась взаимосвязь ФАМ и формирования темперамента подростков. Несомненно, ознакомление с характеристиками существующих типов темперамента, визуальными признаками их проявления поможет грамотно, с учетом индивидуальных особенностей, строить свои взаимоотношения с учащимися, извлекая из такого общения максимальную пользу.

Что касается методики исследования, то тип темперамента определялся с помощью двухфакторной модели экстраверсии и нейротизма с использованием опросника Г. Айзенка, адаптированного к подростковому возрасту. С помощью «круга Айзенка» на основе полученных показателей 'Э' и 'Н' определялся тип темперамента испытуемого.

В свою очередь, для определения ведущего полушария применялась комбинированная методика: тип переплетения пальцев и тип сцепления рук («поза Наполеона»), асимметрия зрения (смещение предмета при поочередном закрывании глаза, быстрое моргание), двигательная асимметрия (предпочтение руки при выполнении заданий, поворот тела в удобную сторону) и т.д.

От доминирующей активности полушарий мозга зависят экстравертированность или интровертированность психики. Также у эмоционально стабильных подростков – сангвиников и флегматиков по темпераменту – имеет место левополушарная асимметрия в отличие от эмоционально нестабильных подростков – холериков и меланхоликов, у которых отмечается правосторонняя латерализация.

На основе результатов исследования, были разработаны рекомендации по психолого-педагогической помощи как педагогам, так и учащимся с учетом психофизиологических особенностей обучаемых.

М. Буренок

ЛОЖЬ В РЕЧИ НА РОДНОМ И ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКАХ И СПОСОБЫ ЕЕ РАСПОЗНАВАНИЯ

В последние годы, благодаря огромному количеству достижений и разработок в сфере технологий и психологии, интерес к вербальному и невербальному определению лжи стал интернациональным.

Ложь настолько естественна, что ее легко можно отнести к повседневной обычной деятельности человека, ведь подсчитано, что в среднем он лжет трижды за 10 минут разговора. Но здесь также стоит сказать несколько слов о классификации лжи. Существует две основные формы лжи: *искажение* и *умолчание*. Умолчание менее предосудительно, так как человек не произносит ложную информацию, за которую несет ответственность. Но вторая форма – *искажение* – представляет более интересный случай, с которым можно проводить исследование с помощью полиграфа, или детектора лжи. Детектор не показывает ложь как таковую, он показывает интенсивность проявлений возбуждения ВНС, т.е. физиологические изменения, происходящие от эмоционального волнения. Есть еще одна разновидность обмана – говорить правду таким образом, чтобы в это нельзя было поверить. Это можно определить как сообщение правды в виде обмана.

Люди всегда совершают ошибки, говоря неправду. Но умеем ли мы их видеть и анализировать? Вот в чем вопрос. Невербальные признаки указывают не на саму ложь, а на то, что эмоции, испытываемые лжецом, не соответствуют словам. Нас же заинтересовал вопрос связи вербального компонента и лжи, более того – лжи на разных языках. В своем исследовании мы будем задавать испытуемым вопросы четырех типов: вызывающие негативные эмоции, вызывающие положительные эмоции, нейтрально-теоретические и личностные на трех языках. По условию исследования мы даем испытуемому установку соврать на три вопроса из шести на родном языке, на хорошо изученном и на языке начальной стадии обучения. Результаты покажут нам взаимосвязь между степенью изучения языка и испытываемыми чувствами и эмоциями.

А если бы мы не умели лгать? Неужели стало бы лучше? Не стало бы ни вежливости, ни личных тайн, ни попыток сгладить неприятную ситуацию или скрыть чувства, которые человеку не хотелось бы показывать. Но нас нельзя видеть насквозь. И мы можем лгать или говорить правду, заметить обман или пропустить его. У нас есть выбор.

Г. Вильковская

ПОДГОТОВКА БУДУЩЕГО УЧИТЕЛЯ И ФОРМИРОВАНИЕ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

Осознание роли человеческого фактора, его востребованности в современном мире привело к утверждению новой образовательной парадигмы. Важнейшей задачей профессионального образования становится его гумани-

зирующая и культуuroобразующая функции. Современная наука рассматривают *педагогическую культуру* как совокупность умений учителя проявлять образцы личностно-ценностного отношения к ученикам, преподаваемым дисциплинам, способность к творчеству и реализации норм и образцов поведения, принципов и способов культурного преобразования (В.Л. Бенин, Е.В. Бондаревская, В.А. Веденяпина, И.Ф. Исаев, Т.Е. Исаева, В.В. Корнева и др.). Педагогическая культура специалиста обеспечивает гуманистическую направленность будущей профессиональной деятельности, ценностно-нравственный уровень социокультурного воздействия, меру ответственности специалиста, качество овладения социально-культурными технологиями, готовность к непрерывному самосовершенствованию (Т.Н. Шевченко, 2008), характеризуя компетентность участников взаимодействия.

Компонентами сформированности педагогической культуры могут выступать следующие компоненты: гуманистическая философия образования и воспитания, аксиологические ориентации педагога, профессиональная компетентность, творческие и рефлексивные способности, диалогичность и открытость в общении (С.В. Алещенко, 2007). Процесс формирования педагогической культуры студента основан на последовательном, качественно-преобразовательном переходе от теоретического освоения общеобразовательных и психолого-педагогических знаний к формированию умений и навыков, профессиональных качеств, ценностных установок в ходе практической апробации технологий (А.В. Барабанщиков, В.А. Сластенин).

Вузовский период формирования педагогической культуры студента включает адаптационно-проектировочный, содержательно-процессуальный, контрольно-оценочный этапы. Каждый этап предполагает решение определенных целей и задач, последовательное выполнение которых должно обеспечить изменения в ценностно-мотивационном, содержательно-технологическом, личностно-творческом компонентах педагогической культуры будущего специалиста. Достижение целей и задач зависит от субъект-субъектных отношений педагога и студента (А.Г. Асмолов, Л.М. Митина, В.И. Слободчиков, А.В. Петровский, М.И. Рожков и др.), основанных на сотрудничестве и партнерстве: отношениях, предполагающих заинтересованность и ответственность обеих сторон, выстраивание позиции, которая позволит перейти на эмпатийный уровень взаимодействия, взаимного принятия и обмена ценностями, личными убеждениями и взглядами (А.П. Чернявская, 2007). В течение учебы посредством системы моделирования будущей деятельности студент накопит субъективный опыт, достаточный для реконструкции в дальнейшей профессиональной работе.

Ю. Габзовская

МЕХАНИЗМЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОЙ ЗАЩИТЫ В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ

Наш организм является очень хрупкой и тонкой системой, одной из самых главных функций которого является самозащита. Эта функция позволяет человеку защитить себя от негативных и травмирующих переживаний, свя-

занных с внутренними или внешними конфликтами, которые подстерегают человека на каждом шагу, она помогает обеспечить стабильность самооценки личности, ее образа “я”, и сохранить целостность личности. Кроме того, самозащита позволяет человеку психологически адаптироваться к условиям окружающей среды и существовать в максимальной гармонии с обществом и миром в целом.

Психологическая защита личности обеспечивается соответствующими механизмами психологической защиты, изучение которых является одной из самых актуальных проблем современной психологии по нескольким причинам. Во-первых, несмотря на то, что само понятие механизмов психологических защит введено достаточно давно, ученые и психологи до сих пор не пришли к единому мнению по поводу количества механизмов психологической защиты, которыми человек руководствуется (сознательно и бессознательно) в течение своей жизни. Во-вторых, не стоит забывать о том, что механизмы психологической защиты имеют большое значение для гармоничного и успешного развития и существования любой личности, поскольку они позволяют преодолевать проблемы самого различного характера, а проблем в жизни каждого человека немало, и многие из них могут нарушить психологический комфорт личности и привести к развитию психических расстройств.

Психологи справедливо отмечают, что наиболее сложным возрастом является возраст подростковый, во время которого происходит интенсивное развитие личности. Определение доминирующих механизмов психологической защиты в подростковом возрасте позволит впоследствии помочь подросткам справиться с трудностями как в личной, так и в школьной жизни, и заложить крепкий фундамент для их психического здоровья. Как показало исследование, в ходе которого были опрошены 36 школьников в возрасте 12–13 лет, преобладающим типом психологической защиты для них является проекция, используемая 80 % школьников, независимо от их половой принадлежности. Многие подростки также используют отрицание и рационализацию (55 %), хотя последний механизм традиционно ассоциируется с поведением людей старшего возраста. Наименее используемым механизмами оказались регрессия и вытеснение. Что касается гендерных особенностей применения механизмов психологической защиты, то и для мальчиков, и для девочек подросткового возраста характерно максимально частое обращение к проекции (87 % девочек и 69 % мальчиков). Девочки также часто прибегают к гиперкомпенсации (59 %), в то время как мальчики предпочитают рационализацию (59 %).

П. Гимбор

ВЗАИМОСВЯЗЬ ТЕМПЕРАМЕНТА И ЦВЕТОВОСПРИЯТИЯ У СТУДЕНТОВ

Восприятие цвета объективно и универсально для всех, но индивидуальные предпочтения в выборе цветов субъективны. Это отличие позволяет измерять субъективные состояния при помощи тестовых цветов. Первые

проявления индивидуального своеобразия в цветовосприятии наблюдаются уже с первых дней жизни. В общей теории и в практических исследованиях проблемы проявления типа темперамента рассматриваются с точки зрения деятельности. Еще М.Б. Теплов обратил внимание на то, что в зависимости от особенностей темперамента люди различаются не конечным результатом действий, а способом достижения результатов. Это получило подтверждение и в исследовании Е.А. Климова: «инертные», отличаясь от «подвижных» стилем работы, в результате достигают такой же успешности деятельности, как и «подвижные».

Для диагностики выбора цвета часто берется тест М. Люшера. Испытуемые отдают предпочтение цветам, отвечающим их психологическим потребностям. Но выделенный предпочитаемый цвет не привязан к реальной деятельности. Необходимо изучить выбор цвета в конкретной деятельности, в частности, в изобразительной деятельности детей и определить, не является ли доминирующий цвет в рисунках ребенка и показателем проявления того или иного темперамента.

Нас интересовал вопрос взаимосвязи цветовых предпочтений и темперамента. Для изучения взаимосвязи типа темперамента и доминирующего цвета был использован психодиагностический метод (цветовой тест Люшера и опросник по выявлению темперамента Г. Айзенка).

В эксперименте приняли участие студенты Минского государственного лингвистического университета (18–22 лет) и школьники СШ № 10 (3–4 классы).

В результате исследования было выявлено существование взаимосвязи между типом темперамента и восприятием доминирующего цвета.

А. Головня

КИНОФИЛЬМ КАК СРЕДСТВО ИНТЕНСИФИКАЦИИ ПРОЦЕССА ОВЛАДЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКОМ

Изучение процессов владения и овладения иностранными языками имеет большое практическое значение. По этой причине актуальность проводимого исследования заключается в том, что уверенность преподавателя в достижении учащимися владения иностранным языком в результате изучения комплекса фонетических, лексических, грамматических правил не всегда оправдывает себя. В ходе наблюдений за процессом обучения и усвоения иностранного языка мы каждый раз убеждаемся в том, что возможности реального общения на нем в учебной аудитории достаточно ограничены, а ведь именно это позволяет сформировать соответствующие речевые навыки.

Цель исследования состоит не столько в выявлении уровня владения несколькими иностранными, сколько в изучении влияния кинофильма как средства активизации готовности студента к пользованию иностранным языком. Иначе говоря, в исследовании проверяется гипотеза: использование

кинофильма в процессе обучения иностранному языку интенсифицирует процессы овладения иностранным языком.

Для проверки гипотезы требуется проведение лабораторного эксперимента. Дополнительно используются такие методы, как анкетирование и беседа.

В эксперименте принимают участие две группы испытуемых. Каждому испытуемому *первой* группы предлагается просмотреть фильм на английском языке (в течение 10 минут), в это же время представители *второй* группы выполняют грамматические и лексические упражнения также на протяжении 10 минут. Затем испытуемые по одному приглашаются в лабораторию, где им предлагается просмотреть видеоклип, состоящий из 30 кадров; задача каждого испытуемого состоит в том, чтобы назвать каждое предъявляемое действие («мальчик копает картошку», «кот смотрит телевизор», «рабочие строят дом» и т.д.). Эксперимент проводится в т р и э т а п а : название кадров на *английском* (первый иностранный), *испанском* (второй иностранный) и *русском* языках.

Исходя из данных эксперимента, можно сделать вывод, что влияние кинофильма действительно есть, но наблюдается активизация готовности к пользованию лишь тем иностранным языком, на котором демонстрировался кинофильм, т.е. английским. Эффективность названия на другом языке (испанском) оказалась значительно ниже.

Опрос испытуемых, проведенный после лабораторного эксперимента, показал, что испытуемые предпочли бы просмотреть кинофильм, выполнить различного рода упражнения на испанском языке, что, по их мнению, помогло бы им при назывании предъявляемых в видеоклипе действий.

А. Дриго

ПРОЯВЛЕНИЕ ЗАСТЕНЧИВОСТИ У ДЕТЕЙ ПРЕПУБЕРТАТНОГО ПЕРИОДА

Проблема высокой школьной тревожности и *застенчивости* как показателей эмоционального неблагополучия учащихся, оказывающих влияние не только на состояние их психического и физического здоровья, но и на их успешность в учебной деятельности, является весьма актуальной. Застенчивый человек страдает низкой самооценкой и самоуважением, он превращает себя в объект самонаблюдения и самоанализа, что оказывает отрицательное воздействие на психическое самочувствие и поведение личности.

Анализ литературных источников позволил предположить, что у застенчивых детей наблюдается повышенный уровень тревожности, что, возможно, влияет на успешность обучения и заболеваемость.

В исследовании приняли участие дети 10–11 лет – ученики 4 класса школы № 32 г. Минска. Для определения уровня *з а с т е н ч и в о с т и* и тревожности были использованы следующие методики: восьмая шкала опросника FPI и детский вариант шкалы тревожности CMAS. В ходе исследования были изучены заболеваемость и успешность обучения учащихся.

Анализ полученных результатов показал, что 47,6 % испытуемых с низким уровнем застенчивости имели показатели тревожности, соответствующие норме. Учащиеся со средним уровнем застенчивости составили 33,3 % и имели несколько повышенный уровень тревожности. У 19,1 % испытуемых оба показателя были значительно завышены. Часть детей с высоким уровнем застенчивости оказалась очень активной и уверенной в себе. Это можно объяснить тем, что различают внутренне застенчивого человека и внешне застенчивого. У внутренне застенчивых оказываются более развиты социальные навыки, хорошо заучены навыки общения.

Уровень физического здоровья каждого ребенка определялся на основе группы здоровья, которая устанавливается по результатам диспансеризации. Все испытуемые, имеющие высокий уровень застенчивости и тревожности, входили в подготовительную и специальную группы, т.е. имели проблемы со здоровьем. Уровень успеваемости был определен по общему баллу успеваемости по четвертям. Все испытуемые в группе имели стабильный (средний) уровень успеваемости.

Анализ всех результатов позволяет сделать вывод, что успешность обучения не зависит от уровня застенчивости. Но показатели застенчивости, тревожности и заболеваемости имеют прямо пропорциональную зависимость.

Н. Клепикова

ОСОБЕННОСТИ КОНФЛИКТА В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ

В любом конфликте каждый участник оценивает и соотносит свои интересы и интересы соперника, задавая себе вопросы: что я выиграю, что я потеряю, какое значение имеет предмет спора для соперника. На основе такого анализа он сознательно выбирает ту или иную стратегию поведения. Особое место в оценке моделей и стратегий поведения личности в конфликте занимает ценность для нее межличностных отношений с противоположной стороной.

Выделяют пять стратегий поведения в конфликте:

- соперничество – неэффективный, однако часто применяемый стиль поведения в конфликтах, выражающийся в стремлении добиться своих интересов, не принимая во внимание интересы других;
- избегание – уход от конфликта, подразумевающий как уклонение от сотрудничества, так и отказ отстаивать собственные интересы;
- приспособление – пренебрежение собственными интересами ради интересов других;
- компромисс – соглашение между конфликтующими сторонами, достигаемое путем взаимных уступок;
- сотрудничество – альтернативное решение конфликта, (полностью) удовлетворяющее интересам всех конфликтующих сторон.

Для изучения типов поведения участников конфликтной ситуации нами было протестировано 20 студентов 2 курса МГЛУ. Согласно этой цели был проведен тест К. Томаса «Стиль конфликтного поведения». Данный тест является классическим и очень доступным инструментом для диагностирования предрасположенности индивида к тем или иным формам социального поведения в условиях конфликта.

Результат подсчета полученных данных позволяет говорить о том, что у 2 человек преобладает стратегия сотрудничества, у 4 – соперничества, 8 человек предпочитают стратегию компромисса, 2 человека предпочитают избегание, 4 из испытуемых предпочитают стратегию приспособления. В результате исследования с применением теста К. Томаса «Стиль конфликтного поведения» было доказано, что большинство испытуемых не являются конфликтными личностями и большинство испытуемых предпочитают стратегию компромисса (40 %). Способность к компромиссу – признак реализма и высокой культуры общения. Стратегия компромисса не только не портит межличностные отношения, но и способствует их положительному развитию.

Необходимо подчеркнуть, что каждый из рассмотренных стилей эффективен только в определенных условиях, и ни один из них не может быть выделен как самый лучший (за исключением разве что сотрудничества). Любой человек должен уметь эффективно использовать каждый из пяти рассмотренных стилей, сознательно делать тот или иной выбор, учитывая конкретные обстоятельства.

А. Кособуцкий

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ В ИССЛЕДОВАНИИ ПОНИМАНИЯ

К исследованиям, ведущимся в контексте психологического подхода, относятся те, в которых постановка проблемы не выходит за пределы психологической проблематики. Основное внимание в таких исследованиях уделяется анализу способностей, операций и действий, участвующих в формировании индивидуальных стратегий понимания. В рамках этого подхода можно выделить следующие *основные направления* работ: понимание переносного смысла, механизмы понимания, роль образов в понимании, уровни понимания и вероятностное прогнозирование.

Объектом исследования О.В. Соболевой были уровни понимания учащимися переносных значений метафор и пословиц, которые представляют собой сжатый художественный текст, выражающий одну мысль, предметом – особенности понимания переносных значений. В результате исследований установлены особенности понимания и выявлена зависимость между проявлениями особенностей понимания и способностями к обобщению, т.е. способностями выделять системообразующие признаки объекта.

В исследовании Е.В. Шувариковой диагностировалось понимание основной идеи текста средств массовой информации. Понимание трактовалось

исследователями как умение схватывать смысл текстов разного типа. Результатом исследований стало выявление прямой зависимости понимания от возраста учащихся и степени заинтересованности в определенной области знаний.

Еще одним направлением в области проблематики понимания текста является исследование зависимости понимания от способности к визуализации речи, т.е. к продуцированию нужных образов-представлений. Н.Т. Ерчак исследовал особенности понимания художественного текста взрослыми и детьми. Проверялась гипотеза, в соответствии с которой так называемые смысловые вехи, в которые сжимается текст, должны представлять собой единства, состоящие из элементов образной, эмоциональной и знаковой сфер в их своеобразном сочетании. Выявлено отличие смысловых единиц, формирующихся в сознании детей, от таковых у взрослых в отношении знакового компонента.

Некоторые исследователи полагают, что понимание имеет многоуровневый характер и представляет собой положительный результат смыслового восприятия текста или перцептивно-мыслительной мнемической деятельности, заключающейся в соотношении действующего на зрительный анализатор раздражителя с лингвистическим опытом индивида. В процессе чтения действует механизм антиципации, позволяющий не только угадать, но и спрогнозировать дальнейшее содержание текста с определенной степенью вероятности. На основании этой гипотезы возникла теория вероятностного прогнозирования, авторами которой являются И.А. Зимняя и Г.В. Чернов.

Н. Крундикова

ОТРАЖЕНИЕ ГЕНДЕРА В ЯЗЫКЕ И РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

В настоящее время гендерные исследования играют значительную роль в различных направлениях гуманитарных наук. В центре внимания находятся культурные и социально-психологические факторы, которые обуславливают стереотипные представления о мужских и женских качествах, определяют отношение общества к мужчинам и женщинам (О.А. Воронина, Е.А. Здравомыслова, И.Н. Тартаковская, А.А. Темкина и др.), формируют механизмы построения системы отношений на основе половаариативных различий языка. Исследование *гендера* в языкознании касается двух групп проблем: язык и отражение в нем пола, речевое и коммуникативное поведение женщин и мужчин (Е.И. Горошко, Л.И. Гришаева, А.В. Кирилина, М.В. Томская и др.).

Язык как динамическая структура постоянно в движении, появляются новые слова, в том числе связанные с социополовой вариативностью языка, фиксируется стремительно устаревающее в современном обществе гендерное распределение ролей: мужчина лидирует в публичной сфере, предпринимает нечто творческое и новаторское, удел женщин – приватная зона, домашний очаг, воспитание детей (С.Ю. Воскресенская, В.Б. Поповская и др.). Гендерная лингвистика подвергает критике язык за его андроцентричность, ориентированность не на человека вообще, а на мужчину, что выражается в

преобладании мужских форм в языке, вторичности и объектности женщин, совпадении во многих языках понятий *человек* и *мужчина*, обусловленное патриархальным дискурсом (Т.Г. Попова, О.Т. Йокояма). Это во многом связано как с социокультурными значениями (нормы, образцы, стереотипы), так и с фиксацией, их интерпретацией в индивидуальном сознании.

Было исследовано значения слов *пол* и *гендер* методом субъективной дефиниции при выборке студентов – 378 чел. (юноши – 230, девушки – 148). Многие испытуемые дали более одной дефиниции, было получено 869 разноплановых реакций, содержание которых моделировалось в определенные структуры (предложено Г.В. Вержибок). Установлено, что абсолютное большинство респондентов (без разницы ответов среди юношей и девушек) по отношению к понятию *пол* обозначили признаки дихотомии различий (70 %) и биологической детерминации (генетическое строение, физиологические различия и пр.). Ответы по значению слова *гендер* были расплывчаты и не определены у более половины опрошенных (55 %), социальные аспекты выделил каждый третий (взаимоотношения, характеристики и пр.), биологическую детерминанту – около 1/5 информантов (юноши в 4 раза больше, чем девушки, предложили такой вариант ответа). Зафиксирована нейтральная направленность оценивания.

Анализ семантики языковых средств и их интерпретация позволяет наблюдать проблемное поле и перспективы работы. В связи с современным пониманием гендера как компонента коллективного и индивидуального сознания, конструируемого средствами языка, есть настоятельная необходимость в осмыслении данного феномена с позиций когнитивной науки.

Е. Михайловская

ДИАГНОСТИКА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ СТУДЕНТОВ ЯЗЫКОВОГО ВУЗА

Одна из важнейших задач современной школы – формирование творческой личности. Но прежде чем начинать целенаправленно развивать творческие способности, необходимо определить природу самого творчества, какая психологическая реальность лежит за этим понятием.

Существует так называемая единица анализа творчества – *интеллектуальная активность*, которая, по мнению Д.Б. Богоявленской, соединяет в себе интеллектуальные (умственные способности) и неинтеллектуальные (личностные, мотивационные) факторы умственной деятельности, но не сводится ни к тем, ни к другим. Умственные способности составляют фундамент интеллектуальной активности, но проявляются в ней не непосредственно, а лишь преломляясь через мотивационную структуру личности.

В качестве наиболее специфического проявления интеллектуальной активности выделяют интеллектуальную инициативу, которую надо пони-

мать не просто как продолжение умственной работы, а как продолжение познавательной деятельности, не обусловленной ни практическими нуждами, ни внешней или субъективной оценкой работы. Данный признак может использоваться как критерий оценки творческого потенциала личности.

И н т е л л е к т у а л ь н а я а к т и в н о с т ь может быть представлена следующими уровнями: стимульно-продуктивным, или *пассивным*; *эвристическим* и *креативным*.

П а с с и в н ы й уровень – это не состояние бездеятельности, не стремление избежать умственного напряжения. Это деятельность, определяемая каждый раз каким-то внешним стимулом, это безынициативное принятие того, что задано извне.

Э в р и с т и ч е с к и й уровень проявляется тогда, когда, имея достаточно надежный способ работы, человек продолжает анализировать состав и структуру своей деятельности, сопоставляет между собой отдельные задачи, что приводит его к открытию новых, более оригинальных способов решения.

Высший уровень интеллектуальной активности – к р е а т и в н ы й . Для человека с таким уровнем развития интеллектуальной активности эмпирически обнаруженная закономерность становится не конечным пунктом мыслительного процесса, а проблемой, самостоятельной целью исследования.

Согласно нашей гипотезе, это явление применимо и к иностранным языкам. Для ее проверки необходимо провести диагностику уровня интеллектуальной активности в процессе решения предлагаемых лингвистических задач. Основными принципами являются: отсутствие потолка в выполнении задания; отсутствие внешней и внутренней оценочной стимуляции; отсутствие ограничений во времени.

А. Невдах

ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ В РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ИНФОРМАЦИИ НА РОДНОМ И ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКАХ

Основной целью образования на современном этапе является не столько достижение учащимся определенных знаний, умений и навыков, сколько обеспечение индивидуального развития, внимание к его индивидуальности как неповторимому уникальному образованию.

В этой связи возникает необходимость учета индивидуальных особенностей учащихся в процессе обучения, в частности, учета когнитивных стилей, которые отражают различия между людьми в характере восприятия и переработки информации.

Было выдвинуто предположение, что студенты, склонные к невербальному кодированию, воспринимают информацию на иностранном языке быстрее и адекватнее, чем студенты, для которых свойственно вербальное кодирование.

В проведенном нами исследовании была предпринята попытка установить:

- а) каким образом процесс кодирования информации на родном и иностранном языках связан с успешностью обучения;
- б) происходит ли перенос стиля кодирования информации с родного языка на иностранный и если да, то как это отражается на характеристиках восприятия.

В эксперименте приняли участие 20 студентов 5 курса факультета французского языка. Им был предложен тест, состоящий из 30 пар утверждений и картинок (низкообразных и высокообразных), причем 15 пар были предложены на русском языке и 15 пар на французском. Студентам было необходимо соотнести данные пары утверждений с картинками на правильность/неправильность, а в конце теста выбрать тактику, которой они руководствовались при выполнении данного теста (вербальный или невербальный когнитивный стиль).

Качественно-количественный анализ результатов эксперимента позволил сделать следующие выводы:

студенты лингвистического университета в одинаковой степени склонны как к вербальному, так и к невербальному кодированию информации, несмотря на то, что им очень часто приходится воспринимать информацию, очень сложную для представления и понимания;

студенты с невербальным стилем кодирования информации значительно уступают студентам с вербальным стилем кодирования; это касается как количественных, так и качественных характеристик их реакций,

в процессе кодирования информации на иностранном языке имеет место полный перенос стиля кодирования, характерный для родного языка, но при этом качественные и количественные показатели репрезентации информации у испытуемого на иностранным языке значительно уступают аналогичным характеристикам на родном языке.

М. Плешкова

РАЗВИТИЕ ПРАВСТВЕННОСТИ В ОНТОГЕНЕЗЕ

Целью исследования на тему «Развитие нравственности в онтогенезе» было определение уровня *нравственности*, характерного для каждого возраста. Л. Колберг выделяет следующие уровни *н р а в с т в е н н о с т и*: предконвенциональный, когда человеком движет страх либо корысть; конвенциональный – человек соотносит свое поведение с одобрением/неодобрением общества и законом; постконвенциональный – поступок человека определяется уважением прав другого человека и совестью.

Для проведения исследования для каждой возрастной группы были составлены задачи, требующие нравственного выбора, по типу задач Лоуренса Колберга. Были получены следующие результаты.

В группе детей (10–11 лет) большая часть опрошенных находится на пятой стадии постконвенционального уровня развития нравственности, когда человек совершает поступок, уважая права другого человека. Эти результаты не совпадают с теорией Колберга, по которой дети находятся, в основном, на конвенциональном уровне развития. Результаты не совпали и в других группах. Колберг отмечал, что многие люди никогда не переходят на четвертую стадию нравственного развития, а шестой стадии достигает меньше 10 % людей в возрасте 16 лет и старше. Но во всех группах обсуждаемого исследования результаты были другими. В группе подростков постконвенциональный уровень отмечен у 70 % испытуемых, в группах студентов и взрослых (старше 25 лет) – у 100 %.

Можно сделать следующие выводы. Задачи были основаны на достаточно типичных и естественных обстоятельствах для каждого возраста. Решения испытуемые принимали в соответствии со своим опытом в подобных ситуациях, а также в соответствии с уровнем развития когнитивного мышления и способностью к абстрагированию. Ответы детей и подростков, которые не имели похожего жизненного опыта, были более низкого уровня, чем у тех, кто уже такой опыт имел. Результаты групп студентов и взрослых оказались лучше, так как им было легко смоделировать ситуацию не только благодаря опыту, но и развитому когнитивному мышлению. Можно сделать вывод о возможностях развития нравственности у детей, предлагая им обсудить подобные нравственные задачи, книги, мультфильмы, таким образом обогащая их опыт. Кроме того, подобные проблемные ситуации (например, анализ сказок) разовьют в ребенке аналитическое мышление, и помогут сплотить родителей и их детей.

О. Погорелова

ВЗАИМОСВЯЗЬ УРОВНЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ТРЕВОЖНОСТИ У ПОДРОСТКОВ-СИРОТ

В исследовании, направленном на выявление взаимосвязи тревожности и уровня успеваемости у подростков-сирот, мы предположили, что чем выше уровень тревожности, тем ниже уровень успеваемости. Для проверки гипотезы были использованы: гиссенский опросник; методика диагностики оперативной оценки самочувствия, активности и настроения, методика диагностики уровня школьной тревожности Филиппса.

В качестве испытуемых выступили девочки-сироты в возрасте от 15 до 16 лет, воспитывающиеся в интернате для девочек-сирот г. Могилева.

В ходе исследования было образовано 3 группы подростков: 1 – подростки с высоким уровнем успеваемости, 2 – со средним, 3 – с низким. Далее мы рассматривали результаты всех методик отдельно в образовавшихся трех группах.

Мы исследовали эмпирические данные и выявили следующие закономерности. Большинство подростков-сирот с низким уровнем успеваемости (67 %) в момент проведения тестов находились в благоприятном эмоциональном состоянии, 20 % – в нормальном и 13 % – в неблагоприятном. Большинство из них (56 %) не испытывают физических недомоганий. Но 21 % подростков испытывают недомогания слегка, 16 % – несколько, 4 % – значительно и 3 % – сильно. Большинство подростков (40 %) имеют высокий уровень школьной тревожности, 35 % – средний уровень, 15 % – пониженный и 10 % – повышенный.

Подростки-сироты со средней успеваемостью (69 %) находились в благоприятном эмоциональном состоянии, 32 % – в нормальном и 8 % – в неблагоприятном. Большинство из них (57 %) не имеют жалоб на свое физическое самочувствие, 26 % ощущают недомогания слегка, 15 % – несколько, 1 % – значительно и 5 % – сильно. Данные подростки имеют высокий уровень тревожности (48 %), 21 % девочек имеют как повышенную, так и среднюю тревожность, 10 % подростков имеют пониженный уровень тревожности. Исходя из этого, можем предположить, что высокая тревожность мешает девочкам получать более высокие оценки.

Большинство подростков-сирот с высокой успеваемостью (50 %) находились в нормальном эмоциональном состоянии, 33 % – в благоприятном состоянии и 17 % – в неблагоприятном. Большинство из них (65 %) не ощущают физические недомогания, 11 % ощущают слегка, 3 % подростков ощущают недомогания как значительно, так и сильно. У большинства человек (44 %) был выявлен высокий уровень тревожности, у 25 % – пониженный, у 19 % – средний и у 12 % – повышенный уровень тревожности.

Таким образом, выраженной зависимости уровня успеваемости от уровня тревожности у подростков-сирот не обнаружено.

В. Прокопович

ВЛИЯНИЕ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ ВООБРАЖЕНИЯ НА УСПЕШНОСТЬ ОВЛАДЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКОМ В ШКОЛЬНОМ ВОЗРАСТЕ

Мы провели исследование, заключающееся в выявлении влияния уровня развития воображения на успешность овладения иностранным языком в школьном возрасте. Для этого были избраны две методики из книги-практикума «Основы психологии» Л.Д. Столяренко и «Актуальных проблем психологии интеллекта» А.П. Лобанова, С.И. Коптевой, а остальные две мы разработали самостоятельно, при этом в каждой из четырех методик те части задания, которые звучали на иностранном языке, мы также разработали сами. Методики проводились в общеобразовательной школе в 5, 9 и 11 классах. Ученикам было представлено 4 задания, каждое из которых состояло из двух

частей – на русском и английском языках. Все результаты эмпирических данных школьников были тщательно исследованы для того, чтобы подтвердить или опровергнуть нашу гипотезу, которая заключалась в следующем: чем выше уровень развития воображения, тем успешнее ребенок овладевает иностранным языком. В ходе обработки результатов не выявлено зависимости между уровнем развития воображения и успешностью овладения иностранным языком.

В ходе нашего исследования мы пришли к выводам, что активное воображение лучше всего развито в младшем школьном возрасте; младшие школьники воображают намного больше, чем школьники в средних и старших классах; ученики младших классов вызывают у себя в мыслях образы намного легче, чем в средних и старших классах; уровень развития репродуктивного и продуктивного воображения самый высокий в старшем школьном возрасте; при поставленной задаче вообразить школьники испытывают явные затруднения при изложении своих мыслей на бумаге; с заданиями, направленными на выявление уровня развития воображения и то, как оно влияет на успешность овладения иностранным языком, лучше всех справились 5 и 11 классы.

При выполнении предложенной работы ребята испытывали явные трудности во второй части всех без исключения заданий на английском языке. В то время как необходимо было вообразить необычную историю или ситуацию, у учеников главной задачей было написать хотя бы пару грамматически правильных предложений на иностранном языке. Зато в первой части заданий, которая выполнялась на русском языке, особых проблем не возникало. Было отмечено, что те ребята, у которых оценки по иностранному языку были выше, чем у остальных учеников, не представили в своих работах интересного воображения немыслимых рассказов, как сделали это те школьники, успеваемость которых по иностранному языку была довольно слабой. Таким образом, наша гипотеза не подтвердилась.

М. Пузанкова

ПСИХОЛОГИЯ ОДИНОЧЕСТВА В ПОДРОСТКОВОМ ВОЗРАСТЕ

Люди в обществе принимают на себя различные социальные роли. Адекватное принятие на себя той или иной роли – показатель адаптированности личности. Организуя свое поведение постоянно с точки зрения его социальной желательности, в меньшей мере сообразуясь со своими личными потребностями и чувствами, личность попадает в ловушку своих социальных ролей, что как следствие влечет за собой появление кризиса идентичности. Ярче всего это несоответствие проявляется в подростковом возрасте. В это время подросток колеблется между положительным полюсом идентификации «я» и отрицательным полюсом путаницы ролей. Утрата человеком аутоидентичности и, следовательно, аутентичности своей личности постепенно приводит его к одиночеству в мире.

Продолжительное время в отечественной психологии проблеме одиночества не уделялось должного внимания, поэтому данная проблема требует научной разработки. Результаты проведенного исследования свидетельствуют о корреляционной связи между некоторыми личностными факторами и чувством одиночества. При этом, была выявлена возрастная и половая дифференциация, которая имеется у испытуемых подростков.

В подростковом возрасте взаимосвязь между некоторыми личностными качествами, определяемыми с помощью опросника Кеттела, и субъективным ощущением чувства одиночества выражена ярче. В данном возрасте, подростки с более высоким уровнем ощущения чувства одиночества не уверены в себе и менее общительны. Они уступчивы (что особенно характерно для девочек) и имеют низкий самоконтроль, самооценку. Наблюдается тревожность и напряженность, консерватизм в суждениях и взглядах (что в большей степени свойственно мальчикам).

К возрасту 20–22 лет люди, чувствующие себя одинокими, становятся более доминантны, у них проявляются такие качества личности, как враждебность, независимость, иногда агрессивность, практичность, реалистичность суждений. Сохраняется тревожность и напряженность. Для девушек свойственна робость, а для юношей – настороженность.

Возможно, для того, чтобы снизить вероятность появления возрастных кризисов, таких как кризис идентичности, следует уделять должное внимание формированию личностных качеств. Зная, какие личностные качества связаны с формированием у человека чувства одиночества, можно целенаправленно корректировать процесс становления личности в подростковом возрасте.

Н. Рыбка

АССОЦИАТИВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ КАК ДИАГНОСТИКА УРОВНЯ ВЛАДЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКОМ

Проблема ассоциирования является одной из важнейших и перспективных в психологии речи. Необходима разработка целостной психологической концепции специфики функционирования индивидуального знания при двуязычии. Ассоциации – сложное образование, истинная природа которых может быть понята и объяснена лишь на основе их комплексного изучения.

В основе исследования лежит следующая гипотеза: иноязычный материал, который базируется на индивидуальных ассоциативных связях, запоминается лучше. Таким образом, индивидуальные ассоциации являются основой успешного усвоения иноязычной лексики.

Экспериментальное исследование проблемы проходило поэтапно. В ходе свободного *ассоциативного эксперимента* испытуемым предлагалось на слово-стимул ответить первым пришедшим в голову словом на соответствующем языке. Быстрота являлась обязательным условием работы

в эксперименте. В перерывах между сериями испытуемые выполняли тест, оценивающий уровень их общительности на иностранном языке, что способствовало удалению из кратковременной памяти воспринятого материала. Испытуемые, начинавшие эксперимент с серии на русском языке, справлялись с заданием успешнее, давая до 95 % слов-реакций на английском языке. В ходе эксперимента выявлена следующая закономерность – сбои в ответах при повышении усталости испытуемого: длительность эксперимента – 45 минут. Ведь, согласно энергетической концепции памяти, именно расходование энергии – основная причина затруднений в процессе усвоения и пользования иностранным языком. Неадекватное реагирование представляет собой повтор предыдущей ассоциации, повтор слова-стимула вместо ассоциации, задержка реакции, отказ. Испытуемые в подобных случаях предлагают в качестве реакций однокоренные слова стимулов, например, *thoughtful* ‘задумчивый’ – *think* ‘думать’ или более универсальные реакции типа *honest* ‘честный’ – *quality* ‘качество’, *man* ‘мужчина’, *person* ‘человек’. Временной промежуток между стимулами – 4 секунды. На русском языке, в отличие от английского, этого времени хватает, что говорит о возможности использования свободного ассоциативного эксперимента в диагностической функции. Ведь это только в родном языке говорящий, производя операцию отбора слов, не выбирает их из лексикона, а может ожидать, что у него всплывет тот ансамбль значений, который соответствует замыслу текущей речи. В иностранном же он возникает сам по себе лишь при достаточно высоком уровне владения языком. Следующий этап – эксперимент по запоминанию ассоциативных пар. Половина материала была заимствована из первой серии, другая – взята из словаря ассоциативных норм. Установлено, что запоминание личных ассоциативных пар слов является более эффективным на обоих языках. Следовательно, понимание особенностей формирования иноязычного лексикона оптимизирует процесс обучения иностранному языку.

Е. Сыромятникова

ОЦЕНКА УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ ЧУВСТВА ЯЗЫКА С ПОМОЩЬЮ ТЕСТА СТРУПА

Владеть иностранным языком – значит понимать его глубинные законы и образ мыслей его носителей. В родном языке мы усваиваем это с детства, постепенно обобщая свой речевой опыт и подкрепляя его примерами из жизни. В итоге формируется *чувство языка*. В иностранном языке оно не появляется как побочный продукт общения, его нужно формировать специально. Стоит отметить, что уровень сформированности *ч у в с т в а я з ы к а* является показателем уровня владения соответствующим языком. Поэтому проблемой чувства языка занимались многие ученые. Однако до сих пор не был найден адекватный инструмент оценки его сформированности.

В работе рассматривается феномен интерференции как возможный показатель сформированности чувства языка. Предполагается, что если степень интерференции на иностранном языке заметно ниже, чем на родном, то чувство языка отсутствует вообще или еще недостаточно сформировано. Гипотеза проверялась в лабораторном эксперименте. В качестве испытуемых были студенты 2 и 4 курсов факультета французского языка МГЛУ. На первом этапе используется визуальный вариант теста Струпа для определения степени интерференции; на втором проводится оценка чувства языка при помощи методики составления предложений из слов.

Методика проведения эксперимента: испытуемому предъявляется слайд с названиями цветов на русском языке (красный, синий, желтый и зеленый), написанных в соответствующем цвете, и предлагается как можно быстрее называть цвет слов; на следующем слайде появляются искусственные слова, написанные разными цветами, а задание остается прежним; на третьем и четвертом слайдах названия цветов написаны цветом, который не соответствует значению слова, в первом случае испытуемый должен называть цвет слова, а во втором – читать слова. Опыт повторяется на французском языке.

На втором этапе эксперимента испытуемому с промежутком в 5 секунд предъявляется 30 слайдов с набором слов на французском языке в нужной форме в случайном порядке, из которых он должен составить предложение и озвучить его.

Ведется аудиозапись всего эксперимента. На первом этапе подсчитывается количество правильных ответов, замеряется время выполнения задания по одному слайду, определяется степень интерференции, сравниваются показатели на русском и французском языках. На втором этапе регистрируется общее количество составленных предложений и количество правильных среди них, вычисляется латентный период, делается вывод об уровне владения французским языком каждого из испытуемых. Затем результаты первого и второго этапов сравниваются.

Так как у испытуемых с более высоким уровнем владения иностранным языком степень интерференции приблизительно одинакова на двух языках, то выдвинутая гипотеза подтверждается, что означает возможность применения теста Струпа для диагностики *уровня сформированности чувства языка*.

О. Тимофеева

МОТИВЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО САМООПРЕДЕЛЕНИЯ В РАННЕМ ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

Темой исследования является изучение мотивов выбора профессии учащимися старшего школьного возраста. При выборе работы нас заинтересовал тот факт, почему одни люди успешно овладевают своей профессией, увлеченно работают, а другие разочаровываются в своей профессии. Актуальность исследования обусловлена тем, что знание, какой мотив является

ведущим при выборе профессии: склонности, престижность профессии, полезность для общества и т.д. позволяет предвидеть, насколько успешно человек будет овладевать своей профессией, насколько серьезно, увлеченно будет работать, насколько устойчивым будет интерес к избранной деятельности.

В своем исследовании я использовала методику Е.М. Павлютенкова “Мотивы выбора профессии”. Данная методика позволяет сориентироваться в ведущих типах мотивации выбора профессии. Условно автор делит мотивы на внешние и внутренние. Мною были опрошены учащиеся 11 класса гимназии № 56.

Результаты показали следующее: ведущим типом мотивации является внутренняя индивидуально значимая мотивация. К внутренней индивидуально значимой мотивации относятся интересы, склонности, возможность внутреннего раскрытия личности. Данный тип мотивации характерен для 40 % школьников.

На втором месте находятся внешние положительные мотивы: заработная плата, возможности карьерного роста, т.е. стимулы, ради которых человек считает возможным, нужным приложить свои усилия. Этот тип мотивации назвали 20 % опрошенных.

Третье место заняли внешние отрицательные мотивы: престижность профессии и воля родителей. Данный вид мотивации характерен для 14 % школьников. Из них 8 % назвало мотив “престижность профессии” и 6 % “желание родителей”.

Последнее место занимают внутренние социально значимые мотивы, т.е. степень значимости профессии в социуме и ее полезность для человечества. Этот вид мотивации назвали 6 % одиннадцатиклассников, в основном, это были школьники, которые решили связать свою судьбу с медициной.

Тот факт, что ведущим типом мотивации является внутренняя индивидуально значимая мотивация, не может не радовать, так как доказано, что человек будет успешно осуществлять свою профессиональную деятельность лишь тогда, когда он имеет склонность и интерес к своей профессии.

Е. Шевелёва

СИНХРОННОЕ И ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОЕ ПОНИМАНИЕ РЕЧИ НА РОДНОМ И ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКАХ

Нередко в рабочих, учебных или же просто бытовых ситуациях мы сталкиваемся с проблемой, когда кто-то не понимает или недопонимает нас, даже если мы говорим на своем родном языке. Еще более часты такие случаи, когда коммуникация происходит между носителями двух разных языков. Казалось бы, собеседники свободно владеют языком и настроены на беседу, однако все же происходят какие-то заминки, и один коммуникант понимает то, что сказал другой не сразу. Такие ситуации дают пищу для размышления.

Впервые на этот феномен обратил внимание Б.А. Бенедиктов, который высказал предположение о том, что возможно такие заминки в понимании связаны с тем, что понимание может быть синхронным или же последовательным. Развивая свою теорию, он гипотетически разделил людей на 2 группы: тех, кто понимает услышанное практически одновременно с его восприятием (синхронное понимание), и тех, кто понимает речь некоторое время спустя после ее восприятия (последовательное понимание).

Чтобы убедиться в существовании данного феномена, достаточно обратиться к материалам наблюдений и самонаблюдений, которые подтверждают факт существования предполагаемых различий в понимании устного сообщения. Вполне вероятно, что такая характеристика понимания проявляется у каждого человека не только при пользовании иностранным, но и родным языком. Вероятно, существует определенный общий фактор, который определяет не только синхронность и последовательность понимания, но и наличие таких личностных качеств, как решительность/нерешительность, быстрота мышления/замедленность реакций на происходящее. Отсюда возможные различия в понимании речи у разных людей.

В ходе работы над проблемой проведен анализ научной литературы, однако источников, непосредственно раскрывающих сущность феномена, в литературе не обнаружено. Также не обнаружены и какие-либо методики исследования данной проблемы. По этой причине для эмпирической оценки рассматриваемого явления, нами была разработана собственная методика, цель которой состояла в экспериментальном изучении феномена синхронного и последовательного понимания.

Исследование проблемы является актуальным, и при дальнейшей разработке полученные результаты могут быть использованы для отбора и последующей профессиональной подготовки синхронных переводчиков и других специалистов, чьи профессиональные навыки требуют от них быстроты реакции, а также для разработки методических пособий по подготовке специалистов такого рода.

К. Шумакова

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛИДЕРА

Лидер происходит от англ. *leader* 'ведущий'. Л и д е р – это лицо, способное воздействовать на других в целях интеграции совместной деятельности, направленной на удовлетворение интересов данного сообщества.

В соответствии с учением М. Вебера о способах легитимации власти лидеров подразделяют на: *традиционных* (вожди племен, монархи); *рационально-легальных* – это лидеры, избранные демократическим путем; *харизматических* – лидеров, наделенных выдающимися качествами, необычайной способностью к руководству. Также существует *бытовой тип* лидерства (в семье), *социальный тип* (в производственных организациях), *политический*

тип (в государственных организациях). Тип лидерства зависит от природы группы и проблем, которые предстоит решать.

Подходы к изучению лидерства различаются комбинацией 3 основных переменных: лидерские качества, лидерское поведение и ситуация, в которой действует лидер. *Традиционные концепции* предлагали определять эффективное лидерство на основе либо качеств лидера, либо образцов его поведения. Но эти концепции так и не создали завершенной теории из-за бесконечного множества выявленных качеств и образцов поведения. *Ситуационные теории* личности появления лидера: это результат места, времени и обстоятельств. Американский ученый Э. Хартли предложил модификацию этой теории: если индивид становится лидером в одной ситуации, то он становится им и в другой; в результате стереотипного восприятия лидеры в одной ситуации рассматриваются группой как лидеры вообще; став лидером в определенной ситуации, человек приобретает авторитет, который способствует его избиранию лидером и в следующий раз; лидером чаще выбирают человека, имеющего мотивацию к достижению этой позиции.

Существуют два основных метода выявления лидера в конкретной группе: путем опроса и путем наблюдений. Общий критерий – фактор влияния, оказываемого личностью на окружающих участников группы. По результатам анкетирования среди студентов 1 курса ФИЯ (всего 29) выяснилось, что 93 % наделяют лидера общительностью; 90 % – уверенностью, инициативностью, честностью, дружелюбием; 86 % – смелостью и 79 % – чувством юмора. Также было установлено, что 76 % считает, что у них в группе нет лидера, и 69 % опрошенных не хотят стать лидерами. Однако на вопросы: У Вас есть цель, к которой Вы стремитесь? Вы верите, что достигнете своей цели? ответили положительно соответственно 96% и 93% студентов, что свидетельствует о задатках лидера у этих людей. Возможно, такое противоречие можно объяснить тем, что группа недостаточно сплотилась в единый коллектив из-за небольшого промежутка времени. Вероятно, студенты-лидеры не успели раскрыться, ведь лидер – это категория, свойственная коллективу.

Позиция лидера – это роль в определенной системе. Чтобы оставаться лидером, необходимо принимать традиции, нормы и цели группы, помогать группе в достижении целей и оправдывать ее ожидания.

А. Якимова

АСПЕКТЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ В ЮНОШЕСКОМ ВОЗРАСТЕ

Социализация молодого поколения является важным условием социальной стабильности и определенной целостности самого общества. Являясь действующей силой процессов реформирования общества, молодежь, с одной стороны, отражает в специфических формах все его проблемы, а с другой – вырабатывает свой особенный путь социализации,

с присущей ему системой ценностных ориентаций, жизненных целей, формами общественной деятельности (И.С. Кон, А.В. Мудрик, М. Мид, Ф. Райс и др.). Взросление как процесс социального самоопределения многомерно и многогранно, но «рельефнее» (И.С. Кон) всего его противоречия и трудности проявляются в формировании жизненной перспективы, отношении к окружающим и самому себе, в мировоззрении и моральном сознании. Трудности юношеской рефлексии о смысле жизни – в правильном совмещении ближней и дальней перспектив (А.С. Макаренко).

Жизненная перспектива – это способ структурирования своего ближайшего и отдаленного будущего на основании ценностных ориентаций, жизненных ориентаций и планов. Построение жизненной перспективы подразумевает составление жизненных планов, которые предполагают выдвижение этапных целей, разработку путей их достижения, рефлекссию смысла реализации поставленных целей (В.Г. Асеев, Е.И. Головаха, В.И. Ковалев, А.А. Кроник, Н.Н. Толстых, Ж. Нюттен и др.). Психологическое время личности определяется продуктивностью событий и мерой их реализованности на основе осмысления ценностных ориентиров. Временная перспектива рассматривается как функция репрезентации или когниции (Ж. Нюттен), как выделяемый в сознании план представлений о будущей жизни.

Была исследована временная перспектива студенческой молодежи (233 чел., 2 курс) с помощью авторских методик «Ценностные ориентиры» и «Ориентированность» (Г.В. Вержибок). Результаты выявили проблемное поле ценностно-смысловой сферы респондентов во временном пространстве:

– определен круг представлений о будущем в плане долгосрочных жизненных целей в виде базовых адаптационных ориентиров (семья, безопасность, друзья, работа), при этом ответы показывают высокую степень недооценивания собственной активности в решении жизненных проблем, нежелании брать на себя ответственность, предрасположенности к конформному поведению;

– отмечается высокий уровень принятия прошлого, размытость и нечеткость настоящего, неконкретность и неопределенность будущей перспективы (различий у юношей и девушек не выявлено).

Представления о будущем как «формирующейся действительности» (К. Обуховский, 1981) являются неотъемлемой частью жизненного пути человека, поскольку образуют субъективный образ и направление развития. Оформление целостной картины перспектив есть предпосылка готовности к жизненным выборам, залог самореализации в дальнейших действиях.

МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

В. Андрейчук

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

В условиях значительных изменений, происходящих в настоящее время в нашем обществе и в системе высшего образования, возрастает роль и значение самостоятельной работы студентов в вузе, так как без нее нельзя приобрести глубокие прочные знания и устойчивые умения. Также процесс информатизации, затронувший сферу образования, приводит к созданию современных технологий образования.

Сегодня основной целью обучения иностранным языкам является формирование и развитие коммуникативной культуры, обучение практическому владению иностранным языком. Безусловно, активизация и оптимизация познавательной деятельности невозможна без современных педагогических технологий, таких как обучение в сотрудничестве, проектная методика, а в условиях компьютеризации учебного процесса – без использования интернет-ресурсов, которые активизируют познавательную деятельность студентов, формируют информационную культуру, навыки исследовательской и аналитической деятельности. Рассмотрим некоторые виды самостоятельной работы, которые могут выполняться с использованием возможностей Интернета.

1. *Поиск информации в сети* с помощью поисковых систем – Яндекс (<http://www.yandex.ru>), Rambler (<http://www.rambler.ru>), Google (<http://www.google.ru>); популярных энциклопедий, таких как Wikipedia (<http://wikipedia.org/>), Викизнание (<http://www.wikiznanie.ru/>); электронных библиотек; сайтов периодических изданий.

2. *Организация диалога в сети* подразумевает использование электронной почты. Общение в виртуальной реальности, осуществляемое с ее помощью, развивает межкультурную компетенцию и коммуникативные способности, а также дает возможность быстро и эффективно обмениваться информацией.

3. *Выполнение тематических веб-квестов (web-quests)*. Веб-квест – специальным образом организованный вид исследовательской деятельности, для выполнения которой студенты осуществляют поиск информации в сети по заранее указанным адресам. Веб-квесты создаются учителем для того, чтобы учащиеся умели использовать полученную информацию в практических целях и развивали умения критического мышления, анализа, синтеза и оценки информации.

В заключение можно сказать, что работа с интернет-ресурсами позволяет активизировать самостоятельную деятельность студентов. Современные интернет-ресурсы привлекательны не только наличием разнообразного текстового материала, но и мультимедийного, что повышает заинтересованность студента в образовательном процессе и самостоятельном поиске информации.

Е. Воронцова

ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ УСТНОМУ ИНОЯЗЫЧНОМУ ОБЩЕНИЮ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ПРИЕМОВ ИНТЕНСИВНЫХ МЕТОДОВ

На современном этапе развития образования обучение учащихся иностранному языку требует максимального использования способностей личности. *Интенсивные методы* дают возможность за относительно короткий промежуток времени сформировать у учащегося определенный комплекс умений и навыков, а также снять психологические барьеры общения. Это происходит за счет более активного использования психологических и личностных возможностей, которыми располагают учитель и учащийся.

Использование приемов и н т е н с и в н ы х м е т о д о в позволяет активизировать процесс обучения, усиливая мотивацию учения, а через нее оказывая положительное влияние на учебно-познавательную деятельность в целом.

Одним из основных приемов является ролевая игра, в ходе которой обучаемому присваивается престижная социальная роль. Цель ролевой игры – сформировать и развить речевые навыки и умения учащихся, а также предоставить возможность использовать имеющиеся знания, опыт и навыки общения в различных ситуациях.

Специфическим для интенсивных методов является систематическое применение коммуникативных заданий, а также музыки, песен, стихотворений и наглядных пособий. Значимыми для активизации учебного процесса оказываются авторитет учителя, инфантилизация, двуплановость, прием концертной псевдопассивности. Общение в процессе интенсивного обучения иностранному языку зачастую организовано в форме полилога, что позволяет применить один из принципов данной методики – принцип коллективного взаимодействия. Огромное значение для достижения успешного результата имеет работа в парах и в группах.

К значимым приемам относят также сопровождение речевого взаимодействия паралингвистическими средствами, использование ритма, интонации.

В ходе обучения лексике применяют лексические игры, кроссворды, чайнворды, игры типа «Снежный ком», усиливающие мотивацию и активизирующие деятельность учащихся на уроке.

Таким образом, использование элементов интенсивных методов, усиливая мотивацию учения и активизируя резервные возможности личности и коллектива, способствует более эффективному обучению иностранному языку.

В. Демина

МОДЕЛИРОВАНИЕ ИГРОВЫХ ПРИЕМОВ ОБУЧЕНИЯ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

Современное обучение направлено на формирование поликультурной многоязычной личности, способной к межкультурному общению. Это подразумевает овладение учащимися иноязычной коммуникативной компетен-

цией. Тем более нельзя переоценить помощь, которую может оказать *игра* при изучении иностранного языка, поскольку она обеспечивают активное участие в уроке каждого ученика, стимулируют речевое общение, способствует формированию интереса и стремления изучать иностранный язык.

Особенно важную роль и *г р а* имеет в организации обучения учащихся младших классов. В школьном возрасте происходит переход от игр в плане внешних действий к играм в плане воображения. Меняется соотношение этими двумя деятельностью: игра начинает подчиняться учебной деятельности. В. Вересаев писал, что, когда ему приходилось заучивать неправильные латинские глаголы, они представлялись ему военными бастионами, и он повторял их до тех пор, пока они не рушились.

Формы игр чрезвычайно разнообразны. Это и приспособленные к учебным задачам настольные игры, это и сюжетно-ролевые игры. Игры могут быть и специфически лингвистическими: грамматическими, лексическими, фонетическими и орфографическими. Это так называемые «подготовительные игры», способствующие формированию речевых навыков. Подобные игры могут сделать скучную работу, требующую многократного повторения одних и тех же структур, более интересной и увлекательной.

Е.И. Пассов определяет основные цели использования игры на уроках иностранного языка: формирование определенных навыков; развитие определенных речевых умений; обучение умению общаться; развитие необходимых способностей и психических функций; познание (в сфере становления собственно языка); запоминание речевого материала.

Игра способствует выполнению важных психологических и методических задач: снятию тревожности и созданию психологической готовности детей к речевому общению; обеспечению естественной необходимости многократного повторения учащимися языкового материала; тренировке учащихся в выборе нужного речевого материала, что является подготовкой к ситуативной спонтанности речи вообще. В процессе выполнения работы осуществляется также воспитательная задача: выявление творческих возможностей детей, стимулирование общения и взаимодействия в группах.

Игровые приемы не полностью изучены. Каждый учитель использует их по-своему. В зависимости от цели, типа урока можно организовать различные виды игр. В последнее время понятие игры расширилось и включает в себя также компьютерные игры, что обусловлено развитием современных информационных технологий.

А. Дорошева

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТЕНТИЧНЫХ АУДИОТЕКСТОВ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ

В рамках компетентностного подхода, одного из ведущих в обучении иностранным языкам в нашей стране, учащиеся должны овладеть коммуникативной компетенцией во всех видах речевой деятельности. В компо-

нентный состав коммуникативной компетенции входит *социокультурная компетенция*, предполагающая овладение знаниями о национально-культурной специфике страны изучаемого языка, умениями понимать речевое и неречевое поведение носителей иностранного языка. В этой связи наиболее адекватным средством обучения восприятию и пониманию иноязычной речи на слух являются аутентичные материалы (Р.П. Мильруд и Е.В. Носонович, К.С. Кричевская, Г.И. Воронина). На наш взгляд, наиболее полным является определение, согласно которому *аутентичным* называется текст, характеризующийся естественностью лексического наполнения и грамматических форм, стилистической и ситуативной адекватностью используемых языковых средств.

Актуальность использования именно *аутентичных* материалов не вызывает сомнения, однако аутентичность и дидактическая обработка текстов не являются взаимоисключающими понятиями. То есть материалы, созданные для учебных целей, также могут быть весьма эффективными. Признавая этот факт, мы полагаем, что аутентичный текст должен отвечать следующим требованиям: 1) сохранение аутентичности лексики, фразеологии и грамматики; 2) связность текста; 3) стилистическая и ситуативная адекватность языковых средств; 4) отражение особенностей культуры и национальной ментальности носителей языка; 5) информативность и эмоциональная насыщенность.

На основании вышеизложенного при отборе аудиотекстов для обучения учащихся старших классов восприятию и пониманию английской речи на слух нами были учтены следующие критерии: 1) культурологическая и страноведческая ценность; 2) типичность; 3) современность и общеизвестность в среде носителей языка; 4) привлекательность для обучаемых.

Также в учебных целях нами были добавлены следующие дидактические критерии: 1) наличие в тексте функциональных опор для понимания учениками устноречевых высказываний на английском языке; 2) проблемность, необходимая для формирования у учащихся собственного отношения к поднятым в тексте проблемам; 3) полипредметность для переноса знаний и умений, полученных в рамках изучения других тем и учебных предметов, на формирование речевых умений в рамках изучаемой темы.

Е. Карпач

МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТА

Самым эффективным средством формирования и развития *социокультурной компетенции* является пребывание в стране изучаемого языка, но не все имеют такую возможность. Однако научно-технический прогресс и развитие современных средств информационных технологий позволяют решить данную проблему. Таким средством, в частности, является глобальная сеть Интернет.

Одной из образовательных услуг Интернета является возможность учащихся участвовать в различных международных *интернет-проектах* и тем самым вступить в диалог с носителями других культур. Данный вид проекта имеет ряд особенностей, которые проявляются в его межпредметном и междисциплинарном характере, компьютерной телекоммуникации и в условиях проведения.

Интернет-проекты имеют и некоторую организационную специфику.

1-й этап: организационный, проводимый координатором. Он включает организацию технической, методической и педагогической поддержки проекта.

2-й этап: поиск партнеров и представление, предполагающие начало переписки, выяснение области интересов партнеров.

3-й этап: выбор и обсуждение идеи будущего проекта.

4-й этап: обсуждение методических аспектов и организации работы учащихся на уроке и во внеурочное время.

5-й этап: структурирование проекта с выделением подзадач для определенных групп учащихся, подбор необходимых материалов.

6-й этап: собственно работа над проектом.

7-й этап: подведение итогов.

Учащиеся в процессе реализации проекта выполняют следующие задачи:

- *разработка проекта*: обмен электронными представительскими письмами, тестирование, анкетирование, опрос средствами электронной почты;
- *реализация проекта*: электронная версия дневника проекта, письма по электронной почте, дискуссионные форумы и чаты, общение в реальном режиме с помощью ICQ;
- *заключительный этап*: создание веб-страниц, веб-сайтов, компьютерных программ, виртуальных журналов.

Таким образом, интернет-проект открывает новые возможности для развития творческого потенциала учащихся, их самостоятельного мышления, способностей к самообразованию. Кроме того, Интернет создает языковое окружение, что позволяет учащимся использовать язык как средство реального иноязычного общения.

Л. Кужель

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ И ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ МОНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ НА ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ УЧАЩИХСЯ СРЕДНЕГО ЭТАПА

Монологическую речь как один из видов активной речевой деятельности определяют как речь одного лица, выражающего в более или менее развернутой форме свои мысли, намерения, оценку событий и др. Целью обучения монологической речи на среднем этапе является формирование умений коммуникативно-мотивированно, логически последовательно и связно, достаточно полно и правильно в языковом отношении излагать свои мысли в устной форме.

Рассмотрим *психологические особенности* монологической речи на среднем этапе обучения.

- *Мотивированность*. У учащегося должно быть желание, намерение сообщить что-либо слушающим на иностранном языке.
- *Ситуативность*. Монологическая речь должна быть ситуативно обусловленной, ситуация является для монолога отправным моментом, потом он как бы отрывается от нее, образуя свою среду – контекст.
- *Непрерывность*, которая позволяет говорящему связно и полно высказать свои мысли.
- *Последовательность, логичность, полнота и связность изложения мысли* являются важнейшими качествами монологической речи, вытекающими из ее контекстной природы. Умение раскрыть замысел без использования невербальных (неязыковых) средств (как в случае диалогической речи) является одним из требований, предъявляемых к монологическому высказыванию.
- *Организованность* – подразумевает под собою программирование речи заранее.
- *Адресованность*. Монолог не нуждается в постоянном собеседнике, вместе с тем монолог всегда направлен (адресован) на слушателя, как в случае выражения мыслей, оценки либо сообщения различного рода информации.
- *Эмоциональная окрашенность*. Предложенная особенность важна для адекватного восприятия адресатом содержания монологического высказывания.

Лингвистическими особенностями обучения монологической речи на среднем этапе являются:

- *Многосоставность предложений* подразумевает под собой развернутое изложение мыслей;
- *Усложненный синтаксис*, т.е. умение комбинирования в соответствии с целями и условиями общения, в частности, выбором соответствующего порядка слов, союзов и союзных слов;
- *Языковая связность*, которая определяется грамотным использованием языковых средств;
- *Использование логико-синтаксических схем (ЛСС), других видов смысловых и содержательных опор, таблиц и др.*

Е. Кулеш

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ РЕЧЕВОЙ КОМПЕТЕНЦИИ УЧАЩИХСЯ

Формирование речевой компетенции неразрывно связано со знаниями особенностей коммуникативного поведения носителя культуры. Поэтому одной из предпосылок успешного формирования речевой

к о м п е т е н ц и и является выбор методического подхода, позволяющего обеспечить формирование у молодого поколения высокой коммуникативной культуры и подготовку к межкультурному взаимодействию. На наш взгляд, наиболее приемлемым является *культурологический подход*, так как представители данного подхода уделяют особое внимание взаимосвязи языка и культуры, обучению в контексте диалога культур. В научной литературе к у л ь т у р о л о г и ч е с к и й п о д х о д трактуется широко, выделяют страноведческий, лингвострановедческий и социокультурный подходы, отсутствует единое мнение к определению базовых методических положений.

В рамках нашего исследования в основу формирования речевой компетенции положена идея *диалога культур* как залога успешности в формировании иноязычной коммуникативной компетенции учащихся. Это связано с тем, что всемирная глобализация, расширение мирового пространства требуют наиболее глубоких знаний в сфере культуры. Соответственно в процессе обучения иностранному языку учащимся необходимо овладеть реалиями двух культур, родной и иностранной, (лингвострановедческая составляющая); правилами вербального и невербального поведения в двух культурах (социолингвистическая составляющая); традициями, обычаями и ценностями двух культур (этнолингвистическая составляющая); средствами отражения реалий, правил вербального и невербального поведения, традиций, обычаев и ценностей (лингвокультурологическая составляющая).

В качестве составляющих по формированию речевой компетенции нами выделены *коммуникативное поведение* и *факты культуры*. Коммуникативное поведение является компонентом национальной культуры и описывает нормы общения народа, группы людей или личности как некоторую упорядоченную систему правил. Будучи своего рода ориентирами речевого поведения, вторым базовым компонентом к формированию речевой компетенции выступают ф а к т ы к у л ь т у р ы . Мы относим к фактам культуры только те явления, которые отличают чужую культуру от родной.

Н. Листратенко

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ «ОБУЧЕНИЕ В СОТРУДНИЧЕСТВЕ» В ОБУЧЕНИИ ЛЕКСИКЕ С НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫМ КОМПОНЕНТОМ СЕМАНТИКИ

Технология «обучение в сотрудничестве» позволяет создавать условия для активной совместной деятельности учащихся в разных учебных ситуациях, в том числе и при обучении лексике с национально-культурным компонентом семантики (ЛЕНКС).

ЛЕНКС – слова, «своеобразная семантика которых отражает своеобразие культуры», т.е. они обладают культурным компонентом значения слова. Именно ЛЕНКС несут ценную информацию о специфике национальной внеязыковой действительности.

Использование технологии «обучение в сотрудничестве» позволяет повышать лингвопознавательную мотивацию учащихся в процессе овладения ЛЕНКС, активизировать их фоновые знания, проектировать разнообразные ситуации общения, а также совершенствовать навыки иноязычного взаимодействия.

Как показало опытное обучение, на этапе ознакомления учащиеся более точно и полно раскрывают значение безэквивалентных, коннотативных, фоновых лексических единиц в ходе совместного обсуждения их в группах. Изучение широкого спектра значений данных ЛЕ способствует осмыслению национальной специфики ЛЕНКС.

Формирование навыков употребления ЛЕНКС осуществляется за счет многократного использования лексических единиц каждым учащимся при выполнении культуроведчески ориентированных упражнений.

На этапе активизации ЛЕНКС в речи моделируются речевые ситуации, позволяющие учащимся обмениваться фоновыми знаниями и использовать лексические единицы адекватно социокультурному контексту. Работа в малых группах дает возможность учащимся овладеть моделями адекватного речевого и неречевого поведения, характерными для изучаемой культуры.

В ходе взаимодействия учащиеся овладевают навыками учебного сотрудничества, что, с одной стороны, позволяет лучше усвоить ЛЕНКС, а с другой стороны, позволяет приблизить проектируемые ситуации к реальному общению.

А. Назарова

К ПРОБЛЕМЕ ОБУЧЕНИЯ ЧТЕНИЮ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ НА ОСНОВЕ КОММУНИКАТИВНО-КОГНИТИВНОГО ПОДХОДА

По своей природе чтение является когнитивно-развивающим процессом, в котором разные виды деятельности (прогнозирующей, когнитивной и эвристической) переплетаются в различных соотношениях и пропорциях. Поэтому обучение чтению как виду речевой деятельности целесообразно строить на основе *коммуникативно-когнитивного подхода*, который ориентирует обучаемых на социально-познавательную активность и предполагает включение обучаемых в когнитивную деятельность, направленную на осмысление социальных процессов, на осознание языковой картины мира и себя в ней. Этот подход позволяет вскрыть собственно психологические субъектно-деятельностные аспекты процесса чтения и сделать акцент на выявлении внутренних резервов оптимизации чтения, что, в свою очередь, дает возможность раскрыть и самосовершенствовать когнитивные ресурсы личности. Чтобы организовать обучение чтению с учетом специфики *коммуникативно-когнитивного подхода*, необходимо опираться на следующие положения.

Необходимо учитывать коммуникативную сущность процесса чтения и строить технологию обучения так, чтобы она включала в себя *формирование коммуникативной компетенции* чтения как стратегически функционирующей системы знаний и умений совершать с ними (знаниями) действия для дости-

жения коммуникативного результата, т.е. понимания графически закодированной речевой посылки с целью дальнейшего использования полученной информации.

Обучение чтению предполагает учет когнитивных аспектов этого процесса. Чтение как сложный, многоуровневый, разнонаправленный коммуникативно-когнитивный процесс включает следующие когнитивные уровни переработки информации (уровни понимания) (по теории В. Кинча и Т.А. ван Дейка): *репрезентация ситуации* – некоторое ментальное представление события или факта, которое формируется на основе языковых данных. Происходит общее понимание текста на уровне значений; *конструирование партикуляризованной репрезентации ситуации* (партикуляризация схемы) – спецификация информации, содержащейся в тексте. На этом этапе выделяются смысловые части, устанавливается последовательность фактов, причинно-следственные связи. Осуществляется переход от уровня значений к уровню смысла, происходит концептуализация – переработка поступающей информации, приводящая к образованию концепта; *конструирование ментальной модели* – выполнение умственных операций по выведению суждений на основе содержания текста, преобразованию информации, ее компрессии, развитию, сравнению с уже известными фактами, ее оценке и т.д. Переработка текстовой информации на данном этапе происходит на прагматическом уровне.

Когнитивно-развивающий процесс обучения чтению предполагает формирование у обучаемых *когнитивных* стратегий извлечения и использования информации, в частности, *пропозиционных* стратегий, которые обеспечивают понимание на уровне значений, стратегий *локальной когерентности (связности)*, способствующих объединению элементов воспринимаемой информации в одно более общее значение, *прагматических* стратегий, обеспечивающих творческую переработку текстовой информации.

Процесс обучения с точки зрения коммуникативно-когнитивного подхода должен предусматривать *активизацию речемыслительной и познавательной деятельности*. Здесь чтение понимается как выполнение мыслительных действий различной сложности, направленных на решение речемыслительных задач в постоянно изменяющихся ситуациях, поэтому *проблемные ситуации и учебные задачи* – основа обучения чтению.

Таким образом, учет коммуникативной и когнитивной составляющих процесса чтения обуславливает методику обучения этому виду речевой деятельности.

Ю. Рабец

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
НА УРОКАХ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА
В СТАРШИХ КЛАССАХ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ

В настоящее время главная цель обучения иностранным языкам в общеобразовательной школе состоит в формировании поликультурной многоязычной личности, способной самостоятельно работать над изучением

иностранный язык. Настоящая цель требует внедрения в практику новых технологий, одной из которых является проектная технология. Проектная технология является особенно актуальной на старшем этапе обучения, где на первый план выступает самостоятельное использование старшеклассниками иностранного языка как средства получения новой информации.

Проектная технология предусматривает реализацию трех этапов: *подготовительного, основного, заключительного*.

П о д г о т о в и т е л ь н ы й этап предполагает определение темы-проблемы, выдвижение гипотез решения проблемы, формирование творческих групп, обсуждение критериев оценки, разработку плана действий группы:

Определение темы-проблемы является отправной точкой в работе над проектом. Инициатива при выборе темы-проблемы может исходить как от учителя, так и от учащихся, выбор проблемы может также представлять собой совместную деятельность учителя и учащихся.

Выдвижение гипотез решения проблемы может осуществляться, например, с помощью мозгового штурма, круглого стола, эвристической беседы.

Разработка плана действий группы включает определение источников информации, наилучших способов сбора и анализа данных, способа оформления результатов проекта.

О с н о в н о й этап – это этап выполнения проекта. Он предполагает сбор информации, ее анализ, отбор и творческую переработку, выбор формы представления информации, оформление конечного продукта проекта.

Сбор информации. Учащиеся собирают информацию по теме-проблеме, проводят ее к систематизации.

Выбор формы представления информации. Учащиеся обсуждают варианты проведения презентации проекта в рамках предоставленного им времени. Кроме того, оговариваются визуальные средства, которые будут иллюстрироваться во время презентации.

Основной этап завершается оформлением *конечного продукта* проекта.

З а к л ю ч и т е л ь н ы й этап включает защиту проекта и оценку результатов и процесса в целом.

Правильно организованная проектная работа оказывает положительное обучающее воздействие на учащихся, способствует самостоятельному добытию знаний и опыта учащимися из непосредственного личного общения с реальной жизнью, развивая у них независимость, самостоятельность, критическое мышление, инициативу и рефлексивность.

М. Родина

ОБ ОТБОРЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ ДЛЯ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ ДИСКУССИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Одной из важнейших задач обучения русскому языку как иностранному (РКИ) является развитие умений говорения. *Дискуссия* стимулирует иноязычное общение студентов, предоставляя каждому возможность для самовы-

ражения, т.е. отвечает не только познавательным, коммуникативным, но и личностным потребностям обучаемых. Обучение дискуссии на материале художественных текстов (ХТ) является составной частью процесса обучения студентов-иностранцев РКИ в целом и говорению на русском языке, в частности. Посредством ХТ происходит знакомство иностранных студентов с культурой, историей, образом жизни и традициями народа, язык которого они изучают. ХТ стимулирует мыслительную деятельность студентов, учит их сравнивать и сопоставлять реалии своей и чужой культуры, позволяет вступать в опосредованное общение с автором и способствует межкультурной коммуникации. Учебный потенциал ХТ рассматривается как содержательная и мотивационная основа для развития дискуссионных умений студентов (Топтыгина, 2001).

Для успешного проведения дискуссии на русском языке на занятиях студентов-иностранцев на основе ХТ необходим рациональный отбор произведений русской литературы, рассматриваемых в качестве основы для обучения дискуссии. При отборе ХТ следует учитывать уровень лингвистической, культурологической и страноведческой подготовки иностранных студентов. Отбираемые ХТ должны рассматриваться с точки зрения содержащейся в них социокультурной информации (Смеякова, 1993). Современные исследователи (И.А. Зимняя, Н.В. Кулибина, Н.Ю. Филимонова, Т.Е. Печерица, Е.Д. Матрон, Т.А. Вишнякова, Л.С. Журавлева и М.Д. Зиновьева) главными критериями считают учет художественной и содержательной значимости произведения, языковую и смысловую доступность, читабельность ХТ, новизну информации, учет познавательных потребностей, вкусов, желаний, интересов студентов, поскольку степень их мотивированности и вовлеченности в учебный процесс, а также согласие с целью и условиями обучения в огромной мере влияет на эффективность усвоения знаний о языке, его практического владения (Зимняя, 1984). Необходимо учитывать также объем ХТ. Большинство исследователей (Н.В. Кулибина, Л.П. Смеякова, Н.В. Топтыгина, Н.Ю. Филимонова, Т.Е. Печерица, Е.Д. Матрон) отдают предпочтение текстам небольшого объема. При отборе ХТ для дискуссии нужно также учитывать возрастные, этнические и социальные характеристики иностранных студентов, на занятиях с которыми она будет проводиться. ХТ должен предоставлять возможность свободной независимой интерпретации с последующей дискуссией (Матрон, 2002).

Ю. Савчук

К ВОПРОСУ ОБУЧЕНИЯ УЧАЩИХСЯ ДИСКУССИИ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ АУТЕНТИЧНЫХ ВИДЕОМАТЕРИАЛОВ

Дискуссия является объектом достаточно большого числа исследований. Однако, как показывают последние наблюдения, существуют определенные проблемы, связанные с недостаточным развитием у учащихся умений, вести дискуссию на иностранном языке. Для оптимизации обучения умениям дискуссионного общения, необходимо шире использовать возможности сов-

ременных информационных технологий, в том числе аутентичных видеоматериалов, среди которых особого внимания заслуживают *ток-шоу*.

Аутентичные видеоматериалы обладают большими потенциальными возможностями в обучении *дискуссии*. Так, все *ток-шоу* создают проблемные ситуации, стимулируя устно-речевое общение обучаемых: выражение своего собственного мнения, стремление узнать мнение собеседников по проблемному вопросу, обсудить сложившуюся ситуацию. Данные видеоматериалы предлагают большое разнообразие образцов языка и речи, включая как общеупотребительную, так и специальную лексику, необходимую при аргументации своих суждений согласно тезису дискуссии; идиомы, клише, причем в реальном контексте, как их используют носители языка.

Использование такого рода аутентичных видеоматериалов, как *ток-шоу* способствуют возникновению эффекта соучастия и сопереживания, т.е. чувства эмпатии, что, в свою очередь, создает условия реальной мотивированной коммуникации. Эмоциональные мотивы в деятельности обучаемых связаны с оценочным отношением, что приводит к формированию собственных суждений и желанию отстоять свою точку зрения по обсуждаемому вопросу. Таким образом, использование *ток-шоу* способствует развитию следующих умений: аргументировать свое мнение, классифицировать аргументы за и против, обобщать сказанное, корректировать и переформулировать свое мнение с учетом приведенных новых аргументов, находить слабые стороны в высказываниях оппонента, формулировать мнение, удовлетворяющее в большей или меньшей степени большинство участников дискуссии.

Кроме того, просмотр *ток-шоу* содействует адаптации к индивидуальным особенностям речи носителей языка, помогает вырабатывать определенный речевой темп, тональность, экспрессивную окраску. Представленные на экране речевые ситуации дают возможность увидеть взаимоотношения участников общения через взаимодействие языковых, речевых и паралингвистических средств. Следовательно, использование *ток-шоу* способствует развитию экспрессивных умений, основывающихся на правильном интонационном оформлении, умении логично ставить ударение, а также умении использовать адекватные своим чувствам и принятым в обществе нормам эмоционально-окрашенные вербальные средства.

В процессе обучения дискуссии на иностранном языке целесообразно применять такие приемы коммуникативного обучения, как раздельный просмотр (*jigsaw viewing*), информационный разрыв (*information gap*), ролевая игра и др.

И. Станкевич

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ УСТНОМУ ИНОЯЗЫЧНОМУ ОБЩЕНИЮ В КОНТЕКСТЕ ДИАЛОГА КУЛЬТУР

В настоящее время в связи с расширением контактов между представителями различных культурных сообществ меняется ценностная значимость иностранного языка (ИЯ) для общества, которое начало испытывать потреб-

ность в коммуникантах, не только свободно говорящих на ИЯ, но и адекватно взаимодействующих с представителями различных культур. Перенесение образовательных акцентов с обучения ИЯ и иноязычной речи на обучение устному иноязычному общению *в контексте диалога культур* (ДК) потребовало поиска такого культуроведческого подхода, который обеспечивал бы овладение ИЯ как средством межкультурной коммуникации (МК). По нашему мнению, таким подходом является межкультурный подход, который мы рассматриваем как совокупность приемов и технологий, направленных на коммуникативно ориентированное соизучение ИЯ и культуры с опорой на родную культуру учащихся с целью обеспечения полноценной коммуникации. Межкультурная направленность обучения устному иноязычному общению в контексте ДК в рамках данного подхода реализуется за счет следующих принципов.

Принцип *опоры на родную культуру*. Для того чтобы приобщение к другой культуре не отчуждало человека от родной, не ослабляло и ущемляло национального чувства, оно должно базироваться на твердой основе своей культуры. Только опираясь на эту основу, можно делать следующий шаг – заставить пережить «другое» как свое. Взаимодействие культур характеризуется прежде всего тем, что «инонациональное» помогает осознать объективную ценность «своего», более глубоко понять его своеобразие, выявить новые грани, тенденции функционирования и прогнозирования развития.

Принцип *трехплановости*: обучение устному иноязычному общению в контексте ДК строится на когнитивном, коммуникативном и аксиологическом уровнях. Когнитивный уровень связан с познанием культурно значимой информации, с передачей знаний, развитием умений извлечения межкультурной информации, т.е. пониманием культуры. На коммуникативном уровне учащиеся развивают умения взаимодействия и общения как с представителями иной культуры, так и в контексте изучаемой культуры. Аксиологический уровень предполагает выявление ценностных ориентаций и формирование личностных смыслов.

Принцип *эмпатии* предполагает проявление толерантности к другому образу мыслей, к иной позиции партнера по общению, позволяет избегать сбоев в общении, снятие страха и неуверенности перед чужим, принятие на себя новой роли в коммуникации, отсутствие предубеждения.

Принцип *проблемности и аутентичности* учебных материалов, учебного коммуникативного фона речевой деятельности обучаемых предусматривает моделирование различных ситуаций межкультурного общения (МО), важных для осуществления культурно обусловленной речевой деятельности и взаимодействия с представителями иноязычной культуры. Параметрами проблемных ситуаций выступают участники общения, коммуникативные намерения и цели, коммуникативные ожидания, роли участников МК, их фоновые знания, условия общения. Моделирование ситуаций находит отражение прежде всего в тексте задания и представленной наглядности.

Соблюдение данных принципов дает возможность культуроведческого обогащения речевой практики на уроках ИЯ, актуализирует опору на межпредметные знания, стимулирует учащихся к изучению других языков и культур и подготавливает их к общению не только на лингвистическом, но и на психологическом уровне в любых ситуациях в рамках МО.

М. Столяр

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ УЧАЩИХСЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ ДЕЛОВОМУ ПИСЬМУ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ

В настоящее время наблюдается рост интереса к обучению написания *деловых писем* на иностранном языке. Это объясняется в первую очередь тем, что в последние годы изменились коммуникативные потребности людей, неотъемлемой частью жизни стали поездки за границу, переписка с деловыми партнерами.

Деловое общение значительно отличается от личного и подчиняется особым правилам. Среди них можно выделить четкое изложение собственных намерений, предупредительность, строгий подбор лексических средств. Его специфика также находит свое отражение и в особой структуре изложения мыслей, формулах вежливости. Основные требования к *деловому письму* можно сформулировать следующим образом. Это: корректное изложение собственных мыслей; грамотное написание письма в отношении лексических единиц и грамматических норм; корректное оформление делового письма; соблюдение речевого этикета.

Существенное значение для овладения навыками деловой переписки имеет знание структурно-композиционных особенностей текстов деловых писем. Выделяют следующие структурные компоненты делового письма: *заголовок; дата письма; наименование и адрес получателя письма (внутренний адрес); вступительное обращение; основной текст письма; заключительная формула вежливости; подпись*. Основных типов писем – четыре (*запросное, ответное, претензионное, ответ на претензионное письмо*), каждому из которых свойственна своя условная последовательность изложения мыслей. *Запросное* письмо должно быть тактичным и подчеркивать большую ценность запрашиваемой информации. Композиция письма включает в себя обоснование актуальности запроса, содержание запроса, ожидаемый результат. Ответное письмо состоит из подтверждения о получении письма, ответов на вопросы в порядке расположения вопросов, готовность помочь в будущем. Претензионное письмо состоит из приветствия, подробностей, касающихся заказа, изложения жалобы, решений проблемы, подписи. Письмо насыщено книжной, официально-деловой лексикой и фразеологией. Для ответа на претензионное письмо характерны краткость, дипломатичность, вежливость. Структура письма: приветствие, извинение за ошибку, решения проблемы, выражение сожаления о происшедшем, подпись.

Трудность обучения деловой переписке представляет структура основного текста письма. При его составлении важно композиционно выделить приоритеты: ключевые моменты всегда излагаются в начале письма, подробности – в середине, а наиболее важные моменты подчеркиваются вторично в конце сообщения. Таким образом, обучая написанию делового необходимо учитывать следующие факты: структуру письма, корректное изложение мыслей, использование необходимых лексических единиц и грамматических норм, а также правильное оформление письма.

О. Черепанова

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОБУЧЕНИИ ВЗРОСЛЫХ (на примере использования интерактивной доски)

Информационные технологии становятся неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, все больше закрепляются в сфере образования, в частности, в области преподавания иностранных языков. При этом они не заменяют собой традиционные методы, но дополняют их и поддерживают. Одной из современных и прогрессивных компьютерных технологий в обучении иностранным языкам является использование *интерактивной доски*, представляющей собой сенсорный дисплей, работающий, как часть системы, в которую также входят компьютер и мультимедийный проектор. *Интерактивная доска* может одинаково успешно использоваться на всех этапах обучения и при обучении всем видам речевой деятельности. При обучении фонетике с помощью персонального компьютера и интерактивной доски часто используется прием визуализации произношения. При обучении лексике и грамматике методические приемы и задания, представляемые с помощью интерактивной доски, обеспечивают: формирование рецептивных и продуктивных грамматических и лексических навыков; контроль уровня сформированности аспектных речевых навыков на основе текстовых программ; оказание справочно-информационной поддержки (автоматизированные справочники по грамматике и автоматические словари, системы обнаружения грамматических ошибок на морфологическом и синтаксическом уровнях, программы подбора синонимов и антонимов).

При обучении чтению интерактивная доска может успешно использоваться для: формирования навыков установления звукобуквенных соответствий и техники чтения вслух, в том числе совершенствования навыков техники чтения за счет применения таких приемов, как варьирование поля восприятия и темпа предъявления, изменение расположения текста; овладения умениями извлечения из текста смысловой информации различных видов (основной, второстепенной, уточняющей и т.д.); обучения различным видам анализа текста; оказания справочно-информационной поддержки путем предоставления языковой или экстралингвистической информации (за счет использования автоматических словарей, электронных энциклопедий); контроля правильности и глубины понимания прочитанного текста.

Современные интерактивные доски имеют ряд неоспоримых преимуществ: они совместимы с программами всех лет и уровней обучения; усиливают подачу материала, позволяя преподавателю эффективно работать с веб-сайтами и другими ресурсами; предоставляют больше возможностей для взаимодействия и обсуждения в аудитории; делают занятия интересными и увлекательными для преподавателей и обучающихся благодаря разнообразному и динамичному использованию ресурсов; развивают мотивацию как обучающихся, так и преподавателей.

ОБ УЧЕТЕ ЧИТАТЕЛЬСКИХ ИНТЕРЕСОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ЧТЕНИЮ И ПОНИМАНИЮ ИНОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ

Значимость художественных текстов в процессе овладения иностранным языком и приобретения знаний о культуре страны изучаемого языка признается многими, так как привлечение аутентичных текстов создает реальные предпосылки для обновления содержания преподавания; художественный текст представляет собой не только форму предъявления информации, но и отражение фактов и особенностей национальной культуры. Для эффективного использования художественных текстов в обучении чтению учащихся старших классов гимназии необходим их тщательный отбор. Одним из важных принципов отбора иноязычных художественных текстов является учет читательских интересов учащихся. С целью их определения нами было проведено анкетирование учеников 10–11 классов гимназии-колледжа № 24, в котором приняло участие 50 респондентов.

В результате анкетирования выяснилось, что 80 % учащихся не читают художественную литературу на английском языке. При этом они плохо знакомы с представителями английской и американской литературы: около 50 % опрошенных посчитали Джека Лондона английским автором, а Агату Кристи – американской писательницей. Наиболее популярными жанрами англоязычных художественных произведений являются рассказы и романы. Любопытно, что 60 % учащихся увлекаются чтением книг современных авторов, а произведения классиков английской и американской литературы не пользуются у них популярностью. На вопрос «С какой целью вы читаете художественные произведения на английском языке?» 70 % отметили, что для них важным является обогащение словарного запаса; 65 % хотят углубить знания о культуре англоязычных стран; лишь 45 % опрошенных ставят себе целью расширить свой кругозор; и только 33 % читают, чтобы получить удовольствие. Анкетирование показало, что в процессе чтения у учащихся изменяются стереотипы об условиях жизни в англоязычных странах (45 %), о менталитете (43 %) и социальном поведении жителей данных стран (48 %). Около 90 % респондентов отметили, что им полезно было бы обсуждать прочитанное на английском языке. Наибольший интерес в процессе обсуждения отрывка из художественного произведения вызывают мотивы поступков и характеры героев, сюжет, а также типичные для представителей английской и американской культуры ситуации, описанные в отрывке. Таким образом, анкетный опрос позволил учесть читательские интересы учащихся при составлении комплекса упражнений для обучения старшекласников чтению и пониманию иноязычных художественных текстов, обратив более пристальное внимание на расширение знаний о культуре, включая сведения о межличностных отношениях и условиях жизни в странах изучаемого языка, а также научить старшекласников преодолевать стереотипы о культурах англоязычных стран.

Е. Шигида

ОБУЧЕНИЕ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ ФРАЗОВЫМ ГЛАГОЛАМ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Фразовые глаголы являются социально значимыми единицами номинации для англоязычного коллектива, они также служат целям категоризации мира – обозначают действие и характер его уточнения лаконичным и ясным способом. Занимая значительно место в глагольной лексике современного английского языка, данные единицы являются чрезвычайно употребительными в речи и более предпочтительными по сравнению с глаголами латинского происхождения с аналогичным значением. Наблюдение за учебным процессом показывает, что школьники практически не владеют таким важным слоем английской лексики, как *фразовые глаголы*, употребляют вместо него слова латинского происхождения, что приводит, по мнению лингвистов и методистов, к неестественному и высокопарному звучанию речи иностранцев даже при большом запасе слов и хорошем владении грамматикой.

Существуют различные типологии фразовых глаголов, среди которых можно выделить классификации по следующим признакам: по структурному признаку (наречные непереходные, предложные непереходные, комплексные непереходные, наречные переходные, предложные переходные, комплексные переходные); по значению послелого (сочетания, в которых послелог имеет свое первичное конкретно – пространственное значение; сочетания, в которых послелог имеет абстрактное производное значение, связь которого с первичным ощущается; сочетания, в которых послелог только подчеркивает или подкрепляет значение глагола; сочетания, значения которых не складываются из значений глаголов и послелогов, не ощущаются как вытекающие из них, а являются семантически неразложимыми; сочетания, в которых послелог привносит лексически видовой оттенок; по их сочетаемости и дополнительным значениям (*фразовые глаголы*, выражающие движение и одновременно его характеризующие, *фразовые глаголы*, выражающие переход объекта из одного состояния в другое или его перемещение (*to move in*), *фразовые глаголы* с семантическим компонентом ‘отсутствие изменения положение объекта’); по их структурно-семантическим особенностям.

Многие исследователи отмечают ряд особенностей фразовых глаголов, обуславливающих трудности их усвоения: раздельнооформленность, идиоматичность. Многозначность, неоднородность грамматической структуры, особенности акцентуации, стилистическая неоднородность фразовых глаголов.

Исходя из вышеуказанных особенностей, выделяют ряд умений оперирования фразовыми глаголами, на основе которых может строиться комплекс упражнений: умение выделять фразовые глаголы из словарной массы текста, дифференцировать их от свободных сочетаний глагола с предлогом или наречием; умение самостоятельно раскрывать значение незнакомого фразового глагола с опорой на знание значения одного/обоих компонентов или кон-

текст; умение определять тип фразового глагола по грамматической структуре для правильного его сочетания с другими лексическими единицами; умение адекватной акцентуации фразовых глаголов в речи; умение осуществлять выбор фразового глагола адекватно условиям акта коммуникации; умение употреблять синонимы, прибегать к перефразировке.

К. Шут

КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ОБУЧЕНИЮ УЧАЩИХСЯ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ ИНОЯЗЫЧНОЙ ЛЕКСИКЕ

В настоящее время в связи с расширением международных контактов во всех областях деятельности акцент в языковом образовании ставится на формирование поликультурной многоязычной личности посредством овладения иноязычной коммуникативной компетенцией.

В свою очередь, успешная межкультурная коммуникация невозможна без практического владения лексикой иностранного языка, которая выступает в качестве основного носителя культурологической информации. В семантике каждого языка присутствует отражение как общего компонента для всех культур, так и своеобразия культуры конкретного народа, т.е. общечеловеческий и этнонациональный компоненты. Для успешного межкультурного общения учащимся необходимо овладеть лексическими единицами, называемыми *реалии* данной культуры, *национально-маркированной лексикой с коннотативным компонентом значения, фоновой лексикой и речевым этикетом*.

В связи с необходимостью подготовки учащихся к межкультурной коммуникации и, вследствие этого переходом от информативно-репродуктивной к проблемно-заостренной модели организации образовательного процесса, наблюдается широкое внедрение *культурологического подхода* к обучению лексике с национально-культурным компонентом семантики. Данный подход предполагает приобщение к иноязычной культуре в процессе анализа и сравнения лексических единиц родной и изучаемой культуры, тесное взаимодействие языка и культуры его носителей. Именно в рамках культурологического подхода можно наиболее полно осуществить как сопоставительный анализ использования различных лексических средств в изучаемых странах, так и правильный выбор модели и содержания речевого поведения в конкретной ситуации.

Использование заданий с культурологической направленностью, а также формирование межкультурной коммуникативной компетенции на основе аутентичных материалов способствует оптимизации процесса обучения лексике с национально-культурным компонентом семантики. Поэтапное формирование речевых лексических навыков школьников осуществляется при использовании упражнений, направленных на выявление, сравнение и анализ лексических единиц в разных культурах. Так, на этапе введения лексических единиц целесообразно предлагать упражнения на формирование

знаний об отношениях эквивалентности/неэквивалентности между лексическими единицами родного и изучаемого языков, упражнения, направленные на выявление наличия/отсутствия культурных различий при отражении существенных признаков предметов. Далее для совершенствования лексических навыков говорения, на этапе тренировки уместно предлагать упражнения с лингвокультуроведческой направленностью, которые ориентированы на понимание культуры через язык, т.е. уточнение образных представлений, отсутствующих в речевом опыте обучаемых, выяснения тождества содержания систем концептов различных лингвосоциумов. Этап применения лексических единиц характеризуется преобладанием коммуникативно-культуроведческих упражнений, цель которых моделирование коммуникативного взаимодействия обучающихся как представителей различных лингвосоциумов, совершенствование речевых навыков употребления лексических единиц с национально-культурным компонентом семантики и формирование способности адекватно воспринимать культуру другого народа и уважительно относиться к ценностям другой культуры.

Таким образом, вышперечисленные упражнения способствуют реализации одной из главных задач современного процесса обучения иностранному языку: подготовка учащихся к полноценной и успешной межкультурной коммуникации.

СТИЛИСТИКА И ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА

Е. Авдеева

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ ВЫСКАЗЫВАНИЯ В ТЕКСТЕ

В настоящем исследовании рассматриваются лингвистические особенности *отрицательных оценочных высказываний* на материале театральных рецензий.

По способу выражения оценочного значения принято выделять *эксплицитную* и *имплицитную* оценку.

Э к с п л и ц и т н ы е средства выражения оценочного значения на лексическом уровне представлены оценочными лексическими единицами, которые включают оценочную сему в содержательную структуру своего значения: e.g. *This **notorious flop** never made it past the preview stage. Flop – a play that is not successful; notorious – famous or well-known for something bad.*

Анализ оценочных высказываний показал, что на морфологическом уровне к эксплицитным средствам выражения отрицательного оценочного значения относятся словообразовательные элементы (аффиксы): префиксы (*under-, in-, un-, mis-*) и суффиксы (*-less, -ish, -ie*). Для выражения отрицательной оценки на синтаксическом уровне используются: союзы (*but, neither...nor*), эмфатическая конструкция *What ... is*, повтор, порядок слов.

Проведенное исследование позволяет утверждать, что эксплицитные оценочные семы могут содержаться в структуре значения лексической единицы либо обнаруживаются в словообразовательных элементах или в синтаксической сочетаемости.

Имплицитные средства выражения отрицательного значения формально не представлены и извлекаются из оценочного высказывания при его интерпретации. В ходе анализа имплицитных средств выражения отрицательного значения были выделены узуальные иokkaзиональные имплицитивы. В узуальных имплицитивах оценочная сема, являясь элементом периферии своего значения, раскрывается с помощью анализа дефиниций: *The production highlights the **descent** in the director's career. Descent – the act of descending; descending – moving from a higher level to a lower one.* Кokkaзиональным имплицитивам отнесены такие структуры, в которых оценочный смысл возникает в лингвистическом контексте: e.g. *Anika Ellis has a terrific voice and charismatic manner, but her bodybuilder's **physique** is a distraction in a period piece.* Отрицательное значение слова *physique* проявляется в контексте, из которого следует, что внешность актрисы часто заставляет зрителя обращать внимание на ее крепкое телосложение, а не на ее потрясающий голос и харизму.

Проведенное исследование показывает, что на стилистическом уровне отрицательная оценка выражается имплицитно при помощи образных средств: метафоры, образного сравнения, риторического вопроса, которые вызывают в сознании читателя определенные ассоциации и являются одним

из средств прагматического влияния: *Some actors were reading the Romanian expressionlessly, then the English with exaggerated inflection, then back to the Romanian like a machine.*

Таким образом, для выражения отрицательного оценочного смысла в театральной рецензии используются эксплицитные и имплицитные языковые средства, которые, с одной стороны, передают оценочное отношение автора рецензии к увиденным постановкам, с другой стороны, оказывают влияние на мнение читателя.

И. Буната

ПРОБЛЕМЫ АКТУАЛИЗАЦИИ ЭКСПРЕССИВНОСТИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ

Проблема *экспрессивности* относится к числу кардинальных лингвистических проблем, касающихся природы языка в целом как средства формирования и передачи мысли, его структуры и функций. Экспрессивность связана с эмотивностью и оценочностью, а также с субъективной модальностью и образностью (эстетической функцией языка). В зависимости от того, какой субъективный аспект речи выражен, экспрессивность может быть эмоциональной, оценочной или модальной.

При переводе с русского языка на английский актуализация экспрессивной функции языка сопровождается рядом особенностей. Суть экспрессивной функции состоит в передаче отношения Отправителя к порождаемому им тексту и стремлении побудить Получателя разделить точку зрения Отправителя. Данная коммуникативная установка убеждения в русском и английском языках достигается по-разному.

В *русском языке* экспрессивность достигается с помощью риторического пафоса, возвышенного и торжественного тона изложения. Для достижения этого стилистического эффекта применяется широкий набор языковых средств, в том числе книжная лексика, большое число определителей, эмоционально насыщенные слова, развернутые сложносочиненные предложения, обилие причастных и деепричастных оборотов, всевозможные фигуры речи и эмфатические конструкции.

Английский язык в силу особенностей своего исторического развития решает проблему экспрессии по-иному. Коммуникативная установка убеждения в нем достигается не с помощью возвышенной риторики, а путем установления личных доверительных отношений с Получателем. В этом коммуникативном контексте пафос и эмоциональное давление исключаются. Отправитель как бы говорит: вот информация, а ее эмоциональная оценка – дело самого Получателя. Такая природа экспрессивной функции в английском языке определяет и выбор языковых средств, требуемых для ее реализации. Предпочтение отдается лексическим единицам и выражениям, присущим разговорной речи. Удельный вес эмоционально экспрессивных средств в английском языке ниже, чем в русском.

Н. Бутырская

ДИСКУРСИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ СПОРТИВНОГО КОММЕНТАРИЯ

Дискурс – многозначный термин ряда гуманитарных наук, таких как лингвистика, литературоведение, семиотика, социология, философия, этнология и антропология, предмет которых прямо или опосредованно предполагает изучение функционирования языка. Четкого, полного и общепринятого определения дискурса, охватывающего все случаи его употребления, не существует.

Одно из наиболее устоявшихся и цитируемых определений является следующее: *д и с к у р с* – это «связный текст, в совокупности с экстралингвистическими (прагматическими, социокультурными, психологическими и др.) факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах)»; дискурс – это «речь, погруженная в жизнь». Существует и узкое понимание термина *дискурс*, в рамках которого говорят, например, о политическом дискурсе, спортивном дискурсе.

Несмотря на множество определений данного понятию дискурс, все исследователи едины в том, что они подвергают анализу живую речь в условиях реального общения. И на этой основе выделяют социально-прагматический подход к исследованию дискурса, определяя его как институциональное понятие. При таком подходе в центре внимания оказываются типы языковых личностей, действующие в рамках определенных обстоятельств и условий общения. В.И. Карасик подчеркивает, что институциональный дискурс представляет собой общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений. Одним из его видов является и *спортивный дискурс*.

Однако в реальности институциональные дискурсы в чистом виде практически не встречаются и часто пересекаются и накладываются друг на друга и таким образом являются интертекстуальными образованиями. Это особенно относится к *спортивному дискурсу* в силу его открытости. В связи со сращением спортивного дискурса и дискурса масс-медиа К.В. Снятков подразделяет спортивный дискурс на телевизионную, газетно-журнальную, радио-, интернет-разновидности. Эти виды обладают общностью черт, такими как ментальная основа, неизолированность в общем дискурсном пространстве, пресуппозиционная основа.

Таким образом спортивный дискурс – это речь (в устной и письменной форме), которая транслирует смыслы, определяющие спортивную деятельность и в этом проявляется процессуальный характер дискурса, с одной стороны, и дискурс как результат, т.е. совокупность речевых произведений, зафиксированных на письме или в памяти.

В лингвистике выявляются *три вида* интердискурсных отношений: тематическое соприкосновение (касание разных дискурсов в одном тематическом поле: спортивный и научный, спортивный и педагогический); концептное взаимодействие (взаимодействие близких ментальных сфер,

обуславливающее взаимопроникновение дискурсов: спортивный и военный, спортивный и политический); включение (один дискурс является носителем другого: масс-медийный и спортивный).

Конститутивные признаки спортивного дискурса максимально проявляются в процессе рефлексии спортивных событий через спортивный комментарий, который является ведущим жанром спортивного дискурса, обеспечивающим ему коммуникативную значимость.

Н. Васильева

СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗНОСТИ В КИНОСЦЕНАРИИ

Известно, что слово – это основная единица языка, представляющая собой фонетическое, морфологическое и лексико-семантическое целое. В силу объемности рассматриваемого понятия лингвисты не могут дать ему единого определения; существующие дефиниции акцентируют отдельные его аспекты. Компоненты лексического значения слова способны создавать образность на базе тропов, которые можно рассматривать как языковые модели построения экспрессивной речи. Оригинальные тропы используются прежде всего в художественном стиле, к которому принадлежит и *киносценарий*. В нем зафиксирована придуманная автором реальность, которую зритель должен не только увидеть, но и прочувствовать. Именно поэтому для сценария характерны оригинальные речевые средства образности, рожденные воображением автора.

В ходе исследования киносценария американского фильма «Красотка», написанного Джонатаном Лоутаном, было установлено, что наиболее частотными лексическими стилистическими приемами являются метафоры, эпитеты, метонимии, сравнения и декомпозиция фразеологических сращений. В проанализированном нами тексте присутствуют гиперболы, антономазии и оксюмороны, а также отмечается наличие междометий, которые лексически выражают различные модальные оттенки.

Исходя из гендерного признака, оказалось, что в языке мужских персонажей присутствует больше метафор и метонимий (оригинальных и языковых), тогда как героини предпочитают сравнения и гиперболы. Исследование выявило одинаковую употребительность в репликах мужчин и женщин эпитетов и декомпозиции фразеологических сращений, а также междометий. Кроме того, героини нередко обращаются к антономазии и оксюморону.

По возрастному признаку сравнивались только реплики мужчин, так как все женские персонажи рассматриваемого киносценария молоды. Выяснилось, что герои пожилого возраста чаще прибегают к использованию экспрессивности, нежели юные. Вместе с тем герои молодого возраста употребляют большое количество оригинальных эпитетов.

В результате анализа распределения средств образности в зависимости от социального статуса персонажа было выявлено их незначи-

тельное превышение в репликах хорошо материально обеспеченных героев (соотношение составляет 9:10).

Большое значение для создания образности языка сценария имеет киноремарка, на долю которой приходится третья часть от общего объема текста. Этот элемент дает ему образно-кинематографическое прочтение и способствует характеристике персонажей, событий, ситуаций и обстановки. В нашем случае язык киноремарок содержит наибольшее количество лексических стилистических приемов и средств.

Проведенный анализ убедительно показал, что тропы являются неотъемлемой частью языка к и н о с ц е н а р и я ; именно они помогают автору донести до кинозрителя свои ощущения и собственное восприятие мира.

Т. Грузд

СПОСОБЫ ВЕРБАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ АНАЛИТИЧЕСКИХ СТАТЬЯХ

Само понятие *дискредитация* можно охарактеризовать как распространение заведомо ложных, неточных или искаженных сведений в печатном тексте либо в средствах массовой информации для нанесения вреда деловой репутации субъекта. Для аналитической статьи характерен комментарий, или материал, выносящий, главным образом, оценку каким-то уже известным аудитории событиям. В результате исследования были выявлены следующие тактики в рамках стратегии дискредитации.

Тактика *рассуждение* характеризуется постепенным развитием главной мысли (негативной оценки ситуации, а не самого оппонента) и реализуется через такие языковые маркеры, как вопросительные предложения, направленные на вовлечение читателя в ход рассуждения; повтор имен числительных; отрицательные компоненты (*not, in*). Вывод предложенного рассуждения может быть сделан в двух вариантах – с помощью риторического вопроса или обобщающего утверждения. Тактика рассуждение встречается в 4 раза чаще в английских статьях, чем в немецких.

Тактика *обвинение* (как прямое, так и не прямое обвинение в адрес оппонента). Автор употребляет отрицательно окрашенную лексику, цель которой вызвать недоверие к политическому деятелю; метафоры, которые придают речи экспрессивность; вопросительные предложения; повтор прилагательных определительных. Кроме языковых средств также были выявлены графические приемы усиления. Для данной тактики также характерно использование разговорной лексики, чтобы быть ближе к читателю. Реализуется посредством коммуникативных ходов упрек и утрирование. В английских статьях используется в 2 раза чаще по сравнению с немецкими статьями.

Суть тактики *насмешка* заключается в том, что смеясь, человек оказывается в эмоциональной зависимости от автора, ибо из-за эмоций часто

перестает замечать рациональное зерно в предлагаемой критике и оказывается в смысловой ловушке. Реализуется посредством намека и выборочного цитирования слов объекта дискредитации. В немецких статьях выделяется также такой коммуникативный ход, как сравнение. Тактика используется в 22,7 % английских статей и 33,6 % – немецких.

Тактика *оскорбление* в большей степени характерна для немецких статей (16,8 % против 1,5 %), что обусловлено тем, что в них дается оценка не собственной, а зарубежной политике.

Таким образом, тактики, используемые в английских и немецких статьях схожи, однако показатель количества может значительно отличаться, что объясняется характером содержания и лингвокультурными особенностями текстов.

Е. Джейгалло

К ВОПРОСУ ОБ ЭКСПРЕССИВНОСТИ ДЕТЕКТИВНОГО ЖАНРА

Чертой, объединяющей детективную литературу, является простота языка. В связи с этим существует мнение, что язык детектива не нуждается в дополнительных средствах придания произведениям детективных жанров экспрессивности и эмоциональности. Исследовав рассказы Агаты Кристи, имя которой в рекомендациях не нуждается, мы стали сомневаться в правомерности тезиса.

Книги А. Кристи были переведены на десятки языков, что свидетельствует о неугасающем интересе к ее творчеству. Это неудивительно, так как писательница в совершенстве владеет умением заинтриговать читателя увлекательным сюжетом и неожиданной развязкой, безупречным чувством юмора и яркими персонажами. Ее язык понятен, но в то же время разнообразен, он подчеркивает особенности повседневной английской устной речи. Авторскому стилю писательницы характерны конкретность и лаконизм, что в определенной мере достигается благодаря использованию идиоматических выражений, которые делают речь героев более экспрессивной и образной.

Как известно, фразеологические единицы (ФЕ) составляют отдельный, довольно разнородный пласт лексических стилистических средств языка. Благодаря переплетению в них различных компонентов (оценочного, экспрессивного, эмоционального, функционально-стилистического и образного) они способны создавать тот или иной стилистический эффект. ФЕ выполняют ряд стилистических функций (экспрессивно-образная функция, эмоционально-экспрессивная функция, функция гиперболизации, междометная функция) в рассказах А. Кристи. Некоторые из функций изначально присущи конкретной ФЕ, другие проявляются непосредственно в контексте. В проанализированных рассказах ФЕ чаще всего используются для характеристики персонажа, передачи его внутреннего состояния и выражения эмоций.

ФЕ характеризует либо того, кто ее использует, либо направлена на другого героя, выполняя оценочную функцию. Образность, экспрессивно-эмоциональная и функционально-стилистическая окраска ФЕ помогают читателю вывести суждение о персонаже. Так, небезызвестный Эркюль Пуаро склонен к употреблению образных ФЕ, в которых четко прослеживается метафора, определяющая его как образованного, вежливого человека. ФЕ, используемые капитаном Гастингсом, делают его речь чрезвычайно эмоциональной и экспрессивной, что характеризует его как неуравновешенного, подверженного бурным эмоциям индивида. Многочисленность ФЕ свидетельствует о том, что ему свойственна разговорная манера общения. Реплики указанных героев показывают, насколько они противопоставлены друг другу.

Большинство выявленных нами ФЕ имеют стилистически нейтральные синонимы, однако А. Кристи отдает предпочтение ФЕ, поскольку они придают речи экспрессивность и эмоциональность, делают ее неожиданной и яркой.

В результате нашего исследования мы пришли к выводу о том, что вопреки сложившемуся представлению язык детективного рассказа не лишен эмоциональности, экспрессивности и образности, созданию которых в значительной мере способствуют ФЕ.

Е. Доманевская

СТРУКТУРНЫЕ ТИПЫ ЗАИМСТВОВАННЫХ ЕДИНИЦ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

Расширение социального и культурного сотрудничества между странами ведет к взаимодействию языков и возникновению многочисленных заимствований. Большое количество заимствованной лексики, неравномерно распределенной по сферам общения, наблюдается и в немецком языке. Предметом данного исследования стало установление особенностей использования структурных типов иноязычной лексики в одном из жанров стиля художественной литературы. Материалом для проведения исследования стали *заимствованные единицы* из путевых заметок современного немецкого писателя Хапе Керкелинга.

Анализ материала показывает, что в выборке иноязычных слов, которые используются в тексте данного произведения, употребляются самые различные словообразовательные структуры: полноформатные неассимилированные корневые заимствования типа *clever, cool*, производные слова, образованные от иноязычных корней с помощью заимствованных суффиксов или немецких словообразовательных элементов (*touristisch, riskieren, primitiv*), а также сложные слова, где иноязычный корень сочетается как с исконно немецким, так и с другим иноязычным

корнем (*der Bodyguard, die Reiseroute*). Многие из них сохраняют свое иноязычное написание и произношение.

Самую большую структурную группу ($\approx 64\%$) составляют производные слова, образованные от иноязычных корней с помощью иноязычных суффиксов *-ieren, -iv, -ion/-tion, -tät, -o* (*inspirieren, primitiv, charmant, die Halluzination*); за ними следуют гибридные структуры, состоящие из иноязычных корней и немецкого суффикса *-isch* (*snobistisch, fantastisch*).

В словообразовательном процессе с заимствованными корнями участвуют приставки иноязычного и немецкого происхождения (*rebellieren, die Konversation, desorientieren, sich eincremen, auspowern, vorformulieren*), хотя их количество заметно меньше, чем число суффиксов, и иноязычные приставки преобладают над исконно немецкими.

Сложные слова с заимствованными корнями составляют в тексте около 1/3 выборки, а самой маленькой структурной группой являются корневые слова, большая часть из которых недавно заимствована из английского языка (*clever, cool, der Kakao*).

О. Желтова

ЭКСПРЕССИВНОСТЬ В РЕЧИ ПОЛИТИКОВ

Говорить – значит теперь не только обмениваться информацией, но прежде всего совершать речевой акт, воздействовать на слушателя, владеть (в соответствии с точными правилами) коммуникативной ситуацией, через языковое воздействие менять систему убеждений слушателя и даже его поведение.

Всякое конкретное высказывание осуществляется в соответствии с нормами того или иного функционального стиля и обнаруживает свою к нему принадлежность, хотя может и не ограничиваться проявлением только этих стилевых черт.

Политическая коммуникация является одним из жанров публицистического стиля. Она представляет собой речевую деятельность, ориентированную на пропаганду тех или иных идей, эмоциональное воздействие на граждан страны и побуждение их к политическим действиям для выработки общественного согласия, принятия и обоснования социально-политических решений в условиях множественности точек зрения в обществе. Основные ее функции – информационная и воздействующая. Они направлены на формирование мировоззрения слушателя, на проведение в жизнь идеологии и политики. Воздействующая функция непосредственно реализуется через *экспрессивность*.

Для достижения *экспрессивности* в политической речи используется большое количество выразительных средств, к которым относятся различные стилистические фигуры и тропы, средства синтаксиса,

употребление лексики разных стилей, в том числе и просторечных выражений.

Таким образом, характерная черта политического стиля – постоянное взаимодействие экспрессии и стандарта, которое зависит от политической эпохи, жанра, индивидуальности автора и множества других дискурсивных характеристик.

С. Камынина

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ИРОНИИ В БРИТАНСКОЙ ПРЕССЕ

В связи с тем, что СМИ приобретают все большее значение в нашей повседневной жизни и становятся реальной воздействующей силой, они представляют для исследователей огромный интерес. Анализ печатного текста с точки зрения его воздействия на читателя выдвигает вопрос о выразительных средствах речи, обеспечивающих желаемую реакцию на сделанное сообщение. Одним из таких выразительных средств является *ирония*, которой заряжены многие публикации последних лет. Иронический смысл, создаваемый огромнейшим набором языковых средств, может возбуждать самые разнообразные ассоциации, в том числе и образные.

Анализ политико-экономических аналитических статей из британской периодики позволил установить, что основными средствами создания и р о н и и в газетных статьях являются *лексические* (60 %), *морфологические* (15 %), *синтаксические* (15 %) и *фонетические* (10 %) языковые средства.

Лексические средства являются наиболее употребительными, так как ирония, по сути, представляет собой троп. *Ироническая метафора* (40 %) является основным лексическим средством создания иронии, с помощью которого журналист выражает свое отношение к «переименованному» объекту. Прием *аллюзии* (15 %) также является довольно частотным. Наряду с данными средствами используются *иронические сравнения*, *гиперболы*, *антитезы*, *зевгмы*, *неологизмы*, а также *смешение лексики разных стилей*.

В сравнении с лексическими средствами *морфологические* средства, представленные *степенью сравнения имен прилагательных* (70 %) и *специфическим употреблением местоимений* (30 %), являются относительно малочисленными, и их роль в создании иронического смысла является скорее вспомогательной. Они служат для усиления эффекта от употребления лексических средств.

Ирония в газетной статье является не просто стилистическим приемом, она выходит за пределы чисто лексического уровня и распространяется на смысловое пространство всего текста в целом. При этом роль *синтаксических* средств создания иронии как раз и заключается в том, чтобы выдвинуть определенные элементы содержания статьи в фокус восприятия

читателя. Для этого автор использует *вопросительные предложения, вводные конструкции, перечисление и градацию*. Наконец, усилить эффект воздействия текста на читателя позволяют также *фонетические средства* создания иронии, представленные *аллитерацией, паронимией и звукоподражанием*.

Таким образом, проведенный анализ статей политико-экономической тематики доказывает, что в современной журналистике иронический аспект занимает особое место. Если трактовать иронию как не прямое выражение насмешливо-критического отношения, то становится очевидной потенциальная бесконечность способов ее реализации – от особых риторических фигур до контекстуально обусловленных языковых конструкций.

И. Клейменычева

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ПРИВЛЕЧЕНИЯ ВНИМАНИЯ В РЕКЛАМЕ ПРОДУКТОВ ПИТАНИЯ

На сегодняшний день *реклама* – явление широко распространенное и досконально изученное. Однако все еще не решен вопрос, о том, что именно влияет на эффективность рекламы разных типов и как оптимизировать воздействие рекламного сообщения на аудиторию.

Настоящая работа посвящена анализу языковых особенностей печатной *рекламы продуктов питания*. Сопоставление англоязычных и русскоязычных рекламных текстов позволяет выявить средства, способствующие наиболее оптимальному и эффективному достижению целей, преследуемых рекламодателем.

Исследователи сходятся во мнении, что привлечение внимания – первый шаг на пути достижения основной цели рекламы (побуждения адресата к совершению покупки). Поэтому в рамках настоящей публикации сосредоточимся на языковых средствах привлечения внимания в печатной рекламе *продуктов питания*, а именно на лексических средствах как наиболее релевантной и многочисленной группе языковых средств воздействия (81 % и 78 % от общего количества средств, выявленных в англоязычных и русскоязычных рекламных текстах соответственно).

Лексическое оформление рекламного текста выступает своего рода структурной единицей, характеризующейся многообразием форм и признаков. Однако из этого единства можно вычленил наиболее употребительные лексические средства, которые помогают создать выразительный образ рекламируемого товара, способствуя заинтересованности реципиента в данном продукте, а также грамотно аргументировать необходимость приобретения товара. Проведенный анализ позволил выделить четыре класса такой лексики: эмоционально-экспрессивную лексику; специализированную лексику (терминологию); тропы и стилистические приемы; а также местоимения первого и второго лица, которые позволяют сделать акцент на производителе либо потребителе рекламируемой продукции.

Сравнительный анализ показал, что вышеназванные классы лексики свойственны рекламе продуктов питания как на русском, так и английском языках. Однако при этом были также выявлены уникальные группы лексических единиц, характерные либо только для русскоязычной, либо только для англоязычной рекламы. Так, в англоязычной рекламе отмечается наличие составных имен прилагательных, используемых для обозначения уникальных и положительных свойств товара (*super-tasty, mouth-watering*), в то время как использование географических названий мест происхождения товара как одного из положительных свойств, подчеркивающих качество продукта (*грецкий орех родом из Франции, миндаль из Испании*), наблюдалось только в русскоязычных текстах. Установленная специфика употребления лексики разных групп может быть объяснена лингвистическими и межкультурными различиями.

Ю. Корнюшко

ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОЕ ЭССЕ И ЕГО СОВРЕМЕННЫЕ РАЗНОВИДНОСТИ

Становление публицистического стиля происходило неравномерно и находилось в непосредственной зависимости от процессов общественного развития на протяжении истории. Для современной публицистики в целом характерна большая свобода авторского самовыражения, логика построения текста подчиняется правилам преувеличенного воздействия.

Несмотря на большой интерес к жанру *эссе*, до сих пор не существует единого определения жанра; тематика современных *эссе* чрезвычайно широка и охватывает широкий спектр сфер общественной жизни – от политики до культуры. С точки зрения содержания выделяют философские, литературно-критические, исторические, художественные, художественно-публицистические, духовно-религиозные и другие типы *эссе*.

Публицистическое эссе имеет свободную, раскованную манеру повествования, продиктованную необходимостью публициста выговориться, вспомнить прошлое и заглянуть в будущее. Главный принцип публицистики – чередование экспрессии и стандарта – в полной мере реализуется в текстах п у б л и ц и с т и ч е с к и х э с с е . Структура *эссе* зависит от специфики его смысловой организации, что находит выражение в особенностях построения текста, в способах развертывания аргументации и в стратегиях формирования оценочности. Немаловажным фактором, оказывающим влияние на содержание и структуру *эссе*, является авторская позиция. Автор в публицистике – это одновременно человек частный и человек социальный. Принципиальной особенностью публицистической речи (в отличие от речи художественной) является совпадение производителя речи и ее субъекта, что определяет высокую степень модальности публицистических текстов.

Основными характеристиками публицистического эссе являются аргументированность изложения, выражение авторской позиции и субъективной оценки, образность и символизм.

Традиционная классификация эссе – это деление эссе на повествовательные (the narrative essay), описательные (the descriptive essay), информационные (the informative essay), объяснительные (the expository essay).

В настоящее время популярным является деление эссе на две большие группы – эссе субъективное, где основным элементом является раскрытие той или иной стороны авторской личности; эссе объективное, где личностное начало подчинено предмету описания или какой-то идее.

Демократический характер коммуникации и возрастающая роль СМИ значительно раздвинули тематические рамки эссе и усложнили его структуру. Жанр, истоки которого уходят в античность, сегодня становится как никогда популярным и востребованным, во многом благодаря своему пограничному характеру и пластичности.

Н. Кречик

ИНТЕРДИСКУРСИВНОСТЬ КАК СВОЙСТВО ПОЛИТИЧЕСКОЙ МЕДИА-СТАТЬИ

В современных исследованиях журналистский текст зачастую рассматривается с точки зрения интердискурсивности, что предполагает взаимопроникновение, пересечение различных типов дискурса, т.е. дискурсконтаминацию. Способом проявления интердискурсивности является проективность текста. В то же время, учитывая предложенную В.И. Карасиком оппозицию «базовый тип – проективный тип» дискурса, следует принимать во внимание, что существуют разновидности дискурса, для которых проективность выступает условием существования. Прежде всего сюда относится дискурс СМИ и журналистский текст как форма его реализации. Несомненно, проективность дискурса СМИ заключается в постоянной реализации в его рамках других типов дискурса. Более того, существуют дискурсы, которые проявляют себя преимущественно через масс-медиа, например, политический дискурс.

В поддержку данного вывода выступают заключения Е.И. Шейгал. Выделяя политический дискурс на базе дискурса СМИ на основе тематического фактора, автор признает, что СМИ выступают основным каналом его реализации. Е.И. Шейгал отмечает, что основой для выделения политического дискурса как отдельного институционального типа является принадлежность к сфере политики как минимум одного из трех дискурсивных параметров: субъекта, адресата или содержания общения. Учитывая данные параметры, можно прийти к заключению об имманентном пересечении дискурса СМИ и политического дискурса. Во-первых, в качестве субъекта проблемной политической статьи выступает журналист, которому

необходимо обладать соответствующей компетенцией в сфере политики. Во-вторых, наблюдается полное совпадение относительно параметра адресата, так как политический и масс-медийный институты нацелены на массовую аудиторию. Что касается третьего дискурсивного параметра – содержания общения, то политическая тематика проблемной политической статьи сама по себе является признаком политического дискурса.

Одновременно с этим содержательная сторона политического дискурса печатных СМИ определяется особой лексической системой, представляющей собой наиболее употребительные части политического словаря. Данная система коррелирует с системой, предложенной Е.И. Шейгал для обособления политического дискурса. Автор разграничивает три слоя лексики: политические константы; оценочно-маркированные базовые политические термины, отражающие изменения политических ценностей и актуальную лексику сегодняшнего дня.

Таким образом, взаимопроникновение рассмотренных политического дискурса и дискурса СМИ дает нам основание для утверждения, что они существуют в условиях интердискурсивности. Более того, дискурс СМИ служит в настоящее время основным способом осуществления политической коммуникации, в связи с чем правомерно говорить о тенденции к сращиванию политического общения с дискурсом масс-медиа.

Е. Липенкова

ОСНОВОПОЛАГАЮЩИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЭКСПРЕССИВНОЙ ФУНКЦИИ ЯЗЫКА

Проблема *экспрессивной функции языка* находится в центре лингвистических исследований на протяжении многих лет. Это объясняет широкое терминологическое разнообразие классификаций функций языка и трактовок термина *экспрессивная функция*, в частности. Однако представляется возможным выделить следующую характеристику *экспрессивной функции языка*: она ориентирована на выражение субъективных аспектов восприятия человеком реального мира.

В лингвистике различают два основных вида экспрессивности (по О.С. Ахмановой, 2004):

- присущая (ингерентная) экспрессивность понимается как экспрессивность значения, т.е. экспрессивность, внутренне присущая слову (или выражению) как элементу языка в любом употреблении, в любом контексте, а также внеконтекстуально. Ингерентная экспрессивность реализуется в формальной структуре слова различными средствами, в том числе звуковом составе, особыми морфемами и т.п.;
- основным признаком привнесенной (адгерентной) экспрессивности является экспрессивность, приобретаемая словом или выражением только в данном речевом контексте.

В семантический состав понятия *экспрессивность*, которому посвящается данное исследование, входят следующие основные компоненты (по Н.А. Лукьяновой, 1986):

- интенсивность – количественный признак семантической насыщенности слова или выражения, иначе говоря, он отражает меру явления;
- эмоциональная оценка – это отношение субъекта (говорящего) к объекту, явлению. Будучи выраженной языковыми средствами, она становится свойством языковых элементов, т.е. *оценочностью*. Под *оценочностью* понимается отношение говорящего к предмету речи, т.е. это – заложенная в слове положительная или отрицательная характеристика человека, предмета, явления;
- образность – это семантическое свойство языка, его способность выразить определенное внеязыковое содержание (передать внеязыковую информацию) посредством целостного наглядного представления образа с целью характеристики обозначаемого им лица, предмета, явления и выражения эмоциональной оценки субъекта, т.е. говорящего лица.

Данные компоненты понятия *экспрессивность* в языке тесно взаимодействуют и обуславливают друг друга, хотя для экспрессивности не всегда является обязательной одновременная актуализация всех трех компонентов.

А. Масло

СПЕЦИФИКА АНГЛОЯЗЫЧНОГО ЮРИДИЧЕСКОГО ТЕКСТА

Анализ юридической литературы на английском языке позволяет сделать вывод, что она отличается стилистическим и жанровым разнообразием. Это позволяет нам отнести определенные виды юридических материалов к четырем следующим стилям: официально-деловые бумаги, научные специальные тексты, информационно-описательные материалы, публицистические материалы.

Важным вопросом для анализа состава *содержания юридических текстов* является соотношение научного и научно-практического элементов в речевом общении. Так называемый научно-практический элемент в некоторой степени присутствует в профессионально-направленном общении юриста. Это опрос свидетелей, допрос подсудимых, описание места преступления и т.д. В этот круг входят общественно-политические проблемы отношения со свидетелями и подсудимыми, личный опыт других юристов, международные юридические нормы и многие другие вопросы практического характера. Соотношение научного и научно-практического элементов в речевом общении специалиста, связанном с его профессиональной деятельностью, не может не оказать влияние на состав информационно-описательных и публицистических материалов юридического характера.

Специфика правоведения как науки predetermined выделила и оформила в юридических текстах языковых средств, признаками которых является модальность, обусловленная авторской позицией, его отношением к предмету анализа, смыслу высказывания.

Англоязычная юридическая терминология представляет особый интерес, поскольку на ее формирование влияли различные факторы: психологические установки, нравственные критерии, религиозные убеждения и т.д. Отличительной чертой англоязычной юридической терминологии является большое количество терминов, заимствованных из латыни и французского языка. Существует большое количество производных от латинских терминов: *demonstrative* 'доказывающий', *testament* 'свидетельство', *testify* 'свидетельствовать' и т.д. Среди французских заимствований можно назвать: *assault* 'оскорбление', *crime* 'преступление', *damage* 'убытки', *felony* 'тяжкое преступление', *heir* 'наследник', *larceny* 'кража', *marriage* 'брак', *misdeemeanor* 'преступление небольшой тяжести' и другие.

Однако проблемы, возникающие при изучении англоязычной юридической терминологии, состоят не только в том, что она формировалась в течение веков и многие ее элементы уже устарели, но и в том, что содержание термина может варьироваться в зависимости от правовой системы, в которой он употребляется.

Е. Наумчик

СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЭМОТИВНЫХ ВЫСКАЗЫВАНИЙ В АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В настоящее время все большую актуальность приобретают исследования различных аспектов языка политики. Как известно, политические деятели используют разнообразные языковые средства с целью более успешного воздействия на умы и чувства аудитории. Обращенность к слушателям и возможность активного воздействия оратора на присутствующих определяют отбор языковых и других форм выражения. Поэтому нередко в речах политиков можно встретить эмотивные высказывания, которые насыщают политические выступления определенным эмоциональным характером, что позволяет более эффективно воздействовать на слушателя. Эта задача решается в настоящем исследовании на материале 40 политических выступлений, взятых из сети Интернет, принадлежащих президенту США Бараку Обаме и президенту России Дмитрию Медведеву.

Для любого публичного выступления особое значение имеет именно синтаксическая оформленность речи, поскольку она способствует реализации прагматической направленности звучащей речи. На уровне синтаксиса раскрываются взаимоотношения между формальной и содержательной сторонами высказывания, благодаря чему синтаксис обладает значительным выразительным потенциалом. Поскольку основной функцией синтаксиса

является выражение связей, отношений взаимозависимости, противопоставленности, условности и т.д., то с помощью синтаксических средств адресант раскрывает свою логику убеждения адресата. Синтаксические средства языка играют важную стилистически-экспрессивную роль, способствуя смысловому, а также эмоциональному выделению некоторых частей высказывания.

Среди выразительных синтаксических средств можно отметить инверсию, эллиптические и параллельные конструкции, вводные конструкции, эмфатические конструкции, побудительные, вопросительные и восклицательные конструкции, риторический вопрос, обращения.

В процессе нашего исследования было установлено, что для речей Б. Обамы и Д. Медведева характерны эмфатические конструкции, параллельные синтаксические структуры, вопросы, побудительные предложения, обращения и цитаты. В речах Б. Обамы на первом месте по употребительности стоят параллельные синтаксические структуры и эмфатические конструкции. В политических выступлениях Д. Медведева преобладают вопросительные конструкции.

Таким образом, в ораторской речи средства синтаксиса играют активную роль. Синтаксические средства языка здесь не являются случайными и служат одновременно целям как логического членения и выделения, так и эмоционального подчеркивания и усиления.

А. Онуральп

ЧУЖОЕ СЛОВО В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ (на материале английского и турецкого языков)

Феномен *рекламный дискурс* считается явлением сравнительно новым, но изученным и изучаемым как со стороны маркетологов, так и лингвистов. Данный вид дискурса моделируется в форме фреймов – типовых жизненных ситуаций.

Рекламный дискурс является незаменимым материалом для исследования таких проблем, как *язык и массовая культура, язык и человек*. Реклама тесно связана с системой ценностных ориентаций социума, причем она одновременно отражает и создает, формирует эти ценности.

В то же время, по М.М. Бахтину, «реальность языка – это не изолированное единичное монологическое высказывание, а взаимодействие по крайней мере двух высказываний, то есть диалог». Как результат, рекламный текст, созданный в определенном социуме, имеет определенные лингвостилистические особенности, отражающие менталитет, картину мира и стереотипы данного общества, и выражающиеся через рассматриваемое нами понятие *чужое слово*, включающее в себя такие проявления интертекстуальности, как аллюзия, реминисценция, цитата, перифраз, эпиграф, ссылка, косвенная речь, афоризм, иностилевое вкрапление и др.

Хотя турецкий и английский языки и разные в структурном отношении, но законы текстопостроения для них едины. Различия состоят в тех коммуни-

кативных стратегиях, которые характерны для каждой данной культуры. В результате исследования было выявлено, что проявления интердискурсивности посредством различных маркеров в англоязычной и турецкоязычной рекламе характеризуется в большей степени чертами сходства, нежели различия. Различие определяется количественным соотношением тех или иных маркеров.

Общей характерной чертой для рассматриваемых рекламных текстов является использование преимущественно коротких предложений, повелительного наклонения, вопросительных, восклицательных предложений и риторических вопросов, равно как и пословиц, поговорок, устоявшихся выражений и оформление текстов рекламы в виде стихотворения.

В рекламных текстах обоих языков в наибольшем количестве присутствуют такие маркеры интертекстуальности как игра слов и аллюзия (напр., ссылка на Библию в англ. рекламе: *The first truly feminine cigarette – almost as pretty as you are. Women have been feminine since Eve, now cigarettes are feminine. – EVE CIGARETTES*) и ссылка на известное место американской богемы Сохо в турецком: «*Eti Soho: Soho'da buluşalım*» (*Eti* – название марки кондитерских изделий) *Soho: встретимся в Сохо.*). При этом в турецко-язычных текстах рекламы присутствует большое количество англо-американизмов, а также слов и выражений из других языков.

Таким образом, исследование языка рекламы способствует не только выявлению лингвистических особенностей языка рассматриваемого социума, но и пониманию его сущности.

А. Пенязькова

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МАЛОФОРМАТНОГО ТЕКСТА

В основе человеческой коммуникации лежит *текст*. *Т е к с т* является одним из основных объектов лингвистической науки. Однако превращение текста из материала в объект исследования находится еще в стадии развития, о чем также свидетельствует неопределенность самого понятия *лингвистика текста*.

Следует уточнить наше понимание термина *текст*. Вслед за Н.С. Болотновой мы трактуем текст как речевое произведение, отраженное на письме, имеющее информативно-смысловую и прагматическую сущность. На этом основании можно полагать, что заявление о принятии на работу является малоформатным текстом.

Материалом для наблюдения послужили тексты-образцы и тексты-примеры, которые были взяты из английских газет, американских веб-сайтов и базы данных некоторых английских и американских университетов.

Заявление о принятии на работу, являясь единицей коммуникации, обладает структурой, которая предполагает взаимосвязь и взаимозависимость элементов в рамках целого текста. Данные тексты имеют внешнюю и внутреннюю структуру. Под внешней понимается стандартная структура эпистолярного текста, которая в данном исследовании имеет адресную, основную и заключительную части. Адресная и заключительная части, поскольку они отражают общепринятый стандарт, одинаковы для британского и американского варианта писем, поэтому вся исследовательская работа сосредоточена лишь на анализе основной части.

На первом этапе ее изучения при помощи дискурсивного анализа удалось выявить дискурсивные маркеры – лексические единицы, которые отражают содержание письма.

На втором этапе при помощи дефиниционной методики и логико-понятийного метода была определена семантика исследуемой части каждого письма. Она состоит из пяти блоков: *повод, образование, личные качества, опыт работы, желание установить контакт*.

На третьем этапе выявлена семантическая структура основной части всех писем. Оказалось, что американские письма имеют три структурно-семантические модели, а британские – два.

Итак, можно сделать следующий вывод: структура *малоформатного текста* эпистолярного жанра является сложным образованием. Она состоит из двух частей. Одна из них отражает форму, соответствующую определенному стандарту, вторая встраивается в основную часть, представляя собой национально-культурное различие в коммуникативно-стратегическом поведении адресанта.

Н. Преснякова

РЕЦЕНЗИЯ КАК ТИП ТЕКСТА

Как известно, существует неисчислимо количество текстов. В связи с переносом научного интереса с проблем предложения на проблемы текстопостроения и функционирования текстов перед лингвистами стоит сложная задача их классификации в практических или научных целях. Наиболее частые типологические понятия – это **ти п т е к с т а** и жанр текста.

В изученной литературе под *типом текста* понимается класс текстов, который традиционно используется для достижения определенных коммуникативных целей. В искусствоведческой *рецензии*, которая служит материалом нашего исследования, такими целями являются сжатое представление содержания оригинала, а также субъективное оценивание его с точки зрения рецензента. Один и тот же тип текста может быть представлен разными речевыми жанрами, т.е. речевой жанр есть разновидность типа

текста. С нашей точки зрения, научная рецензия, художественная рецензия, газетная рецензия – это речевые жанры типа текста рецензии.

Р е ц е н з и я как тип текста характеризуется определенной композиционной структурой, которая является результатом целесообразной обработки денотативного содержания с помощью речевых форм. Именно речевые формы и являются теми составляющими, из которых строится композиционно-речевая модель.

Основой для построения композиционно-речевой структуры речевого жанра и типа текста служит коммуникативная цель, которая в оценочно-критическом типе текста состоит из критического анализа и оценки.

Коммуникативная цель определяет композиционно-речевую структуру текста, создаваемую с помощью композиционно-речевых форм. Обычно речевые формы выявляются на основе доминирующего типа логико-речевой связи, интегрирующей отдельные предложения. При данном подходе выделяют три основных типа речевых форм: описание, повествование и рассуждение. Наиболее распространенными формами в оценочно-критическом типе текста являются описание и рассуждение.

Итак, рассмотрение научной литературы позволило прийти к следующему выводу: рецензия – это тип текста, который на основании функционально-стилистической принадлежности последнего представлен двумя речевыми жанрами: газетно-публицистической и научной рецензиями.

Ю. Савчук

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВОПЛОЩЕНИЯ ОЦЕНИВАЮЩЕЙ СТРАТЕГИИ В ДИПЛОМАТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

(на материале выступлений французских дипломатов)

Целью данного исследования стало выявление *языковых средств воплощения оценивающей стратегии в дипломатическом дискурсе*.

В основу настоящего исследования была положена классификация оценочных значений Е.М. Вольф. Мы разделяем точку зрения этого исследователя на то, что оценочная модальность определяется высказыванием в целом, а не отдельными его элементами. Поэтому оценочные слова в *дипломатическом дискурсе* анализировались с обязательным учетом контекста.

Таким образом, проанализировав 10 выступлений министра иностранных дел Франции Доминика де Вильпена, мы установили определенную закономерность в типологии оценочных предикатов: преобладание (54 %) рационально-оценочной (*le dynamisme, intensive, ambitieux*) против (46 %) эмоционально-оценочной лексики (*vivante, animer, la colère*).

Критерием их выделения является наличие соответствующего семантического компонента в словарном толковании. Например, лексические единицы с эмоционально-оценочным значением отбирались нами на основе наличия в лексикографическом толковании слова семы, передающей ощущения, переживания, чувства. Так, в значении имени существительного *la joie* 'радость' сема 'веселье' является ядерной: *emotion agreable et profonde, sentiment exaltant ressenti par toute la conscience*.

В качестве критерия наличия положительной или отрицательной оценки в семантике имен существительных, прилагательных, глаголов, наречий выступают оценки, заключенные в самом лексикографическом толковании значения слов, а также контекст: *l'amour, le succès, le bonheur* (+); *abîmer, le chagrin, le malheur* (-). Однако у многих слов знак не детерминирован: *léger, important, grand*. Знак в этих случаях определяется высказыванием в целом. Например, среди значений имени прилагательного *long* есть значение, выражающее как положительную, так и отрицательную оценку. В высказывании *Son discours a été long, mais cependant intéressant* (-) 'его выступление было длинным, но тем не менее интересным' прилагательное *long* употреблено в отрицательном значении 'длинное', которое актуализируется благодаря союзу *cependant* 'однако'.

Дальнейший анализ оценочной лексики показал, что в дипломатическом дискурсе преобладают лексические единицы положительной оценки (72 %; *libre, la perspective, beau*), что можно объяснить тем, что дипломатическая коммуникация обладает определенными этическими представлениями, понятиями морали и моральными критериями. Что касается отрицательной оценки, она составила 28 % (*s'écrouler, provoquer, la crise*), так как целью дипломата является защита интересов своего государства и своих граждан за границей.

А. Сергеева

LINGUISTIC IDENTITY (on the example of swedish americans)

In many studies dealing with language contact resulting from migration, immigrant speakers acquire varying degrees of fluency in the target language of the host society.

Whenever languages are in contact, the central issue is speakers in contact (two or more languages are in contact if they are used alternatively by the same person). When speakers communicate in a variety that is not their native language, they will necessarily make adjustments that increase their efficiency and present their identity.

Swedish migration to North America was large-scale and protected: approximately 1.3 million Swedes settled in America from 1840s to the 1930s.

Swedish immigrants (at least those who migrated during the decades of mass emigration) did not generally have access to systematic, guided instruction in English before or even after their migration. In most cases, acquisition of English took place in work-related settings.

Speakers living in the Swedish-American communities often highlight their Swedish identity by mobilizing certain linguistic variants. Bilingual speakers, in fact all speakers, have options which they select in navigating interpersonal interactions. Accommodation theory is an important sociolinguistic model in discussing this item.

Speakers calibrate the distance between themselves and their interlocutors, and that one of the chief mechanisms in presenting identity is the linguistic variable. Some Swedish-Americans are not necessarily diverging from other community members in American, but they are symbolically converging toward their parents' and grandparents' generations which represent pioneer values.

Linguistic identity markers in Swedish-American English can take several guises.

One strategy for showing one's Swedish identity is the use of Swedish lexical items in narratives that are predominantly English. Particularly, here can be mentioned such words as *Ja* and *Nej* (*yes* and *no*), and swearwords. Swedish and English lexical items co-occur and speakers may take steps to confirm that their interlocutor understands the Swedish items.

Another strategy for highlighting Swedish identity in American communities is to use non-standard phonetic variants in English that correspond to non-native fluency (the case of alveolar reflexes for interdental fricatives – *tink*, *dat*; the use of voiced labio-dental fricatives in English words containing the bilabial velar approximants – *vas*, *ven*, *vat*).

A third strategy, which is probably more radical than the first two, involves language intertwining or language hybridization. For example:

Ja, jag (blir så mixed up) jag vet inte. 'Yes, I get so mixed up, I don't know.'

De va den äldste pojke – han va i New York – and he vas gonna have some kind of conference or whatever. 'He was the oldest guy – he was in New York ...'

We met hennes mamma an pappa. '... her mother and father'.

And hon kasta keyserna åt han. 'She threw the keys to him.' – changing English lexical items according to Swedish paradigm.

By acquiring the target variety of the new host community, immigrants have the possibility of reshaping their social identities. The individual creates for himself the pattern of linguistic behavior so as to resemble those of the group/groups with which from time to time he wishes to be identified, or so as to be unlike those from whom he wishes to be distinguished.

From the viewpoint of accommodation theory, it can be said that immigrants converge toward the host community when they acquire the target variety. On the other hand, when immigrants retain elements of their first language, they can be said to diverge from the host community.

О. Соловейко

СПОСОБЫ СВЯЗИ В БЕССОЮЗНОМ СЛОЖНОМ ПРЕДЛОЖЕНИИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Бессоюзное сложное предложение (БСП) представляет собой полипредикативное образование, включающее в себя два и более предикативных ядра, но не имеющее формального показателя связи между ними – сочинительного или подчинительного союза.

В связи с разногласиями, существующими в германистике относительно места бессоюзных предложений в системе сложных предложений немецкого языка, не существует единой точки зрения и на средства связи между отдельными частями БСП.

В числе средств, актуализируемых в БСП, большинство исследователей называют следующие: интонацию (В. Юнг, Г. Хельбиг, Й. Буша, Е.И. Шендельс, Г.Д. Величенко); порядок слов внутри частей предложения (Дуден, М.А. Овсянникова, Г.Д. Величенко); лексический состав предложений (М.А. Овсянникова, Г.Д. Величенко, Дуден, Е.И. Шендельс); синтаксический параллелизм (Е.И. Шендельс, М.А. Овсянникова). Анализ БСП на материале немецких публицистических текстов показал, что наиболее частотным и характерным способом связи между элементарными предложениями в рамках БСП является *повтор*, который осуществляется на основе цепной, присоединительной и параллельной связи.

Цепная связь заключается в повторении, разворачивании части структуры, какого-либо члена предыдущего предложения в последующем. Цепной повтор реализуется в нескольких моделях: подлежащее – подлежащее; подлежащее – дополнение; дополнение – подлежащее, например: *Sie öffnet sich, ist erstaunlich nahbar, sie geht aus sich heraus. Die Aufnahmen kommen ihm zu verkrampt vor, ihnen fehlt das Spielerische. Die Probleme der Welt gingen ihm nahe, tagelang musste er der Konferenz fernbleiben.*

Синтаксическая сущность параллельной связи, как и цепной, заключается в структурной соотнесенности предложений. В зависимости от лексического наполнения элементарных предложений при параллельной связи возможно сопоставление или противопоставление, например: *81 Prozent finden Treue gut, 70 Prozent wollen irgendwann heiraten, mehr als die Hälfte glaubt, die aktuelle Beziehung halte "für immer". Jürgen Rüttgers rüpelte gegen Rumänen, Dieter Althaus irrlichterte zurück – getreten durch Thüringen.* Параллельная связь может подчеркиваться, усиливаться анафорой, например: *Der Markt will dies, der Markt fordert das, der Markt reagiert gereizt.*

Сущность присоединения как способа связи элементарных предложений в рамках БСП заключается в том, что присоединяемая часть (элементарное предложение или его часть) носит характер добавочного, дополнительного сообщения. Подобный способ соединения элементарных предложений имеет во многом импровизационный характер и делает

речь экспрессивной, придает ей оттенок непринужденности, напр.: *Am Ende zog er doch wieder nach Los Angeles, in eine Villa, Monatsmiete 100 000 Dollar, Hugh Hefner wohnte um die Ecke.*

Е. Сукманова

АТТРИБУТЫ ИРОНИЧЕСКОГО ДИСКУРСА В ПОЛИТИЧЕСКИХ МЕДИА-ТЕКСТАХ

Среди множества трактовок понятия дискурс на передний план выходит его понимание как общения людей в какой-либо социальной группе или сфере, т.е. как институционального общения. Институциональными типами являются дискурс масс-медиа и политический дискурс, взаимодействие которых может быть описано с позиции теории интердискурсивности.

Интердискурсивная (совмещающая разные дискурсы) природа данных типов дискурса проявляется в их тесном переплетении. В частности, СМИ предоставляют базу для воплощения политического дискурса. При этом политическая колонка заняла постоянное место среди тематических колонок печатных изданий.

Политический дискурс СМИ нацелен на передачу информации массовой аудитории и убеждение ее в том, что некая точка зрения на то или иное политическое событие является верной. Причем ключевыми стратегиями воздействия на читателя являются апелляция к его разуму, эмоциям и чувствам, а одной из методик воздействия становится ирония.

Иронический дискурс представляет собой проективный тип, т.е. он реализуется не самостоятельно, а в тесном соприкосновении с другими типами дискурса или даже в их рамках. В политическом дискурсе печатных СМИ ирония помогает читателю осознать неоднозначность актуальных политических событий, анализировать и интерпретировать их, а также выполняет функцию разрушения ценностей, оказавшихся несостоятельными, и функцию универсального скептика, не признающего абсолютных истин.

Ироническое речевое действие имеет соответствующую тональность и выделяется при сопоставлении с собственно установлением контакта, церемониальным общением и серьезным речевым взаимодействием.

Для придания иронического звучания политическим медиа-текстам используются выразительные средства языка различных уровней. Среди них такие лексические стилистические приемы, как метафора, метонимия, вербальная ирония, игра слов и т.д., некоторые фигуры речи и морфологические риторические средства, нередко маркируемые графически (курсив, употребление кавычек и т.д.).

Спектр языковых средств передачи иронии в отдельном политическом тексте может быть достаточно узок, и даже одно содержащее ироническую

коннотацию слово или предложение может способствовать иррадиации иронической окраски на весь текст по причине употребления в сильной позиции (например, в заголовке) или по причине большой выразительной силы.

О. Тимашкова

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

В настоящее время реклама прочно вошла в повседневную жизнь, является отражением образа жизни социума. Слово *реклама* происходит от латинского слова *reclamare* ‘выкрикивать’ и обозначает информацию о товарах и услугах для оповещения, привлечения потребителей и создания спроса на товары, услуги. Важнейшим элементом рекламного обращения является слоган (рекламный лозунг), который служит для привлечения внимания потребителей, поднятия престижа фирмы, увеличения объема продаж и т.д. Основными компонентами рекламы являются: текстовый компонент – слово (чаще имя собственное); фраза (рекламный лозунг); микротекст (преимущественно описательного характера); изобразительный компонент (фотография, рисунок, серия картинок, коллаж) и др.

При анализе текстового компонента рекламных материалов можно выделить следующие особенности: 1) рекламные тексты всегда лаконичны, легко запоминаемы и состоят из 4–10 слов: “Un peu d'air sur terre” – Lacoste; 2) убедительность в рекламном тексте преобладает над информативностью: “J'incarne roptimisme et le soutien” – Kimmidoll; 3) аттрактивность и заинтригованность; 4) использование стилистических средств: метафора (“De plus en plus forts, de plus en plus longs” (Gamier, shampooing); гипербола (“Ucar. Une avance qui n'en finit pas”); 5) использование фонетических средств для оформления рекламных текстов – аллитерация (“Coca-Cola”); рифма и ритм “Лишний жирок – совсем не ОК!” (Салон спортивных тренажеров).

Для французской рекламы также характерно: 1) отражение черт французского народа (шутки); 2) намек на название произведений или известные высказывания: “A la recherche du teint perdu” – роман Марселя Пруста “A la recherche du temps perdu” (“В поисках утраченного времени”); 3) влияние английского языка: “En panne d'argent cash ä Paris?” (Western Union, transfert d'argent).

Таким образом, в рекламных текстах как французского, так и русского языков преобладает один и тот же композиционный тип: зачин + информационный блок + слоган + справочные данные. Рекламные тексты содержат личные обращения автора рекламного текста (рекламодателя). Этим они отличаются от текстов художественных, где таких обращений во много раз меньше. Еще одна существенная составляющая рекламного текста заключается в широком использовании адреса рекламного объявления.

Ю. Федченко

ВИДЫ ПОВТОРОВ И ИХ СТИЛИСТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ТЕКСТЕ

Несмотря на важность повтора в устной и письменной речи, он все же остается до конца неизученным явлением, в связи с этим существует ряд проблем.

1. Определение понятия *повтора*. До сегодняшнего дня нет еще четкого определения *повтора*, существует огромное количество определений. Большинство ученых приходит к выводу, что повтор – это воспроизведение сказанного слова, словосочетания и даже целого предложения, а главное, – идей, которые имеют определенную функцию, а именно экспрессивную.

2. Выделение видов повторов на лексико-синтаксическом уровне. Трудность в том, что нет определенного четкого списка повторов, существует масса классификаций, и одни и те же явления имеют зачастую разные названия. Предлагается решение данной проблемы – из всех понятий выбрать наиболее распространенное, частотное.

3. Причины возникновения повтора. Все причины можно подразделить на эмоциональные (нерешительность, возбуждение, скованность, импульсивность характера) и психологические (индивидуальные особенности говорящего, уровень его образованности и культуры, специфика его речи).

4. Стилистические функции повтора в тексте. Главной является функция усиления эмоционального воздействия на читателя, т.е. он обладает большой воздействующей силой. Также повтор используется для речевой характеристики героя. Повтор может передавать эмоциональное состояние героя, автора по отношению к герою, героя к герою. В целом, повтор является необходимым стилистическим элементом, обеспечивающим логичность, точность, ясность выражения, эмоциональность и прагматическую направленность.

В. Хала

ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТЕРРОРИЗМА АМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССОЙ ПОСЛЕ СОБЫТИЙ 11 СЕНТЯБРЯ 2001 ГОДА

Без сомнения, события 11 сентября 2001 года в США как никогда подняли уровень террористической угрозы, исходящей от исламского фундаментализма. Многие американские средства массовой информации объявили трагедию 11 сентября началом новой исторической эры – эры, в которой больше не существует стабильности и безопасности, так как американцы впервые столкнулись с беспрецедентным по своему масштабу террористическим ударом на собственной территории.

Глобальная война с терроризмом, именуемая в американской прессе крестовым походом, объявленная администрацией Дж. Буша-младшего после 11 сентября 2001 г. не могла не сопровождаться изменениями информационной среды США. Эти изменения были обусловлены двумя факторами. Первым фактором являлся так называемый синдром 9/11, – страх американского общества перед повторением террористических атак. Вторым фактором заключался в желании американского правительства повлиять на формирование общественного мнения и создать благоприятную почву для начала боевых действий против международной террористической организации «Аль-Каида» в Афганистане и других странах Ближнего Востока. Данные интенции получили непосредственное отражение в средствах массовой информации, в частности, в частичном отказе американской прессы в период после 2001 г. от прав на независимость суждений, а также в том, что широкое распространение получила самоцензура. Основным типом газетных статей выступил очерк. Перед журналистами встала задача не только информировать население, но и дать оценку происходящим событиям, сформировать определенную точку зрения по проблеме терроризма. Широко использовались речевые акты с ярко выраженным отрицательным значением, различные лексические, синтаксические, стилистические средства и приемы. В текстах повсеместно начали использоваться слова, относящиеся к прагматической категории страха и паники. Резко возросла частотность употребления слов *вместе, нация, страна, армия, сила*, а также *угроза, жертвы, нападение, атака, экстремизм*. Таким образом, создавалась вербальная картина незащищенности каждого человека перед лицом терроризма. Часто использовались фразы-предупреждения, как-то: *Террорист может атаковать в любое время, в любом месте, используя любое оружие*.

Однако при этом динамика международного терроризма не соответствовала динамике его освещения. Например, в 2001 г., когда количество статей о терроризме в американских СМИ в 63 раза превысило показатели предыдущих 20 лет, общее число жертв терактов в мире составило 4655 человек, что на 30 % меньше, чем в 1995 г. или 1998 г. Другими словами, в 2001 году количество терактов было примерно в полтора раза ниже, чем в некоторые другие периоды, а писали об этом в 63 раза больше. Эта статистика ярко отражает целенаправленные действия правительства США по формированию общественного мнения в сфере национальной безопасности.

Таким образом, американская пресса продемонстрировала неспособность в полной мере выполнить свою главную функцию – обеспечить граждан объективной и непредвзятой информацией о происходящих событиях и еще раз доказала факт того, что грамотное и умелое использование лингвистических средств позволяет оказать значительное влияние на формирование общественного мнения даже по такой актуальной проблеме, как терроризм.

ДВУПЛАНОВОСТЬ НЕСОБСТВЕННО-ПРЯМОЙ РЕЧИ

Несобственно-прямая речь – это художественный способ передачи чужой речи в форме двуплановой синтаксической конструкции. В ней план автора, или (в терминологии Э. Бенвениста) «план истории», слит с «планом речи» персонажа. Наш интерес к данной проблеме связан с тем, что в литературе по стилистике она не в достаточной степени раскрыта. Далее попытаемся вкратце сформулировать то, что нам к настоящему времени удалось узнать об исследуемом явлении.

Согласно европейской лингвистической традиции, основным признаком несобственно-прямой речи считается двуголосие. Все исследователи соглашались с тем, что ее основная функция состоит в изображении ситуации изнутри, с позиции лица, ее непосредственно переживающего.

К единицам «плана речи» относятся индикаторы речевых актов и, если речевой акт выражен пропозициональным содержанием, показатели ситуативности. Под ними понимают включенность в содержание высказывания способа выражения говорящего и компонентов речевой ситуации говорящего. Минимум, каким в несобственно-прямой речи представлены показатели ситуативности, – это значение времени, отсчитываемое от момента речи персонажа.

«План истории» в несобственно-прямой речи складывается из авторского ввода к ней и создаваемой в художественном произведении действительности, которая отражена в речевом акте персонажа. Относимые некоторыми лингвистами к плану автора формы прошедшего времени в значении настоящего актуального, а также использование 3-го лица для обозначения говорящего и слушающего являются единицами плана исторического повествования исключительно по форме. Привносимая ими семантика не характерна для исторического повествования, а проявляется только в конструкциях с несобственно-прямой речью.

Для прямой и косвенной речи авторским планом является только авторский ввод. Передаваемый несобственно-прямым образом, план автора воплощает предметную, визуально-чувственную ситуацию речевого акта персонажа. Ни план автора, ни план персонажа не вербализованы в конструкции с несобственно-прямой речью полностью, но представление о каждом из них довольно легко достраивается читателем. Обязательный компонент авторского ввода в конструкциях с прямой и косвенной речью некоторые исследователи называют метатекстом по поводу передаваемой чужой речи, который в конструкции с несобственно-прямой речью опускается.

Следовательно, несобственно-прямая речь способствует экономизации изложения содержания, увеличению плотности передаваемой информации при сокращении объема текста, а вместе с тем, повышению его экспрессивности. Однако при этом читателю требуется больше креативных усилий для усвоения содержания.

ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА

Е. Аляшева

ВЛИЯНИЕ ИНДЕЙСКИХ ЯЗЫКОВ НА АМЕРИКАНСКИЙ АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

В настоящее время в период глобализации, сопровождающейся тесными языковыми контактами, возрастает роль языков, играющих роль инструмента межнациональной и межкультурной коммуникации. Роль британского английского и все возрастающая в силу политических и экономических причин роль американского английского в данном процессе несомненна.

Американский английский язык в настоящее время рассматривается как один из вариантов английского языка, который развивался под влиянием других языков: испанского, французского и их вариантов, на него оказали также влияние языки коренного населения Америки.

Заимствование происходило при необходимости наименования новых видов животных и растений, а также отражения реалий той среды, с которой пришлось столкнуться колонистам. Влияние языков индейцев на английский язык заключается преимущественно в лексическом заимствовании. Заимствование происходило напрямую и косвенно. В общем, вся заимствованная, так или иначе, лексика включает в себя названия видов животных и растений, предметы быта и культуры индейцев, ранее не известные европейцам. Большинство этих слов в настоящее время являются общеупотребительными.

Заимствование слов напрямую в английский язык происходило с XVII до середины XIX вв. преимущественно из языков алгонкинской группы (*totem, raccoon, moccasin*), за исключением некоторых слов: *tepee, cayuse*. Названия некоторых географических названий также имеют индейское происхождение: *Massachusetts* ('горные люди'), *Connecticut* ('горная река'), *Michigan* ('большое озеро'), *Mississippi* ('большая река'), *Delaware* (от названия индейского племени).

Косвенно заимствованные слова в основном происходят от индейских языков Центральной и Южной Америк и заимствовались через испанский язык (*potato, coyote, tobacco*) и французский (*cigarette, ocelot*) языки. Период опосредованного заимствования – середина XVI – начало XX вв.

Слова, опосредованно пришедшие в английский из языков североамериканских индейцев, заимствованы из французского языка (*toboggan, caribou, bayou*). Эти слова пришли в английский язык в период с середины XVII до начала XIX в.

На территории США и Канады исторически зафиксирована только условно доевропейская письменность индейцев микмак. Большинство письменных языков стало использовать латинский алфавит на основе его

использования в английском и испанском языках. В 1840 г. в Канаде миссионер Джеймс Эванс начал вводить для языка кри разработанное им канадское слоговое письмо, которое после ряда модификаций было принято частью автохтонных народов Канады.

Приспособление индейцев к вносимой извне европейской культуре носило избирательный характер. Однако при любой возможности племена отказывались от всего, что могло разрушить важные элементы индейской культуры.

Конечно, процесс интеграции коренного населения в современное американское общество неизбежен и он продолжается. Тем не менее набирает силу движение за сохранение исконной культуры и языка индейцев.

О. Астровик

К ВОПРОСУ ОБ УПОТРЕБЛЕНИИ ИНИЦИАЛЬНЫХ СОКРАЩЕНИЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТНЫХ ТЕКСТАХ

Настоящее исследование посвящено проблеме омонимии лексических единиц, образованных путем аббревиации, т.е. аббревиатур, или сокращений. Под *аббревиацией* мы, вслед за Е.С. Кубряковой, понимаем «процесс создания единиц вторичной номинации со статусом слова, который состоит в усечении любых линейных частей источника мотивации и который приводит в результате к появлению такого слова, которое в своей форме отражает какую-либо часть или части компонентов исходной мотивирующей единицы».

Выделяются три основных структурных типа сокращений: слоговые, сложнослоговые и инициальные сокращения. Объектом нашего исследования являются *инициальные сокращения*, в состав которых входят инициал или инициалы, сохраняющиеся при редукции исходного наименования (слова или сочетания слов). Например, *MP (Member of Parliament)* и т.д.

Изучение употребления инициальных сокращений в тексте свидетельствует о том, что экономия, получаемая при создании данных лексических единиц, иногда оказывается мнимой: специфика формы сокращенной лексической единицы инициального типа, достаточно часто осложняет адекватное восприятие сообщения, содержащего сокращение. Кроме этого, в расчет нельзя не принимать и такое явление, как омонимия сокращенных лексических единиц.

В результате анализа более ста контекстов, отобранных из англоязычных периодических изданий, мы пришли к выводу, что основная масса инициальных сокращений (более 70 %) используется с тем или иным видом коммуникативной поддержки, способствующей адекватному восприятию сообщения, содержащего сокращение, и снятию омонимии. При этом наиболее часто в качестве коммуникативной поддержки используется

полное наименование, а при его отсутствии – лексическая единица, связанная с сокращением гиперо-гипонимическими, синонимическими, антонимическими и фреймовыми отношениями. Например: *England is leading a new rebellion against the **International Badminton Federation (IBF)** to prevent the governing body from appearing to discriminate against women at the Olympic Games.* (В качестве коммуникативной поддержки выступает исходное наименование.)

Использование инициальных сокращений без коммуникативной поддержки зафиксировано менее чем в 30 % случаев. При этом речь, как правило, идет о высокочастотных сокращениях, которые в равной степени могут встретиться в текстах разных функциональных стилей. Например, *UK, US, BBC, CNN* и т.д.

Подытоживая сказанное, отметим, что употребление сокращений инициального типа характеризуется наличием в тексте полного наименования или какого-либо другого вида коммуникативной поддержки, а их отсутствие свидетельствует о том, что искомое сокращение достаточно прочно закрепилось в языке.

Ю. Балакина

КОММУНИКАТИВНО-ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ГИБРИДНЫХ КОМПОЗИТОВ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Для современного этапа развития немецкого языка характерным является комбинированный способ производства новых номинативных единиц – заимствование лексических средств из английского языка с одновременным вовлечением их в словообразовательные процессы, а именно в создание сложных слов (в первую очередь, существительных). Продукты такой номинативной деятельности получили название *слов-гибридов*.

Прагмакоммуникативные характеристики гибридных композитов условно можно разделить на две группы: первая группа связана с адресантом, а вторая – с сигнификатом.

1. Образование многих гибридных композитов обусловлено влиянием англо-американской культуры. Замещение англо-американизмом одного из компонентов сложного слова диктуется желанием адресанта подчеркнуть свой уровень информированности о новом: *Tintenkiller* вместо *Tintenlöscher*, *BahnCard* вместо *Bahnkarte*, *Europatrip* вместо *Europareise*.

Англо-американизм может выполнять криптологическую функцию, скрывая смысл слова от людей, не принадлежащих к определенной группе: *Mushroom-Tee*, *Joint-Bauanleitung*, *Joint-Dreher*.

В составе гибридного композита англо-американизм также может выполнять эвфемистическую функцию за счет принадлежности к лексической

системе другого языка, которой владеют не все носители немецкого языка: *Call-Girl-Ring* вместо *Bestellhurenring*, *Push-Up-Büstenhalter* вместо *Stützbüstenhalter*.

2. Часто англо-американизмы используются для придания нового, положительного, статуса существующим понятиям: ср.: *Kunstharz-Polish* вместо *Kunstharzpolitur*, *Strechstrumpf* вместо *Dehnstrumpf*, *Gefrierbox* вместо *Gefrierfach*.

Дифференциация понятия: в языке осуществляется повторная номинация уже имеющихся явлений, с целью приписывания новому объекту определенного дифференцировочного признака, который отсутствовал в предшествующем названии, или акцентирования признака денотата, который не был выделен и зафиксирован в прежнем названии: например, композит *Karriere-coaching*, где компонент *coaching* имеет иную семантику, нежели немецкоязычные эквиваленты *Hilfe*, *Unterstützung*.

Расширение/сужение объема значения слова: англо-американизм в роли одного из компонентов может ограничивать сферу употребления гибридного композита, относя его к определенной терминосистеме: например, слово *Kick-off-Veranstaltung* употребляется в сферах экономики и информационных технологий, в то время как его возможные синонимы имеют много сфер употребления.

Таким образом, гибридные композиты активно включаются в систему парадигматических связей немецкого языка, выполняя особую прагма-коммуникативную функцию.

И. Бандалет

СПЕЦИФИКА *DIGISPEAK* – «ЯЗЫКА» ИНТЕРАКТИВНОГО ВИРТУАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

В современном мире наряду с развитием науки и техники появляются новые способы, с помощью которых люди могут общаться. С каждым годом все больше и больше людей выбирают интерактивное виртуальное общение. В последние годы широко известными и популярными стали чаты, где интернет-пользователи могут задавать интересующие их вопросы, делиться мнением и высказывать свои мысли. В связи с развитием данного вида общения, появились новые сокращения, которые стали очень популярны среди интернет-пользователей и получили название *digispeak*. Это такая разновидность сленга, которая заключается не в искажении слов и намеренных ошибках, а в сокращении. Так как главная цель общения – быстрая передача информации, то интернет-пользователи начали использовать сокращения не только отдельных слов, но также фраз и даже предложений.

Эти и другие выражения можно найти в словаре “Англо-русский толковый словарь терминов и сокращений по ВТ, Интернету и программированию” Э.М. Пройдакова, Л.А. Теплицкого.

Есть даже словари для перевода таких сокращений – ведь написать только первыми буквами можно что угодно. Самые известные выражения digispeak – **LOL** (*laughing out loud* – ‘громко смеюсь’), **ROFL** (*rolling on the floor laughing* – ‘качаюсь по полу и смеюсь’), **TNX** (*thanx* – ‘спасибо’), **BTW** (*by the way* – ‘кстати’), **AFK** (*away from keyboard* – ‘отошел’). Но сокращают и более сложные выражения. Например, следующие:

AFAICR (*as far as I can remember*) – ‘насколько помню’; **ANY1** (*any one* – ‘каждый’); **AFAIK** (*as far as I know*) – ‘насколько мне известно’; **BBL/BBS** (*be back lately/short/soon*) – ‘скоро вернусь’; **BFF** (*best friends forever*) – ‘лучшие друзья навсегда’; **B4N (BFN)** (*bye for now*) – ‘пока’; **FOAF** (*friend of a friend*) – ‘друг товарища’; **GR8** (*great*) – ‘Восхитительно’; **GTG** (*I got to go*) – ‘Я должен идти’; **HAND** (*have a nice day!*) – ‘доброе дня!’; **ИМНО** (*in my humble/honest opinion*) – ‘по моему скромному/честному мнению’; **КК** (*Okay, all right*) – ‘Хорошо’; **LMIRL** (*let’s meet in real life*) – ‘давай встретимся в реальной жизни’; **YA** (*yet another*) – ‘Еще один’; **МЮОВ** (*mind your own business*) – ‘занимайся своим делом’.

Существуют и сокращения, которые в традиционном понимании трудно назвать сокращениями. В них зашифрованы целые словосочетания или даже предложения.

ROTFLASTC (*rolling on the floor laughing and scaring the cat*) – ‘катаюсь со смеху по полу, пугая кота’;

ПТЮВИСВУВМД (*If I tell you what it says, will you buy me a drink?*) – ‘Если я скажу тебе, что это значит, ты угостишь меня выпивкой?’

В последнее время на западных форумах используются сокращения, в которых умышленно допускаются ошибки – как будто общается иностранец или необразованный человек. *Maby* – *maybe*, *Jk* – *joke*, *Natrally* – *naturally*, *Ppl* – *people*.

И. Бугай

АНТОНОМАЗИЯ КАК СПОСОБ ПОПОЛНЕНИЯ СЛОВАРНОГО СОСТАВА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Словарный состав английского языка постоянно пополняется новыми единицами, многие из которых образуются в ходе семантической деривации. Достаточно интересным представляется изучения процесса *антономазии*, при котором имена собственные модифицируются в имена нарицательные.

Как показывает анализ, трансформация английских имен собственных, личных, в нарицательные базируется на определенных моделях, которые представляют собой регулярное обобщенное переосмысление отдельных свойств и признаков имен личных.

Достаточно часто нарицательные наименования человека образуются в ходе переноса отдельных персональных характеристик исторических

личностей по модели «личное имя исторической персоналии → наименование человека», например: *Job* ‘ветхозаветный проповедник, претерпевший много страданий’ → ‘безропотный, терпеливый страдалец, человек, с ангельским терпением’; *Jezebel* ‘жена израильского царя Ахава, отличающаяся распутством и склонностью к язычеству’ → ‘коварная и порочная женщина, распутница, развратница’.

Достаточно распространенной является модель образования английских нарицательных имен существительных «имя изобретателя → изобретение», в результате которой различные предметы или явления номинируются в ходе метонимического переосмысления по смежности с автором, создавшим данный продукт, ср. *Reaumur* ‘термометр Реамюра’, создателем которого является французский физик Рене Антуан де Реамюр; *Sally Lunn* ‘сэлли-ланн, сладкая булочка к чаю’, получившая свое название от имени женщины-кондитера, жившей в конце XVIII в.

Увеличение словарного состава английского языка также базируется на модели «Литературный персонаж → наименование лица», которая основана на метафорическом переносе определенных характеристик литературного или телевизионного героя на название лица, наделенного этими характеристиками, например, *rook bah* ‘человек, который занимает сразу несколько должностей, но не справляется ни с одной из них’ по аналогии с персонажем комической оперы Гилберта Микадо; *Mary Poppins* ‘человек со слишком идеальным поведением’ по аналогии с героем одноименного фильма.

Таким образом, антономазия, в результате которой лексическое значение имен собственных подвергается семантическому преосмыслению, является динамичным и продуктивным способом обогащения словарного состава английского языка.

А. Бут-Гусаим

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АССОЦИАТИВНЫХ ПОЛЕЙ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Целью данного сообщения было выявить закономерности в стратегиях ассоциирования на материале слов, обозначающих концепт «человек» в английском языке, и их переводных аналогов, выбранных из «Русского ассоциативного словаря» и «Ассоциативного словаря славянских языков».

Различия наблюдаются как в количественной, так и в качественной структуре. Все ассоциативные поля в русском языке значительно шире и разнообразнее, что закономерно объясняется особенностями самого языка. В английском языке на первую реакцию может приходиться больше 200 и даже 300 ответов, тогда как в русском языке – не более 100. Такое отличие объясняется объективными условиями проведения ассоциативного эксперимента. Так, в русском исследовании принимало участие не менее

500 участников, в то время как в английском – 1000. Возможно, что при увеличении числа респондентов число самых распространенных реакций увеличилось бы в такой же пропорции.

Как нам показалось, несмотря на большее количество участников в английском эксперименте, в количественном отношении поля компактнее, менее разветвлены, т.е. почти не представлены однокоренные слова. В русском же варианте они употребительны и число разных ответов возрастает еще за счет упоминания в разных падежных, временных и т.п. формах.

Что касается качества реакций, здесь можно обратить внимание на некоторую сниженную стилистическую оценку, разговорность некоторых реакций русского языка. Вероятно, на этой основе можно делать некие выводы о характере представителей нации. В русских ответах явно сквозит недовольство, представлено множество отрицательных реакций. Это говорит о пессимизме, негативном отношении. К тому же для русского языка отмечается большая идиоматичность, для многих слов давались реакции в устойчивых клише, пословицы.

Обратимся к рассмотрению реакций разных частей речи. Список прилагательных, упомянутых в английском ассоциативном поле, короче. Мы можем предположить, что русские склонны к описанию, а американцы более конкретны в своих ответах. В отличие от английского языка в ассоциативных полях их переводных эквивалентов в русском языке значительно меньше глагольных ответов, хотя если они встречаются, так даже и во всех временных формах, что не типично для английских экспериментов.

Несмотря на множество различий, обнаруженных в ходе анализа реакций, все-таки прослеживаются универсальные тенденции. Ядро реакций аналогично в двух языках.

Г. Вабищевич

ГАЗЕТА – ИСТОЧНИК НЕОЛОГИЗМОВ (на примере французского языка)

Создание неологизмов – свидетельство жизни языка, его стремление выразить все богатство человеческих знаний, прогресс цивилизации.

Богатым источником неологизмов является газетный текст. Сочетание речевых законов строгих жанров и стремления к экспрессивности порождает неологически окрашенные лексемы. Существует несколько способов образования неологизмов: суффиксация (*jeunot – паренек; amerlot – америкашка*), префиксация (*hyperspeedé – преуспевающий; archiclean – кристально чистый*), телескопия (*La direction de la SNCF veut sortir de la “gréviculture”*. (Le Monde, 2010, 19.04.)), сокращение (*Business > ness; musique > zique*), комбинированные способы (*décanailleur (вытянуть кого-либо из плохой компании); télétravailler > (работать дистанционно)*).

Самым распространенным способом образования семантических окказионализмов во французской лексике является метафора.

Отличительная черта словообразования французских неологизмов заключается в широком использовании заимствований, в частности из английского языка (*feedback* – обратная связь; *challenger* – претендент, конкурент; *digital* – цифровой; *hype* – шумное рекламирование; *ripole* – знаменитость). Необходимо отметить, что создание и использование данного вида лексики не всегда представляется оправданным. Неологизм может быть легко заменен французским аналогом, поскольку обозначает реалию, так или иначе присутствующую во французской языковой среде (*fast-food* – *restauration rapide*; *mailing* – *publipostage*; *overbooking* – *surréservation*; *scoop* – *exclusivité*; *tour-operator* – *voyagiste*). Однако употребление неологизмов данного типа может быть и оправданным, если приводимый комментарий свидетельствует о том, что окказионализм был создан с целью смысловой компрессии и, соответственно, заполнения окказиональной лакуны во французском языке, или автор ставит цель подчеркнуть различие между реалиями, существующими в обоих языках («*Leonardo di Caprio: hyper-méga-star*» (заголовок); «*Elle a décidé d'ouvrir non-stop un Russian Bar où l'on se délecte de zakouski*»).

Перевод общеязыковых неологизмов не вызывает особых трудностей, так как в русском языке, как правило, уже существуют соответствующие эквиваленты (*tapuscrit* – напечатанный текст; *mégestion* – плохое, неправильное управление). Для более адекватного перевода авторских неологизмов можно попытаться создать соответствующий неологизм, если это не противоречит правилам словообразования русского языка (*sarkoholisme* – саркомания (большой интерес к личности Николя Саркози в прессе). Но чаще всего приходится прибегать к описательному переводу (*bougisme* – культ перемен).

А. Вакульчик

СЕМАНТИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Основной целью нашего исследования является выявление способов перевода психолого-педагогической терминологии. Для успешной реализации данной задачи важно, чтобы терминология была упорядочена.

Исследуя литературу по данному вопросу, мы пришли к выводу, что все существующие классификации терминов строятся на основе одного из следующих критериев: происхождение термина, морфологическая структура, способ терминообразования. Данные классификации, несомненно, способствуют упорядочению терминосистем, но из-за своей универсальности они в недостаточной степени отражают особенности именно психолого-

педагогической терминологии. Поэтому мы предприняли попытку разработать ее семантическую классификацию.

По семантическому признаку в терминологии психологии можно выделить следующие тематические группы: 1) названия психических процессов: *die Auflösung, der Landscher Effekt*; 2) названия психических образований: *das Bewusstsein*; 3) названия свойств личности: *die Belastbarkeit, die Entsagung*; 4) названия психологических теорий: *die Entwicklungstheorie*; 5) названия методов тестирования и диагностики: *der Bender-Gestalt-Test, die Ach-Wygotsky-Methode*; 6) термины из области нейрофизиологии: *die Blut-Hirn-Schranke, der Endorphin, der Hippocampus*; 7) названия психических заболеваний, психических отклонений и патологических состояний: *der Blutrausch, das Down-Syndrom*; 8) обозначения лиц, страдающих психическими заболеваниями или имеющих психические отклонения: *der Degenerierte, der Nekromant*.

Каждая из названных групп кроме семантического (категориального) сходства обладает еще рядом других лингвистических характеристик, которые выделяют данную группу на фоне других. В разной степени разным группам присущи антонимия и синонимия (в данном случае речь идет скорее о дублетах, нежели о полноценных синонимах). Например, *die Bibliomanie* ↔ *die Bibliophilie*, *die Arithmomanie* ↔ *die Arithmophobie*, *die Monomanie* = *der Einzelwahn* = *der Einwahn*. Термины различных групп обнаруживают также некоторые характерные отличия в морфологической структуре и способах образования новых терминов. Термины групп 8 и 7 даже образуют парные соответствия. Например, *die Asthenie* ('астения') → *der Astheniker* ('лицо, страдающее астенией'). В некоторых группах нередко встречаются паронимы, как результат языковой экономии. Например, *der Egoismus* – *der Egotismus*, *die Depravation* – *die Deprivation*. Эти особенности терминологии являются источниками внутриязыковой и межъязыковой интерференции и могут представлять собой существенные сложности при переводе.

На наш взгляд, семантическая классификация имеет практическую ценность для теории и практики перевода, поскольку способствует структурированию и детальной разработке на данный момент новой и в силу этого неупорядоченной психолого-педагогической терминосистемы.

А. Василевская

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПНЫЕ ЦЕННОСТИ И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

Коллективное сознание достаточно стереотипно и именно стереотипы играют существенную роль при воздействии на сознание индивидов, влияя на внутреннюю готовность человека определенным образом воспринимать явления окружающего мира, оценивать их и действовать по отношению к ним. Гендерные стереотипы отражают совокупность биологических

признаков, социальных ролей, особенности психики и поведения, присущие представителям данного пола в рамках данной культуры.

Рекламная индустрия активно эксплуатирует гендерные образы, соответствующие основным стереотипным ценностям, которые базируются на культурно и социально обусловленных представлениях о качествах и нормах поведения мужчин и женщин. Данные образы не являются, однако, константными образованиями, зависят от исторических, экономических, политических и социальных условий развития общества.

В связи с этим показательны тексты гендерной рекламы, обращенной к женской аудитории: в период экономического чуда доминирующим является образ женщины-матери, хранительницы домашнего очага; с зарождением феминистского движения на смену ему приходит представление о независимой женщине, стремящейся к самореализации в личном и профессиональном плане; а на пике сексуальной революции на первый план и вовсе выходит образ вызывающе сексуальной и уверенной в себе, надменной и избалованной женщины-соблазнительницы.

Сохраняя классические стереотипные ценности, в наше время в «женской» рекламе активно используется и ряд других образов, соответствующих современному восприятию женского эталона:

✓ образ независимой женщины, способной добиться признания и постоять за себя: *Verschaff dir Respekt. Zeig deine starke Seite; Es gab Zeiten als Frauen noch Schutz bei Männern suchten; Auf wen Sie sich verlassen können, zeigt sich meist nur im Ernstfall. Besser, Sie verlassen sich einfach auf sich selbst – oder auf eine gute Unfall-Versicherung;*

✓ образ находчивой, предприимчивой, оригинально и творчески мыслящей женщины: *Der neue Mazda2. Er steckt voller Ideen. Genau wie Sie;*

✓ образ неотразимой соблазнительницы, притягивающей взгляды каждого мужчины: *Sitzt, passt, raubt Männern die Luft; Kriechen Sie den den perfekten Augenblick. Die DIOR Mascara verleiht ihren Wimpern sofort mehr Volumen und spektakulären Schwung. Zusammen angewendet mit unserer Lidschattenpalette ziehen Sie alle Blicke auf sich* и др.

А. Вильчинская

СТРУКТУРА ФРЕЙМА “ПОЛИТИК”

(на материале английского и русского языков)

При концептуализации любого понятия формируются определенные фреймы, представляющие собой структуры, в которых содержится описание объекта в виде атрибутов и их значений.

Как показал анализ лексических единиц, относящихся к политической сфере, на материале англо- и русскоязычных статей, структура фрейма “политик” задает набор слотов, объективирующих следующие типовые признаки политика: политик – это человек

- а) определенного пола;
- б) определенного возраста;
- в) из определенного региона;
- г) занимающийся политической деятельностью;
- д) придерживающийся какой-либо политической ориентации;
- е) принадлежащий к какому-либо политическому институту;
- ж) выполняющий какие-либо политические функции;
- з) обладающий какими-либо качествами: профессионально-деловыми, морально-этическими, психическими.

В качестве примера рассмотрим слот *политической деятельности* политика (г). В значениях проанализированных лексических единиц имеется указание на экспрессивно-оценочное заполнение данного слота, которое может отражать имитацию политической деятельности, безрезультатные разговоры (*parlor pink, говорильня*); лоббирование интересов общественности (*influence peddler, oilies, rainmaker*); фальсификацию результатов выборов (*to gerrymander*); политику «урывания от казенного пирога» (*pork barrel politics*); неофициальные политические переговоры (*закулисная дипломатия*).

Вместе с тем в русской лингвокультуре данный слот имеет дополнительное значение пренебрежения проблемами народа, подвергаемое осмеянию (*травительство, прихватизация*).

Отдельные слоты во фрейме “политик” имеют осложненную структуру. Например, слот *обладание качествами* (з) представляет собой набор различных черт, присущих политику в его профессиональной деятельности. Так, в обеих лингвокультурах осуждается и высмеивается неопытность, непрофессионализм политиков, халатное отношение к работе: *Boy Scout* ‘наивный, витающий в облаках политик’, *cookie pusher* ‘слабак, неженка, светский бездельник; работник заграничной службы, увлекающийся протокольными мероприятиями в ущерб работе’, *грезидент* ‘президент, потерявший чувство реальности’.

Таким образом, фрейм “политик” имеет сложную структуру, которая выражается восьмью слотами, отражающими основные понятия, важные для сознания английской и русской культур.

М. Войтович

ФРАЗЕООБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ ГАСТРОНОМИЗМОВ *BUTTER/BUTTER* ‘МАСЛО’ В НЕМЕЦКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

В формировании языковой картины мира основополагающую роль играют фразеологизмы и метафоры. Объектом нашего исследования являются фразеологические единицы (ФЕ), содержащие названия продуктов питания – *гастрономизмы*. Данные единицы заключают в себе специфические для данного языка концепты или специфические для данной культуры явления, которые являются продуктом кумулятивной функции языка и могут рассматриваться как «вместилище» фоновых знаний.

Гастрономизм *масло* имеет свои особенности в процессе метафорического переосмысления в обоих языках. Носители языков, используя данный продукт питания в каждодневной практике, выделили разные его признаки, которые и были положены в основу образования ФЕ. Данные единицы вторичной номинации употребляются для описания сфер, связанных непосредственно с самим человеком.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод, что данные ФЕ подтверждают значимость такого продукта питания, как масло, в рационе человека. Высокая прагматическая оценка, основанная на этой важности, нашла свое отражение в метафорическом переосмыслении. Концептуальная структура гастрономизма *масло* в немецкой языковой картине мира включает такие компоненты, как мягкая консистенция (напр., *weich wie Butter sein* 'быть податливым, добрым, чувствительным человеком', *ein Herz wie Butter haben* 'иметь мягкое сердце, быть чувствительным человеком'), свойство таять при высоких температурах (напр., *zergehen wie Butter an der Sonne* 'сгорать со стыда', *zerrinnen wie Butter an der Sonne* 'уплывать, как вода (о деньгах)', *wie Butter an der Sonne stehen* 'растеряться, оробеть, смутиться', *Butter auf dem Kopf haben* 'иметь рыльце в пушку'), дефицитность на первоначальном этапе (напр., *wie Butter abgehen* 'быстро расходиться (о товаре)', и последующая доступность продукта (напр., *um ein Butterbrot* 'за бесценок, почти даром').

Знание о масле в английской языковой картине мира представлено следующими компонентами: высокое содержание жира (напр., *as fat as butter* 'жирный, как масло'), свойство таять при высокой температуре (напр., *as if butter wouldn't melt in one's mouth* 'с невинным, безобидным видом'), средство к существованию (напр., *bread and butter* 'средства к существованию', *quarrel with smb's bread and butter* 'бросить занятие, дающее средства к существованию, действовать вопреки своей выгоде').

В сравниваемых языках *масло* в сочетании с *хлебом* означает также роскошь: *Butterseite des Lebens* 'приятная сторона жизни', *have one's bread buttered on both sides* 'иметь обеспеченное, благополучное существование').

Таким образом, анализ ФЕ с гастрономизмом *масло* позволяет выявить специфику фразеобразовательной активности данного компонента и установить его роль в создании языковой картины мира соответствующего социума.

Ю. Гаврилова

ЛИНГВОСТРАНОВЕДЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НУМИЗМАТИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА

Настоящая работа представляет собой лингвокультурологическое исследование, основной задачей которого является изучение и описание развития нумизматической лексики французского языка.

В данном исследовании используются этимологический и семиотический анализ этого лексического пласта, а также методы диахронического и синхронического анализа, что обусловлено стремлением изучить как собственно лингвистические особенности нумизматического словаря французского языка, так и экстралингвистические факторы его обогащения. Последние выступают носителями информации культурологического характера, т.е. отражают жизнь французского общества, его историю, события и достижения. К примеру, появление тех или иных денежных единиц нередко связано с конкретными событиями, имевшими место в истории Франции: например, по одной из версий, происхождение названия *франка*, который был выпущен во время Столетней войны специально для выкупа из британского плена короля Франции Иоанна II Доброго, связано с тем, что французский народ идентифицировал себя с народом вольным и свободным, т.е. *franc* по-французски. А название монеты *эю*, выпуск которой начался в 1266 г., связано с изображенным на ней символом объединенного королевства – щита (фр. *écu*).

Как показывают результаты исследования, исторически сложившись, данная подсистема функционирования языка (а именно сфера нумизматики) имеет своё назначение, свой смысл, свою лексику, фразеологию и норму, что является подтверждением следующего положения: язык непосредственно связан со сферой нумизматики, и в то же время сам является продуктом ее развития.

Подобные исследования представляются нам весьма важными и актуальными, так как деньги являются не только необходимым условием функционирования экономической жизни общества, но и продуктом развития его истории и культуры. Кроме того, в настоящее время это достаточно самостоятельная сфера, со всеми необходимыми атрибутами, инфраструктурой и языком.

Ю. Герасимчик

КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФРАНЦУЗСКИХ ПОСЛОВИЦ

Данное исследование посвящено изучению одного из разделов фразеологии французского языка – *паремологии*. Этот раздел изучает структурно-семантический тип устойчивых сочетаний слов, называемых *пословицами*, под которыми обычно понимаются народные афоризмы, краткие изречения с назидательным смыслом.

По своей направленности данная работа находится в русле актуальных семиотических исследований, обусловленных стремлением современного языкознания к изучению различных форм действительности языкового общения. Говоря непосредственно о пословицах, следует отметить, что они выступают носителями информации культурологического характера,

выражающими то, что, с нашей точки зрения, передает особенности жизни французского социума. Они отражают своеобразие исторического и культурного развития страны, ее моральные, интеллектуальные и художественные ценности, дают возможность получить истинную картину французской лингвокультурной общности.

Все сказанное свидетельствует о важности пословиц при изучении французского языка и культуры.

Приведем несколько примеров.

1. Пословицы *Un dessert sans fromage est une belle à qui il manque un oeil; Un repas sans vin est une journée sans soleil; Vin à la saveur et pain à la couleur* – показывают французов как истинных ценителей и знатоков своей кухни.

2. Большое значение во французских пословицах уделяется межличностным отношениям – дружбе, любви: *Mieux vaut ami en voie que denier en courroie; Bonne amitié vaut mieux que tour fortifiée; Les amants qui se disputent, s'adorent; L'amour est mort rien n'est plus fort.*

В заключение подчеркнем, что умелое использование пословиц придает речи неповторимое своеобразие, особый колорит и выразительность. Пословицы, будучи наиболее специфической для французского языка частью его лексического запаса, являются также важным компонентом фоновых знаний, помогают глубже изучить культуру страны изучаемого языка.

А. Гилимович

ИСПАНСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ НА ФОНЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ДВУХ КУЛЬТУР

Заимствования являются одним из основных способов пополнения словарного состава языка, однако их появление в отдельном языке зависит от определенных условий развития этого языка и интенсивности контактов с языком-источником. Выявление факторов взаимодействия двух культур, в результате чего отмечается заимствование отдельных лексических единиц, позволит определить интенсивность языковых контактов и их сферы.

Как показал анализ отобранных методом сплошной выборки из “Collins English Dictionary (8th Ed.)”, “The Oxford Dictionary of English” и “The New Oxford American Dictionary” 415 испанских заимствований, обозначенные слова можно отнести к определенным тематическим группам, что позволяет установить культурно-исторические предпосылки на фоне которых осуществлялся процесс заимствования.

Достаточно большое количество испанских заимствований в английском языке представляют собой названия растений (11 % от общего количества исследуемых лексических единиц), например, *maté, potato, vanilla, yerba buena* и животных (7 %): *armadillo, caiman, chinchilla, nutria*. Исторические события, вызвавшие приток обозначенных испанских заимствований,

связаны с Великими географическими открытиями конца XV – начала XVI вв. Последовавшее за открытием Америки развитие торговли, колонизация Южной и Северной Америки испанцами и, в дальнейшем, сотрудничество Англии с Испанией привели к заимствованию целого ряда испанских слов, а также слов из языков народов, подвергшихся испанской колонизации.

В первой половине XVI в. благодаря династическим связям между Англией и Испанией в Англии находилось немало испанцев, от которых англичане усвоили некоторое количество слов, относящихся к испанским нравам, культуре. Так в английском языке появились слова, обозначающие названия блюд и еды (9,5 %): *chorizo* ‘сухая колбаса с красным перцем’, *churro* ‘кренделек’, *empanada* ‘пирожок из слоеного теста’; танцев и музыки (5,25 %): *bolero*, *fandango*, *flamenco*, *zarzuela* ‘музыкальная комедия’; слова, относящиеся к виноделию (4 %): *amontillado*, *bodega* ‘винный погребок’, *sherry*, *solera* ‘способ виноделия’; культурные традиции (2,75 %): *banderilla* ‘a decorated dart’, *muleta* ‘a small red cape fixed to a stick’.

Развитие внешней торговли Англии в XVI в. неизбежно привело к длительной и упорной борьбой на суше и на море с Испанией. Военный конфликт между двумя странами в конце XVI в. также оставил свои следы в английской лексике: слова, относящиеся к военному (1,75 %: *ambuscade*, *armada*, *galleon*) и морскому делу (1 %: *binnacle* ‘нактоуз (ящик для компаса)’, *stevedore* ‘портовый грузчик’), торговле (0,75 %: *cargo*, *contraband*, *embargo*).

Таким образом, взаимодействие двух культур под влиянием различных экстралингвистических факторов способствовало процессу заимствования значительного количества испанских слов в английский язык.

А. Гончарова

ГЕОРТОНИМЫ – ОСОБЫЙ ПЛАСТ КУЛЬТУРНО-СПЕЦИФИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ

Язык как явление общественное в полной мере отражает общественное сознание, в котором хранятся все накопленные обществом знания. Лексическая система языка наряду с другими словами включает культурно-маркированные единицы, специфичные для каждой конкретной лингвокультуры и представляющие особые трудности для перевода на другие языки. К одному из классов знаменательных слов, неразрывно связанных с общественным сознанием, относятся *геортонимы* – названия праздников, торжеств, обрядов, концертов, фестивалей и т.п.

Среди геортонимов можно выделить геортонимы, связанные с религией, с событиями календарного цикла, историческими событиями и легендами, известными персоналиями, едой и напитками, а также геортонимы-эксцентризмы (напр., англ. *International Lefthanders Day*, *Groundhog Day*).

Наиболее популярные в английском языке геортонимы имеют староанглийское, латинское, ирландское и французское происхождение. Для того, чтобы понять, чем обусловлены те или иные особенности конкретного употребления геортонима в дискурсе, необходимо знать его историю и атрибуты, скрытое в самой номинации коннотативное значение.

Характерной чертой геортонимов является то, что, как и другие слова в языке, они могут со временем менять свое значение. Например, изначально День святого Валентина и День святого Патрика были чисто религиозными праздниками, однако в наши дни их празднование имеет другой смысл, приобрело массовый характер, в том числе и за пределами страны возникновения. Обнаружить изменения значений геортонимов целевого языка можно при анализе современной практики употребления этих лексических единиц в речи носителей языка и в текущих материалах прессы, языке СМИ, новейшей литературы и кинофильмов.

Н. Греченкова

КОМБИНИРОВАНИЕ СПОСОБОВ ПОПОЛНЕНИЯ ЛЕКСИЧЕСКОГО СОСТАВА В НЕМЕЦКОМ МОЛОДЕЖНОМ ЯЗЫКЕ

Для молодежного языка характерна высокая динамичность изменения словарного запаса. Будучи одним из подъязыков, он обновляется не менее, а возможно, и более интенсивно, чем общенациональный язык или другие подъязыки. Если ранее пополнение молодежного сленга достигалось за счет таких традиционных путей, как семантическая деривация, заимствование, сокращение, то сейчас молодежному языку свойственно комбинирование различных способов обогащения словарного состава.

Так, метафора и метонимия как основные способы семантической деривации в молодежном языке функционируют также в совокупности. В этом отношении интересен пример лексемы *das Brett*. В литературном языке у этого слова одно из значений ‘die Bühne’, а в языке молодежи ‘sehr guter Pop/HipHop-Song’. Данное значение является результатом действия как метонимии, так и метафоры – т.е. такого явления, как метафтонимия.

В молодежном языке наблюдается тенденция к языковой экономии, усечению, а тем самым упрощению слов. Характерным для языка молодежи является суффикс *-i*: *Behindi* (от англ. *Behind*). Здесь наблюдается комбинация способов: заимствование + транспозиция + семантическая деривация + суффиксация) ‘rückständiger Typ’; *supi* ‘super’ (суффиксация + усечение: *super + i → supi*).

Заимствование как один из самых частотных путей обогащения лексического состава молодежного языка часто сопровождается семантической деривацией: *Chick* (в немецком языке ‘das Huhn’) ‘abwertend für Mädchen’. Как пример действия метонимического переосмысления

в сочетании с конверсией можно привести лексическую единицу *fritten* 'essen' (картофель фри выступает здесь в вербализованной форме как часть вместо целого, а значение глагола рождается на основе семантического расширения: есть не только картофель-фри).

Немецкий молодежный сленг характеризуется большой социальной маркированностью. Происхождение многих слов, активно употребляемых молодежью на всей территории Германии, базируется на основах, свойственных определенным диалектам, но подвергшихся частичному переосмыслению. Так, в основе слова *Huschi* 'naiver, schüchterner Тур' лежит значение *Huscher* 'Spinner', распространенное в южнонемецких диалектах (здесь наблюдается семантическая деривация + усечение + суффиксация).

Таким образом, можно сделать вывод, что для молодежи характерны потребности в динамичности, экспрессивности языка и нестандартном словесном выражении. Данные потребности в молодежном языке постоянно обновляются, поскольку при частом употреблении слов экспрессия быстро теряется и требуются новые средства для ее выражения. Это объясняет тенденцию молодежи создавать новые единицы с помощью комбинированных способов пополнения молодежного лексикона, которые благодаря своему нестандартному сочетанию придают слову экспрессивный оттенок и неформальную окраску.

И. Гродникова

ТЕКСТОВЫЕ МОДИФИКАЦИИ СЛОВ-ЦВЕТОИМЕНОВАНИЙ

В проведенном нами исследовании рассматривается семантический потенциал слов-цветонаименований в аспекте их текстовой модификации.

Как известно *черный*, *белый* и *серый* являются ахроматическими цветами. Они связаны с понятием света: отсутствие света, поглощение всех цветовых лучей образует черный цвет, в то время как равномерное отражение всех цветовых лучей создает белый цвет. Серый – это сложный цвет, получаемый в результате смешения белого и черного.

Согласно исследованию А.П. Василевича, ядро поля цветонаименований составляют основные цвета: *white*, *black*, *grey* – в английском языке, и *белый*, *черный*, *серый* – в русском языке. Семантика цветонаименований как в русском, так и в английском постоянно расширяется за счет обозначения таких характеристик, как интенсивность, яркость, насыщенность и чистота.

На основе исследовательского материала было выявлено, что 98 % слов-цветонаименований реализуются в своем прямом значении, обозначая реальный цветовой признак при описании внешности человека, одежды, природы, мебели и т.п.: *He shared down at her massive and relaxed in his white uniform. The old man turned black eyes to Hindeman. Octavia stood in the middle of the grey carpet and looked around her.*

Интерес представляют примеры, в которых значение прилагательных-цветоименований модифицируется в контексте: *She was free until ten o'clock so that she put on a pale cotton evening dress and went to the restaurant...* – До десяти она была свободна, так что она одела **неброское вечернее платье/неяркое вечернее платье/скромный наряд** и пошла в ресторан...

And from it he began to produce bottles--little fat bottles containing powders, small and slender bottles containing coloured and white fluids, fluted blue bottles labeled Poison, bottles with round bodies and slender necks, large green-glass bottles, large white-glass bottles... – И с этого момента он начал заполнять бутылки – маленькие толстобочие бутылочки порошком, маленькие и тонкие бутылочки окрашенной и **прозрачной жидкостью**, на рифленых голубых колбочках была надпись «яд», бутылки круглой формы и узким горлышком, большие из зеленого стекла, большие **прозрачные бутылки**....

Таким образом, поле ахроматических цветоименований представляет собой поле с ярко выраженной структурой: ядро – периферия. В качестве ядра выступают прилагательные, обозначающие базовые цвета: *white, black, grey* и другие перечисленные выше слова-цветоименования в своих основных значениях. Периферию составляют те же имена прилагательные, значения которых модифицированы контекстом.

Т. Грузд

СПОСОБЫ ВЕРБАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ДИСКРЕДИТАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ АНАЛИТИЧЕСКИХ СТАТЬЯХ

Само понятие *дискредитация* можно охарактеризовать как распространение заведомо ложных, неточных или искаженных сведений в печатном тексте либо в средствах массовой информации, для нанесения вреда деловой репутации субъекта. Для аналитической статьи характерен комментарий, или материал, выносящий, главным образом, оценку каким-то уже известным аудитории событиям. В результате исследования были выявлены следующие тактики в рамках стратегии дискредитации.

- Тактика **рассуждение** характеризуется постепенным развитием главной мысли (негативной оценки ситуации, а не самого оппонента) и реализуется через такие языковые маркеры, как вопросительные предложения, направленные на вовлечение читателя в ход рассуждения; повтор числительных; отрицательные компоненты (*not, un*). Вывод предложенного рассуждения может быть сделан в двух вариантах – с помощью риторического вопроса или обобщающего утверждения. Тактика **рассуждение** встречается в четыре раза чаще в английских статьях, чем в немецких.

- Тактика **обвинение** (как прямое, так и не прямое обвинение в адрес оппонента). Автор употребляет отрицательно окрашенную лексику, цель

которой – вызвать недоверие к политическому деятелю; метафоры, которые придают речи экспрессивность; вопросительные предложения; повтор придаточных определительных. Кроме языковых средств также были выявлены графические приемы усиления. Для данной тактики также характерно использование разговорной лексики, чтобы быть ближе к читателю. Реализуется посредством коммуникативных ходов *упреки* и *утрирования*. В английских статьях используется в два раза чаще по сравнению с немецкими статьями.

- Суть тактики *насмешка* заключается в том, что смеясь, человек оказывается в эмоциональной зависимости от автора, ибо из-за эмоций часто перестает замечать рациональное зерно в предлагаемой критике и оказывается в смысловой ловушке. Реализуется посредством *намек* и *выборочного цитирования* слов объекта дискредитации. В немецких статьях выделяется также такой коммуникативный ход как *сравнение*. Тактика используется в 22,7 % английских статей и 33,6 % немецких статей.

- Тактика *оскорбление* в большей степени характерна для немецких статей (16,8 % против 1,5 %), что обусловлено тем, что в них дается оценка не собственной, а зарубежной политике.

Таким образом, тактики, используемые в английских и немецких статьях схожи, однако показатель количества может значительно отличаться, что объясняется характером содержания и лингвокультурными особенностями текстов.

Я. Дешковец

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА, СВЯЗАННЫЕ С СЕМАНТИЧЕСКОЙ СФЕРОЙ *ЛЮБВИ*, В ШЕКСПИРОВСКИХ ТЕКСТАХ

В нашем докладе мы опираемся на понятие *ключевое слово*, предложенное А. Вежбицкой в книге «Понимание культур через посредство ключевых слов» (М., 2001). *Ключевое слово*, по А. Вежбицкой, представляет собой слово, особенно важное и показательное для отдельно взятой культуры. В качестве критерия отнесения того или иного слова к ключевым А. Вежбицкая предлагает следующее. Такие слова должны быть общеупотребительными, а не периферийными. Например, если в качестве ключевого слова определенной понятийной сферы рассматривать существительное *love*, то к периферийным словам, по идеографическому словарю Roget'a, можно отнести *weakness*. Hornby дает такой пример: *weakness for young typists*. Ключевое слово обычно входит в большое поле семантически связанных с ним лексических средств, включая слова синонимического и антонимического характера. Но поскольку мы имеем дело с тематическим полем, то у ключевого слова могут быть более широкие связи с другими словами, чем относительно строгие синонимические

и антонимические ряды. Так, для существительного *love* четким синонимом представляется *adoration* ('обожание'), а в качестве антонима – существительное *hatred, hate* ('ненависть'). С тематической же точки зрения квази-синонимом оказывается существительное *joy* ('радость'), а квазиантонимом – *decay* ('увядание, угасание').

Статус ключевого слова, как правило, подтверждается его особо значимой ролью в качестве опорного элемента фразеологических выражений, а также в пословицах, поговорках, изречениях, песенных произведениях, в названиях книг, произведений живописи, скульптуры, кинематографии и т.д.

Мы исходим из положения о том, что ключевое слово находит отражение в художественных текстах, воспринимаемых в данной культуре как особо значительные и представительные. Для английского языка и английской культуры такими текстами являются произведения В. Шекспира. Мы решаем свою задачу на материале сонетов Шекспира. Вначале необходимо определить, по какому критерию ключевые слова объединяются с тематически близкими им средствами. В качестве такого критерия используются данные идеографического словаря Roget'a. В результате мы получили следующую картину распределения лексико-семантических средств, тематически близких к ключевым словам.

1. Существительное *love* в квазисинонимическом окружении.

Even so, being full of your ne'er-cloying sweetness. – Так избавленный твоей любовью... (здесь и далее перевод С.Я. Маршака).

2. Существительное *love* в тематически близком, но квазиантонимическом окружении: *decay, dullness, hate*.

Such civil war is in my love and hate. – Моя любовь и ненависть ведут войну междоусобную во мне;

The worst was this: my love was my decay. – Но не боюсь и смерть в любви найти.

3. Существительное *love* в тематически близких прилагательных: *sweet, dear, true, silent, gentle*.

«*Shall hate be fairer lodged than gentle love?*» – *В душе любовь, а не вражду пригрей;*

O, learn to read what silent love hath writ. – Прочтешь ли ты слова любви немой?

Sweet love, renew thy force. – Проснись, любовь!

If my dear love were but the child of state. – О будь моя любовь – дитя удачи;

Mine own true love that doth my rest defeat. – Моя, моя любовь не знает сна.

Таким образом, анализ ключевого слова *love* в его отношениях к тематическому окружению позволил установить, что в сонетах Шекспира это слово вступает в синтагматические связи с тематически близкими ему другими существительными, преимущественно не строго синонимического и антонимического характера. Особо богатой представляется картина сочетаемостных возможностей ключевого слова *love* с прилагательными типа *sweet, dear, true, silent, gentle*.

А. Ермолович

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА «КРИЗИС» В МАНИПУЛЯТИВНОЙ ФУНКЦИИ (на материале англоязычного политического дискурса)

Изучение фрагмента действительности, соотносимого с концептом «кризис», осуществляется в рамках анализа его представления в современном политическом дискурсе, что предполагает вычленение семантических компонентов концепта и лексических средств его вербализации, характерных для современного речевого употребления в англоязычном политическом дискурсе.

Манипуляция представляет собой особый вид психологического воздействия, характеризующийся установкой на скрытое внедрение в психику объекта целей, желаний, намерений, не совпадающих с теми, которые адресат мог бы сформулировать самостоятельно.

Негативная оценка, по нашим наблюдениям, связана с характеристикой существующего положения вещей и выражена значениями ‘временные затруднения’, ‘спад деятельности’, ‘инфляция’, ‘безработица’ и т.д. и обнаруживает себя через представление концепта «кризис» в речи политиков посредством синонимов или эвфемизмов (*recession, meltdown, financial failure, downturn, depression, slowdown*). Данный факт не позволяет использовать языковые средства, содержащие данное значение, в указанной функции.

Позитивная смысловая концепта «кризис» реализована в значении ‘переход на новый, более высокий уровень развития’. Значимым здесь является возможность внушения того, что политическая элита имеет четкую стратегию выхода из создавшегося положения. Спецификой восприятия кризиса на современном этапе является то, что его преодоление и успешное посткризисное развитие мыслится как общемировая проблема, решить которую можно только совместными усилиями. И в этом манипулятивная функция смыкается с прогнозирующей функцией политического дискурса.

Таким образом, манипулятивная функция концепта «кризис» в современном англоязычном политическом дискурсе репрезентируется посредством синонимов или эвфемизмов, позволяющих смягчить положение вещей, а также актуализации позитивного оценочного компонента значения концепта «кризис», который позволяет спрогнозировать положительные аспекты посткризисного развития.

А. Жданович

АНГЛО-СКАНДИНАВСКИЕ ЯЗЫКОВЫЕ КОНТАКТЫ В ОБЛАСТИ ТОПОНИМИИ

Топонимы – важный источник познания истории народов и их языков, который позволяет судить о древних языковых контактах, реконструировать этнические связи ныне живущих и исчезнувших народов. Поэтому

топонимические исследования весьма важны для изучения. На английский язык повлияли не отдельные нашествия на английское побережье, а длительные поселения. Численность скандинавского населения можно определить лишь на основании косвенных данных. Поэтому важным является количество скандинавских географических названий в отдельных областях и количество скандинавских заимствований в английском языке.

После некоторых успешных походов датчан на Англию был произведен раздел земель и образовалась «область датского права». По некоторым официальным документам этой области, из 507 собственных имен 266, т.е. 52–53 %, явно скандинавские. По переписи 1086 г. в “Domesday book” видно, что в Линкольншире, Лестершире и в Западном Райдинге в Йоркшире половину населения или даже больше составляли скандинавы.

Решить вопрос, какого происхождения то или иное *географическое название* – английского или скандинавского, – не всегда легко, так как входящие в их состав нарицательные существительные нередко звучат в обоих языках одинаково. Скандинавские нарицательные существительные, которые встречаются в качестве второго компонента географических названий и в Англии:

- *beck* (‘ручей’), - *biggin(g)* (‘здание’), - *by* (‘деревня, город’), - *dale* (‘долина’), - *fell* (‘гора’), - *gill* (‘ущелье’), - *scale* (‘дом’) - *scar* (‘утес’), - *with* (‘лес’), - *gate* (‘дорога’) и т.д.

Некоторые географические названия сохранили скандинавские падежные окончания, например родительный падеж единственного числа на -*ar* в слове *Amounderness* (= *Agmundar* + *nes*). В ряде исконно английских топонимов произошла замена древнеанглийских звуков или сочетаний звуков соответствующими скандинавскими. Так, др.-англ. *sc'* (= *f*) заменяется сканд. *sk* в слове *Skelton* (= др.-англ. *scelf* ‘камыш’ + *tūn*). Встречается также замена древнеанглийского компонента этимологически или семантически соответствующим скандинавским словом (это слово в скандинавских языках или совсем не встречается или не употребляется для образования географических названий). Таким словом является, например, *Beckwith* (др.-англ. *Becwudu*, замена др.-англ. *wudu* ‘лес’, сканд. *viðr*).

За пределами “области датского права” скандинавские названия почти отсутствуют. Их совершенно нет в западных графствах.

Е. Жученок

К ВОПРОСУ О СЕМАНТИКЕ СЛОГОВЫХ СОКРАЩЕНИЙ

Настоящее исследование посвящено анализу семантики лексических единиц, образованных путем аббревиации, т.е. аббревиатур, или сокращений. Под *аббревиацией* мы, вслед за Е.С. Кубряковой, понимаем «процесс создания единиц вторичной номинации со статусом слова, который состоит в усечении любых линейных частей источника мотивации и который

приводит в результате к появлению такого слова, которое в своей форме отражает какую-либо часть или части компонентов исходной мотивирующей единицы».

А.Н. Елдышев выделяет такие типы сокращений, как слоговые, сложно-слоговые и инициальные. Объектом нашего исследования являются *слоговые сокращения*, в состав которых входит часть или части только одного слова, не меньшие двухфонемного слога. В отдельных случаях исходным прототипом может являться сложное слово или словосочетание, которое предварительно подвергается эллипсу. Например: *public house – public – pub*.

По мнению А.Н. Елдышева, слоговые сокращения являются максимально мотивированными вторичными единицами языка, так как сохраняют реальное формально выраженное сходство и полное семантическое тождество по отношению к исходным наименованиям. Мы, в свою очередь, проанализировали более ста сокращенных лексических единиц слогового типа, отобранных методом сплошной выборки из толкового словаря современного английского языка издательства Longman (2006), и пришли к выводу о том, что семантика ряда слоговых сокращений (более 40 % отобранных для анализа лексических единиц) отличается от семантики исходных наименований.

При этом речь может идти о расширении семантики сокращения по сравнению с семантикой исходного наименования, сужении семантики сокращения по сравнению с семантикой исходного наименования, а также приобретении сокращением дополнительного значения при одновременной потере одного из уже имеющихся значений. Так, например, сокращение *bike* и его прототип *bicycle* имеют значение 'a road vehicle with two wheels'. В то же время слово *bike* имеет дополнительное значение 'a promiscuous woman', отсутствующее в семантике слова *bicycle*.

Таким образом, полученные результаты свидетельствуют о том, что далеко не все слоговые сокращения сохраняют полное семантическое тождество по отношению к исходным наименованиям.

Н. Зайцева

ЯЗЫК ЦВЕТОВ У. ШЕКСПИРА

Среди образных средств выражения особая роль принадлежит метафорической лексике, в том числе языку цветов. В английском языке богатую пищу для анализа флористической лексики в метафорической функции дают произведения У. Шекспира.

Вместе с общепринятыми флористическими символами, такими, как *нарцисс (daffodil)* – символ эгоизма и весны, *роза (rose)* – символ вечной любви, *фиалка (violet)* – символ жизни, У. Шекспир использует и мало известные названия цветов, несущие в себе тем не менее большой заряд

метафорической выразительности. В этой связи нельзя не отметить метафорические функции очень простых цветов в букете Офелии («Гамлет»), который словно готовит читателя к пониманию ее отношения к происходящим событиям и предстоящей трагедии. Офелия сама дает объяснение смысла каждого цветка.

There's a rosemary, that's for remembrance. – Вот розмарин, это для воспоминаний. Со времен древних греков розмарин занимал особое место среди растений. Считалось, что он улучшает память, укрепляет жизненные силы, сердце и разум. Розмарином украшали букеты невесты, что символизировало постоянство и верность. Но розмарин использовали также в похоронных церемониях, чтобы хранить память о покойных. Офелия предлагает розмарин брату, чтобы укрепить его память об отце.

Pansies (анютины глазки) – that's for thoughts – вот троюцин цвет, это для дум. В Англии анютины глазки считались символом спокойствия, раздумья и присутствия духа. Тем самым Офелия советует брату обдумывать свои поступки прежде, чем принимать решения.

Fennel (фенхель) – There's a fennel for you. Это растение – разновидность душистого укропа, символизирует лесть и притворство.

Columbine (орлик, аквилегия). Этот цветок символизирует неверность и предательство. Этим цветком Офелия намекает королю на его ответственность за смерть отца.

Rue (рута) – There's rue for you; and here's some for me. – Вот рута для вас; и для меня тоже. В Англии рута обозначала волшебство и колдовство. Сок руты закапывали в уши от болезней – в этом содержится намек Офелии на причастность королевы к отравлению отца Гамлета.

Daisy. В переводе М. Лозинского *daisy* – маргаритка, возможно, символ несчастной любви.

Violets (фиалки) – I would give you some violets, but they withered all when my father died – Я бы Вам дала фиалок, но они все увяли, когда умер твой отец. У Шекспира фиалка – это символ чистоты и невинности. В Древней Греции фиалку считали символом печали и связывали со смертью молодых. В словах Офелии о фиалках таким образом прослеживается намек на ее скорую смерть.

Не менее интересен с точки зрения метафоричности и венок Офелии. Королева называет его *fantastic garlands*. В венке упоминается всего четыре цветка. *Crow flower – вороньи цветы.* В названии этого цветка звучит похоронная символика. Ворона – птица смерти. Похоронная символика звучит и в другом цветке – *nettle (крапива).* Это растение по-другому называется *dead-nettle*. *Dead man's finger* – орхидея, еще один цветок в венке Офелии. Королева говорит о том, что «холодные девы» называют лепестки этих цветов «перстами умерших». Офелия принесла эти цветы, сплетенные в похоронный венок, к воде, которая стала ее могилой.

Изученные нами примеры вторичных значений цветов из драмы У. Шекспира свидетельствуют о том, что лексико-семантическое поле

флористических названий представляет собой открытую систему. Одной из важных ее особенностей является высокий уровень многозначности (чаще всего за счет употребления слов в метафорических значениях).

Ю. Ивановская

СОПОСТАВИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ГЛАГОЛОВ ДВИЖЕНИЯ В АНГЛИЙСКОМ И ИСПАНСКОМ ЯЗЫКАХ

Нами был исследован состав глаголов движения в английском и испанском языках. В обоих языках выделяются единицы, которые на основе общности семантической отнесенности входят в состав трех лексико-семантических групп (ЛСГ), таких, как “Способ движения” (*to stroll* ‘to walk somewhere **in a slow relaxed way**’; *correr* ‘**ir de prisa**’ (‘идти очень быстро’), “Направление движения” (*to return* ‘to go or come **back** to place **where you were before**’; *regresar* ‘**ir de nuevo** al punto **de partida**’ (‘вернуться на место отправления’), “Зависимость движения” (*to elbow* ‘to **push smn with your elbows**’; *esquiar* ‘кататься на лыжах’). Наполненность этих групп различается в исследуемых языках.

В обоих языках ЛСГ “Способ движения” представлена единицами, в структуре значения которых имеются компоненты, определяющие индивидуальный способ движения, однако в английском языке данная ЛСГ является наиболее представленной – 52 %, что говорит о том, что разнообразие видов передвижения в английском языке определяется психологическими особенностями человека. Данная ЛСГ исследуемых языков представлена глаголами, которые формируют четыре подгруппы: 1) движение определенным манером; 2) интенсивность движения; 3) передвижение с шумом или бесшумно; 4) темп движения. Следует заметить, что наиболее распространенной в обоих языках является подгруппа «Движение определенным манером».

ЛСГ “Направление движения” в исследуемых языках представлена единицами, в структуре значения которых имеются компоненты, определяющие направление движения, однако примечательно, что в испанском языке ЛСГ “Направление движения” существенно отличается по своей наполненности от такой же ЛСГ в английском языке – почти в два раза – 47 % и 24 % соответственно, что свидетельствует о том, что в испанском языке проводится больше лексических разграничений относительно компонента, указывающего на направление пути. Данная ЛСГ представлена следующими подгруппами: 1) разнонаправленность движения; 2) двунаправленность движения; 3) движение по отношению к начальной или конечной точке. Наиболее представленной подгруппой в английском и испанском языках является «движение по отношению к начальной или конечной точке».

ЛСГ “Условия движения” представлена единицами, в структуре значения которых имеются компоненты, определяющие влияние обстоятельств,

явлений, объектов на движение субъекта. Между группами “Зависимость движения” в обоих языках такого четкого различия по наполненности не наблюдается: 23 % глаголов движения в английском языке и 19 % глаголов движения в испанском. В обоих языках выделяются следующие подгруппы: 1) передвижение группами; 2) перемещение при помощи чего-л.; 3) передвижение относительно препятствий. Наиболее представленной подгруппой в английском и испанском языках является «Передвижение группами».

А. Кавецкая

ГЛАГОЛЫ ЧУВСТВЕННОГО ВОСПРИЯТИЯ В АНГЛИЙСКОМ И ИСПАНСКОМ ЯЗЫКАХ

Глаголы чувственного восприятия в английском и испанском языках в сопоставительном аспекте представляют интерес в сфере языкознания. Проведенный сопоставительный анализ глаголов чувственного восприятия позволил выявить некоторые особенности семантики данных глаголов.

В обоих языках выделяются три ЛСГ, объединенные общностью семантической отнесенности. Однако имеются различия в представленности этих групп. В английском и испанском языках наиболее представленной является ЛСГ “Глаголы сенсорного восприятия” (41,48 % и 42,57 % соответственно). Примечательно, что в испанском языке количество глаголов, принадлежащих ЛСГ “Чувственное восприятие как мыслительный процесс” значительно превышает их количество в английском языке (34,65 % и 26,14 % соответственно). Обратная тенденция наблюдается в ЛСГ “Чувственное восприятие как внутренний психологический процесс” (32,38 % и 22,78 %).

ЛСГ “Глаголы сенсорного восприятия” как в английском, так и в испанском языках в зависимости от активного анализатора чувственного восприятия, делятся на пять подгрупп: 1) глаголы визуального восприятия со значениями смотреть-наблюдать/видеть/заметить; *to see; ver* (видеть предметы посредством глаз); 2) глаголы осязательного восприятия *to touch; palpar* ‘**tocar con las manos una cosa ...**’ (касаться руками предмета, чтобы почувствовать или узнать его’); 3) глаголы вкусового восприятия *to taste* ‘**to experience or recognize the taste of food or drink**’; *gustar* (почувствовать вкус, привкус’); 4) глаголы слухового восприятия *to hear; oír* (воспринять звуки посредством слуха’); *to listen* ‘**to pay attention to what someone is saying or to a sound that you can hear**’; *escuchar* (уделить внимание, чтобы услышать’); 5) глаголы обонятельного восприятия *to smell; oler* (чувствовать запах’).

В состав ЛСГ “Чувственное восприятие как мыслительный процесс” в английском и в испанском языках входят единицы, указывающие на мыслительный процесс-сознание в ходе восприятия: 1) *to understand* ‘**to know**

or **realize** how a fact, process, situation etc works, especially through learning or experience'; *entender* ('иметь четкое представление о каком-то предмете'); 2) *to learn* 'to **gain knowledge** of a subject or skill, by **experience**, by studying it'; *aprender* ('получить знания посредством эксперимента'); 3) *to recognize, reconocer* '**examinar con cuidado** algo o a alguien para **enterarse de su** identidad, naturaleza y circunstancias'.

ЛСГ "Чувственное восприятие как внутренний психологический процесс" в обоих языках представлена глаголами, обозначающими способность к психологическому восприятию какого-либо явления. Ядро данной группы – глагол *to feel* 'to **experience** a particular physical **feeling** or **emotion**', *sentirse* ('почувствовать'). К глаголам, относящимся к данной группе, можно отнести глаголы с оттенком положительного чувственного восприятия *to enjoy; complacerse* '**alegrarse y tener satisfacion** el algo' и отрицательного чувственного восприятия *to ache* 'to have a strong **unhappy feeling**'; *sufrir*.

Самая крупная по весомости в обоих языках является ЛСГ "Глаголы сенсорного восприятия". Существен тот факт, что в испанском языке количество глаголов группы внутреннего психологического восприятия значительно превышает количество глаголов данной группы в английском.

Е. Калмыченко

СПОСОБЫ ОСЛОЖНЕНИЯ ПРОСТОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Пространство между простым и сложным предложениями занимают разнообразные и разнотипные конструкции, которые объединяют понятием *осложненное простое предложение*. В механизме осложнения находит проявление фундаментальная тенденция языка к экономии, к формированию и использованию более кратких форм выражения мысли. Однако этот механизм до сих пор остается недостаточно изученным.

Теоретически возможны два способа осложнения простого предложения, получающие разное выражение на уровне его поверхностной структуры. С одной стороны, это семантическое осложнение предложения, при котором дополнительная пропозиция вписывается в его структуру и выражается традиционными членами предложения. Например, в предложении *Buck kletterte **verlegen** von seiner Bank* скрыты две пропозиции: 1. *Buck kletterte von der Bank*. 2. *Buck war verlegen*.

С другой стороны, это структурно-семантическое осложнение предложения, при котором дополнительная пропозиция заключена в осложняющем компоненте, выходящем за рамки позиционной структуры простого предложения, например: *Er hatte also an seine Theologen, **sie aus seinen riesigen blauen Augen anstarrend**, die Frage gerichtet*.

Структурно-семантически осложненное предложение, которое является объектом нашего анализа, представляет собой такое синтаксическое построение, которое в формальном отношении обладает главным признаком простого предложения – монопредикативностью, а в семантическом отношении осложнено и имеет скрытые предикативные линии (полипропозитивно), что и находит свое проявление в формальной структуре.

К осложняющим компонентам в структурно-семантически осложненных предложениях относятся дискурсивные (вводные) слова и словосочетания, вставочные конструкции, однородные главные члены предложения, сравнительные обороты, приложения, а также все обороты с неличными формами глагола – с инфинитивом и причастием.

Анализ, проведенный на материале художественной и научной литературы, показал, что в разных типах текстов структурно-семантическое осложнение простого предложения имеет разное языковое проявление. В научном тексте наиболее частотными способами осложнения являются вставочные и инфинитивные конструкции (32 % и 20 % от всех конструкций соответственно). В художественном тексте чаще всего используются однородные главные члены предложения (26 %), обособленные причастные обороты (24 %) и обособленные обороты, структурируемые прилагательным (14 %). Здесь распространены также приложения и сравнительные обороты.

Таким образом, в разных типах текстов предпочтение отдается разным способам структурно-семантического осложнения предложения.

Д. Клепко

ОСОБЕННОСТИ ВАРИАТИВНОСТИ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА В ШВЕЙЦАРИИ

Красота звучания французской речи, ее лексическое разнообразие, литературное наследие французского языка и многие другие социальные, историко-политические факторы издавна вызвали интерес к этому языку, ставшему одним из самых распространенных в мире. В настоящее время выделяют несколько национальных вариантов французского языка. Под *национальным вариантом* понимаются «такие формы национальной речи, которые не обнаруживают резких структурных расхождений, но вместе с тем приобретают автономию, поддерживаемую и осознаваемую в пределах каждой национальной общности» (Н.П. Жуковская). Французский язык имеет национальные варианты в Канаде, Бельгии, а также в Швейцарии, являясь в этой стране вторым по распространенности языком после немецкого. Сегодня французский язык в Швейцарии – это сложное образование, состоящее из двух диалектов (имеющих огромное количество специфических черт в каждом кантоне), включающее также региональный и литературный языки. Соседствуя еще с тремя государственными языками

(итальянским, ретороманским, немецким), французский язык претерпевает влияние этих языков (в особенности немецкого языка), влияние, отражающееся на различных его уровнях (лексики, синтаксиса), но практически не отражающееся на уровне его исторической распространенности. Таким образом, нельзя утверждать, что немецкий язык вытесняет французский, можно лишь говорить о его влиянии на франкошвейцарский вариант французского языка, который занимает достаточно стабильное положение в Швейцарии. Характерные особенности франкошвейцарского варианта проявляются на всех уровнях языка, но наиболее яркое выражение находят в лексике, особенно в региональном языке. Безусловно, с точки зрения первичного восприятия речи особенности франкошвейцарского варианта французского языка не столь заметны, как, например, в канадском варианте, но их наличие неоспоримо и представляет интерес для изучения. Огромную роль в возникновении свойственных только для романской Швейцарии слов или выражений играет социально-территориальный фактор, отражающий культуру данной нации, обычаи, традиции этноса, а также характерные особенности занимаемой им территории, сферы быта и образования. Среди слов, характерных только для франкошвейцарского варианта, встречаются как часто употребляемые, например, числительные и местоимения, так и весьма специфические слова, относящиеся к какой-либо профессии или роду деятельности. Таким образом, франкошвейцарский вариант французского языка обладает своими, заслуживающими изучения, особенностями, проявляющимися как в региональном, так и в литературном языке, неотъемлемыми не только при изучении языка, но и культуры, традиций швейцарского народа.

В. Козелецкий

ИМЕНА СОБСТВЕННЫЕ В СОСТАВЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ

Товарные знаки – оригинально оформленные графические изображения и оригинальные названия, особое сочетание цифр, букв или слов и т.п., которым предприятие снабжает свои изделия (БЭС) – представляют собой еще недостаточно исследованную область ономастики английского языка.

Общая функция товарных знаков прежде всего заключается в том, чтобы позволить отличить товары или услуги конкретной компании от товаров и услуг конкурирующей компании, т.е. сделать их легко распознаваемыми, а значит, облегчить потребителю выбор товаров или услуг.

Собственные имена в составе товарных знаков представляют весьма своеобразный лексический пласт. Чаще всего в товарных знаках встречаются имена личные (*Seneca, Max Factor*) и географические названия (*Monterey,*

Dakota). Отмечено также употребление названий книг (*Arabian Nights*), имен фольклорных и литературных персонажей (*Paul Bunyan*), названий кораблей (*Cutty Sark*) и картин (*Mona Liza*), употребление космонимов в качестве товарных знаков ограничено из-за их вторичности, почти не отмечено использование кличек животных.

Использование фамилий на товарном знаке – один из наиболее старых приемов, к нему прибегают сегодня при маркировке изделий, в которых особенно высоко ценится доверие к производителю – самолетов, автомобилей, продовольственных и косметических товаров, лекарственных препаратов – *Boeing, Lockheed, Rolls Royce, Austin, Philip Morris, Givenchy*.

В большинстве британских товарных знаков заложено национальное представление о традиции и престижности. В них используются символические имена, например, *John Bull* (изделия из резины), *Whitehall* (пластинки); *Big Ben* (курительные трубки); *Pall Mall* (сигареты); *Cutty Sark* (торговый знак шотландского виски). В качестве торговых марок употребляются имена традиционных персонажей английского фольклора и детской литературы, например, *Jack Spratt “who would eat no fat”, King Kole, Simple Simon, Tom Thumb; Lady Godiva*.

Имеются знаки, основанные на игре слов: *Sound as a Bell* – товарный знак ливерпульской фирмы *Thomas Bell & Co*, фамилия владельца *Bell* переключается с идиомой – *sound as a bell (= in perfect condition, undamaged)*.

Географические имена в товарных знаках вызывают ассоциации с престижностью исходного имени, с романтической атмосферой избранного общества, столь знакомой и дорогой для англичан, ср.: *Windsor, Westminster, Oxford, Cambridge, Anglia, Vauxhall, Park Avenue* (автомобили).

Личные имена находят широкое распространение в маркировке товаров, поскольку они благозвучны, имеют положительную коннотацию, легко запоминаются и воспроизводятся.

И. Кошкина

КОРЕЛЛЯЦИЯ ФОРМЫ И ФУНКЦИИ В АНГЛИЙСКОМ СЛЕНГЕ

Цель нашей работы заключается в выявлении зависимости между способом образования сленгизмов и их функцией в английском сленге. Объектом исследования послужили сленгизмы, обозначающие шесть наиболее распространенных наименований наркотиков (*cocaine, hashish, heroine, L.S.D., marijuana, opium*), которые были выделены из сленговых словарей (словари J. Ayto, E. Partridge, H. Wentworth, G.A. Wilkes, R.A. Spears, В.А. Phythian и некоторых других авторов) в результате сплошной выборки.

К основным функциям сленга относят обычно как общеязыковые функции (коммуникативную и номинативную), так и собственно сленговые,

среди которых выделяют экспрессивную, конспиративную и профессиональную функцию. Между функцией и формой сленгизмов (звуковым обликом, способом их образования) существует не непосредственная, не прямая, а косвенная зависимость. Так, экспрессивная функция находит свое отражение в семантическом способе образования сленгизмов (в первую очередь при метафорическом переносе). Для сленга характерны пять основных моделей образования наименований: перенос, основанный на оценке качества наркотика – *dirt weed* ‘low-quality marijuana’, *killer weed* ‘very potent marijuana’; перенос, основанный на отношении коммуниканта к наркотику – *monster weed* ‘hashish’, *junk* ‘heroin’; перенос по форме – *dust* ‘heroin’, *ice* ‘crystallized cocaine’; перенос по цвету – *tar* ‘opium’, *snow* ‘cocaine’ и смешанный тип – *brown weed* ‘marijuana’, *happy dust* ‘cocaine’. Сленгизмы, образованные метонимическим переносом выполняют, на наш взгляд, профессиональную функцию, так как являются своеобразным индикатором места, откуда был привезен или где выращен наркотик: *Michoacan* ‘marijuana’ (from Michoacan, a Mexican state), *Gulf* ‘heroin’ (from the Persian Gulf region). Фонетический способ образования сленгизмов (искажение звуковой оболочки слов литературного языка) также может коррелировать с экспрессивной функцией: придает высказыванию живость, выразительность, зримость и передает определенное настроение говорящего – *heesh*, *shishi* ‘hashish’. Функция тайности отражается в некоторых видах морфологического способа: в усечении по типу аббревиатур – *C.* ‘cocaine’, *O.* ‘opium’, в апокопах – *mari* ‘marijuana’, *hash* ‘hashish’ и в афerezисе – *cane* ‘cocaine’, *juana* ‘marijuana’. Эту же функцию выполняют сленгизмы, образованные в результате двойной шифровки (придания явлению порядкового номера в соответствии с буквой алфавита, с которой начинается название наркотика): *8* ‘heroin’. Возможно также использование коммуникантами имен собственных (английских и американских), начальная буква которых совпадает с начальной буквой наименования в стандартном языке: *Charles* ‘cocaine’, что свидетельствует о намерении говорящих «завуалировать» речь.

Б. Крестьянинов, З. Харитончик

ГЛАГОЛЫ ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАСПОЛОЖЕНИЯ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ В СВЕТЕ ИХ РУССКИХ КОРРЕЛЯТОВ

Цель данной работы заключается в установлении семантической общности и специфики глаголов положения в пространстве *to stand*, *to sit*, *to lie*, *to hang*, сочетающимися в английском языке с неодушевленными субъектами, и их коррелятов *стоять*, *сидеть*, *лежать*, *висеть* в русском языке. На основе данных, извлеченных из англо-русского подкорпуса параллельных текстов Национального корпуса русского языка и из словарных

источников (Большой англо-русский словарь..., Oxford Advanced Learners' Dictionary и др.) – 115 сочетаний с глаголами *to stand, to sit, to lie, to hang* и их русские корреляты, становится очевидным следующее. Во-первых, лексико-семантические классы названий объектов, с которыми сочетаются исследуемые глаголы и их русские корреляты, в значительной степени совпадают. Например, для глаголов *stand* и *стоять* это названия памятников, предметов мебели, различных видов транспорта и др., для глаголов *hang* и *висеть*, зона совпадения классов неодушевленных объектов для которых наиболее высока, идентичными являются классы названий природных образований, материальных продуктов деятельности человека и др. Во-вторых, и это наиболее интересно, наблюдаются значительные различия в сочетаемости исследуемых коррелятивных глаголов, которые в наибольшей степени характерны для глаголов *lie* и *лежать* (Ср. *The ship lay at anchor* и *Корабль стоял на якоре*).

Представляется, что данные различия сигнализируют о различных типах концептуализации формальных параметров неодушевленных объектов, связанных с их горизонтальными и вертикальными характеристиками, что детерминирует соответственно различную сочетаемость названий данных объектов с глаголами статического пространственного расположения в английском и русском языках.

Е. Кузьмицкая

ОТРАЖЕНИЕ КОНЦЕПТОСФЕРЫ «ПУТЕШЕСТВИЯ» В СЛОВАРЯХ И НА ТЕМАТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-САЙТАХ

При изучении лексики по определенной тематике преподаватели и студенты традиционно ориентировались на информацию, данную в словарях. Вместе с тем, проведенное сравнение отражения концептосферы «travel» (путешествия) в одно- и двуязычных английских словарях и на англоязычных сайтах туристических компаний позволили выявить значительные отличия.

Концептуальное ядро, выделенное в словарных статьях, лишь частично совпадает с ядром, выделенным на основе анализа и подсчета лексем, относящихся к данной теме, на интернет-сайтах. Несовпадение наблюдается по ряду пунктов. В словарных статьях акцент делается на видах путешествий, способах передвижения, они также включают идиоматические выражения и пословицы с исследованными лексемами. На сайтах Всемирной паутины концепт “travel” раскрывается значительно шире, акцент делается на финансовой составляющей путешествия (*refund, price*), упоминаются конкретные места посещения (*coast, beach, city*), описывается широкая линейка возможных услуг по организации передвижения, поиску жилья и питанию (*service, accommodation, transfer*).

Замеченные различия можно объяснить стремлением составителей словарей к энциклопедичности и всеохватности разных аспектов значений отобранных слов. Информация на сайтах гораздо прагматичнее, более узкая по количеству отраженных аспектов, но более детализированная относительно упоминаемых аспектов.

Студентам, специализирующимся по направлению образования “международный туризм”, рекомендуется работать не только со словарями, но и с аутентичной информацией, представленной в разных источниках. Такую же рекомендацию можно дать разработчикам учебных пособий и составителям тематических глоссариев.

А. Курто

О ЛЕКСИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЕ НАИМЕНОВАНИЙ ЖИВЫХ СУЩЕСТВ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Важнейшими признаками живых существ являются половой и возрастной признаки. В языковых системах есть разнообразные языковые средства, с помощью которых осуществляется данная дифференциация. В задачи данного этапа исследования входит, во-первых, установление того, насколько обязательно информация о половой дифференциации находит свою фиксацию в языковой системе, и, во-вторых, выявление взаимодействия средств, направленных на языковое выражение полового признака.

Выборка из толкового словаря современного немецкого языка Duden, включающая 14 260 лексических единиц, содержащих слова-идентификаторы в словарной дефиниции ‘männlich/weiblich’ (‘мужской/женский’), ярко продемонстрировала значимость информации данного типа для системы современного немецкого языка. В немецком языке есть огромное множество наименований живых существ, где разграничение по половому признаку отсутствует. Так, слова *Ameise* (муравей), *Hai* (акула) и др. применяются одинаково как для наименований особей мужского, так и женского родов. Лексические единицы не всегда имеют соответствующие смысловые противопоставления мужского или женского рода. Данные существительные рассматриваются нами, как лакуны. В лексической парадигме наименований живых существ насчитывается 278 лакун: *Putzfrau* (уборщица), *SS-Mann* (эсесовец). Наибольший интерес для исследования представляют слова, образующие оппозиционные пары по половому признаку: *Mann-Frau*.

Разграничение живых существ по признаку ‘männlich/weiblich’ (‘мужской/женский’) находит свое выражение в следующих способах: лексическом, грамматическом, словообразовательном.

Наиболее представленным из всех способов выражения парадигмы является словообразование (12 960 ЛЕ). Оно включает в себя суффиксацию (12 844 ЛЕ) и словосложение (126 ЛЕ). Основные словообразовательные суффиксы:

- 1) *-in*: *Maler – Malerin* (художник – художница), *Lehrer – Lehrerin* (учитель – учительница);
- 2) *-e*: *Mutant – Mutante* (мутант – мутантка), *Urahn – Urahne* (прародитель – прародительница);
- 3) *-er*: *Hexe – Hexer* (ведьма – ведьмак), *Katze – Kater* (кошка – кот);
- 4) *-rich*: *Ente – Enterich* (утка – селезень).

К сложным относятся слова с основами *-mann* и *-frau* в качестве второй составляющей: *Kauffrau – Kaufmann* (торговец – торговка), *Pilgersfrau – Pilgersmann* (странник – странница).

Вторым по продуктивности способом является артикль. Здесь широко представлена субстантивация (646 ЛЕ): *der Kranke – die Kranke*. Другие способы (20 ЛЕ): сокращения (*der Ex – die Ex* (бывший – бывшая); заимствованные слова (*der Judoka – die Judoka* (дзюдоист – дзюдоистка).

В общей системе единиц с семантическим компонентом 'мужской/женский' имеет место лексический способ (342 ЛЕ), что приводит к существованию в современном немецком языке парадигм *Mutter – Vater, Tochter – Sohn*.

Н. Кучкова

МОДЕЛИРОВАНИЕ ГЕНДЕРНЫХ РАЗЛИЧИЙ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ (на материале наименований лица)

В силу того, что процесс словообразования является «активным» способом категоризации явлений, рассмотрение однотипных образований на основе обобщения семантики производящих основ и словообразовательных средств позволяет выявить регулярные словообразовательные модели в процессе образования гендерно-релевантных имен.

Морфологические способы обладают наибольшей продуктивностью при образовании гендерно маркированных имен лица. Самым частотным способом образования выступает словосложение, механизм которого отражен в регулярной модели «сфера деятельности → лицо, имеющее отношение к сфере деятельности» (существительное + гиперонимическое гендерное именование лица → гендерное именование лица): сущ. *law* 'the whole system of rules that everyone in a country or society must obey' + маск. сущ. *man* → маск. *lawman* 'an officer, especially a man, responsible for enforcing the law, e.g. a sheriff'; сущ. *sale* + фем. сущ. *lady* → фем. *saleslady*. По такой модели создано около 55 % гендерных имен, являющихся морфологическими дериватами.

Вторым по продуктивности морфологическим способом образования гендерных имен лица выступает аффиксация. Для образования маскулинизированных именовании выявлена модель «действие → исполнитель действия» (глагол + суфф. *-er/or* → мужское именование лица): глаг. *sail* 'to go by vessel

on water' + *-or* → *sailor* 'a man who works on a ship as a member of the crew'. По предложенной модели создано около 35 % маскулинных единиц, появившихся в результате аффиксации.

Для фемининных же номинаций регулярной является модель «лицо мужского / без указания пола → лицо женского пола» (нейтральное/мужское именование лица + фем. суффикс → женское именование лица): маск. сущ. *prior* + фем. суф. *-ess* → фем. *prioress*; нейтр. сущ. *usher* + фем. суф. *-ette* → фем. *usherette*. В соответствии с данной моделью образовано более 50 % женских имен, появившихся в результате аффиксации.

Наиболее часто используемым приемом семантической деривации выступает метафора. Так, более 22 % гендерных ЛЕ, являющихся семантическими дериватами, образованы по модели «животное (которому приписываются некоторые свойства, характеристики) → лицо (которому приписываются аналогичные свойства, характеристики)» (наименование животного → гендерное наименование лица). Примечательно, что при реализации данной модели семантической деривации сохраняется (при указании) гендерная референция исходных именовании: маск. *bull* 'a sexually mature male of any of various large mammals' → маск. *bull* 'a hefty or aggressive man'; фем. *mother hen* 'a hen with chicks' → фем. *mother hen* 'a woman who likes to care for and protect people and who worries about them a lot'.

М. Лаптик

ЭВРИСЕМИЯ СУЩЕСТВИТЕЛЬНОГО *CHOSE* В СОВРЕМЕННОМ ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ

Широкосзначность – автономная лексико-семантическая категория, не совпадающая с полисемией и объединяющая слова, которые обладают единственным, категориально-обобщенным значением.

Основными признаками широкосзначной лексики являются: диффузность семантики; обобщенность сигнификативного значения; реализация значения только в контексте; широкая синтаксическая сочетаемость; высокая частотность употребления; широкое использование в составе служебных словосочетаний.

В число широкосзначной лексики входит и существительное *chose*, которое определяется как “наиболее общий термин, которым обозначается все существующее, начиная с вещей конкретных, реальных, знакомых и вплоть до абстрактных, незнакомых и кажущихся” (ЛЭС).

Особое значение для семантико-грамматического функционирования данного существительного имеет контекст, который рассматривается, с одной стороны, как условия реализации синтагматических связей широкосзначного слова, а с другой – как условия реализации им своего семантического потенциала.

О широком лексическом значении *chose* свидетельствуют текстовые синонимы, через которые представлены его конкретизированные семантические варианты: *être, événement, objet, fait, phenomena, réalité, machin, truc*.

Лексема *chose* может использоваться в значении любого разряда имен существительных и даже имен собственных: *Madame, monsieur Chose: j'ai vu monsieur chose... – я видел, как бишь, его зовут...*

Интересен также факт использования *chose*, существительного женского рода для обозначения существительных мужского рода: *Donnez-moi ce chose. Un chose pour ouvrir les bouteilles*. Предполагается, что такое употребление связано с его использованием в ситуации, когда автор затрудняется назвать объект речи или род исходного слова неясен.

Категориально-обобщенное сигнификативное значение широкозначных существительных делает возможным активное использование данных единиц в сфере неофициального обобщения, в разговорном языке.

Е. Малькова

ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРЫ СИНОНИМО-АНТОНИМИЧЕСКОЙ ПАРАДИГМЫ ПРОЦЕССУАЛЬНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ КАТЕГОРИИ ОТНОШЕНИЯ

Цель нашей работы состоит в исследовании и описании формальных и семантических особенностей и закономерностей синонимо-антонимической парадигмы процессуальных фразеологизмов субкатегории отношения.

Под *процессуальными фразеологизмами* мы понимаем фразеологические единицы, имеющие категориальное процессуальное значение, которое представляет собой способность обозначать признак предмета, выражающий его динамику, изменчивость (*z.B. Besitz ergreifen von etw; j-m sein Herz schenken usw.*).

В свою очередь, категория отношения – это часть процессуальных фразеологизмов, обозначающих различного рода взаимодействия между кем/чем-либо. В данной работе нами были рассмотрены три субкатегории, а именно: субкатегория владения, социальных и межличностных отношений.

Анализ материала позволил нам выявить, что наиболее представленными по количеству фразеологических единиц оказались субкатегории социальных и межличностных отношений (25,7 % и 61 % соответственно). В сравнении – субкатегория владения составляет 13,3 %.

При этом синонимия наблюдается у процессуальных фразеологизмов данной категории всех семантических групп. В меньшей степени, чем синонимические, для исследуемых фразеологизмов характерны антонимические отношения.

Нам представляется, что данный принцип объединения фразеологических единиц в синонимо-антонимические парадигмы имеет важное прикладное значение особенно с точки зрения методики преподавания ИЯ. В заключение хотелось бы указать на то, что результаты данного исследования могут быть использованы в практике перевода, на занятиях по лексикологии, а также для самостоятельной работы студентов с целью развития чувства языка в процессе знакомства с его национально-культурными особенностями.

Т. Мирошниченко

ОСОБЕННОСТИ ГЕНДЕРНОЙ СТРАТИФИКАЦИИ НАИМЕНОВАНИЙ ЖИВОТНЫХ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Категория пола занимает одно из центральных мест в системе человеческого знания о мире, являясь элементом процесса познания в целом и категоризации действительности. Изучение способов языковой репрезентации данной категории на материале наименований животных позволит выявить специфические особенности того, как в процессе номинации реализуется гендерная характеристика объектов.

Гендерная стратификация наименований животных в английском языке представлена четырехчленной парадигмой, которая включает в себя общее наименование животного – наименование самца – наименование самки – наименование потомства, например, *cattle* ‘крупнорогатый скот’ – *bull* ‘бык’ – *cow* ‘корова’ – *calf* ‘теленок’. Такая детальная, сложная классификация по признаку родовой принадлежности является чисто прагматической, поскольку обусловлена необходимостью продолжения рода. Знание пола домашнего животного является важным, жизненно необходимым знанием, нашедшим выражение в лексике.

Категоризация диких животных вторична и базируется на созданной категоризации домашних животных, что находит отображение в языке. Принадлежность к полу диких животных, вошедших в сферу человеческого опыта, представляется не столь важной в сравнении с домашними животными, но знание характерных черт каждого из полов вторых переносятся на первых, вследствие чего в номинации самца, самки и потомства используются уже существующие лексические единицы, ср. *buffalo* ‘буйвол’ – *bull* ‘буйвол (*самец*)’ – *cow* ‘буйволица’ – *calf* ‘теленок’, *camel* ‘верблюд’ – *bull* ‘верблюд (*самец*)’ – *cow* ‘верблюдица’ – *calf* ‘верблюжонок’, *antelope* ‘антилопа’ – *buck* ‘самец антилопы’ – *doe* ‘самка антилопы’ – *calf* ‘теленок’, *hamster* ‘хомяк’ – *buck* ‘самец хомяка’ – *doe* ‘самка хомяка’ – *pup* ‘хомячок’.

Отдельные парадигмы наименований домашних животных являются сложными, вследствие присутствия отдельных наименований самца или самки, в значении которых находят отображение отдельные характеристики,

существенные для хозяйственной деятельности. Примером такой парадигмы могут служить наименования лошадей: *horse* ‘лошадь’ – *stallion* ‘конь’, *colt* ‘молодой жеребец’, *stud* ‘племенной жеребец’, *gelding* ‘мерин’ – *mare* ‘кобыла’, *filly* ‘молодая кобыла’ – *foal* ‘жеребенок’.

Таким образом, гендерная стратификация наименований животных на лексическом уровне представлена парадигмой, в которой помимо наименований особей мужского и женского пола включается общее название животного и потомства, при этом стратификация наименований диких животных основана на уже разработанной категоризации наименований домашних животных.

М. Міхута

ФРАЗЕАЛАГІЗМЫ ЯК ЛЮСТЭРКА КУЛЬТУРЫ

Фразеалагізмы заўсёды з’яўляліся неад’емнай часткай мовы адукаванага чалавека. Яны не толькі надаюць маўленню вобразнасць і выразнасць, але і падкрэсліваюць асаблівасці геаграфічнага становішча, адносін да працы, менталітэту ў цэлым. У сваёй працы мы параўналі некалькі англійскіх выразаў з іх беларускімі адпаведнікамі. Тэма, якая аб’ядноўвае ўсе выразы, – вучэнне.

To sail through – ‘дабіцца поспеху ў чымсьці без цяжкасці’. Як вядома, Англія доўгі час насіла заслужанае званне “валадаркі мароў”. Беларускім эквівалентам выразу паслужыць (*прайсці*) *як на масле* (мора у нашай краіне ніколі не было, затое нашае масла і сёння карыстаецца попытам).

To pass with flying colours – *як на нотах* (*як не трэба лепш*) – ‘здаць з высокай адзнакай і лёгкасцю’. Жывапіс у Альбіёне быў заўсёды ў пашане. На Беларусі фарбы для большай часткі насельніцтва былі раскошай, затое амаль кожны ўмеў спяваць або іграць на якім-небудзь таным інструменце.

To scrape through – *вылузвацца са скуры* – ‘пераадольваць вялікія цяжкасці’. Англія – краіна розных хмызнякоў, нават сімвалам яе з’яўляецца ружа. Беларус стрывае ўсё, пакуль досыць тоўстая ад працы, грубай вопраткі і сонца скура на ім.

To fall behind with sth – *быць/цягнуцца/плесціся ў хвасце* – (‘быць горш за ўсіх у чымсьці’). З пункту гледжання лорда, той, хто ўпаў, знаходзіцца на больш нізкай ступені. Для беларускага селяніна няма большай ганьбы, чым плесціся ў канцы, не маючы ўсіх прывілеяў і магчымасцей таго, хто тупае наперадзе.

To pass by the skin of one’s teeth – *вырваць з зубоў* (*з горла*) (*адзнаку ў экзаменатары*) – ‘здаць ледзь-ледзь, з вялікай цяжкасцю’. Англічанін будзе працаваць, улагоджваць, угаворваць, пакуль не знойдзе скуру на уласных зубах. Больш лянівы беларус будзе ахвяраваць зубамі іншага чалавека, за якімі кожны з нас заўжды нешта хавае.

To be a quick learner – светлая галава, на ляту ловіць/хапае – ‘той, хто здольны да навук’. З англійскага пункту гледжання, галоўнае – хуткасць, таму і карыстаюцца ў краіне поспехам гонкі і забегі. У нашай краіне, папершае, шмат розных насякомых, якіх так проста на ляту не зловіш, трэба кемліваць. Па-другое, навукі заўсёды лічыліся святлом Боскім, раз галава светлая, значыць, да святла навук здольная.

To work one's fingers to the bone – галава ходырам ходзіць, сем патоў выцекла – ‘цяжка працаваць, старанна нешта вучыць’. Цікава, што англійскі выраз падкрэслівае патрэбу фізічнай працы і ў вучобе. Беларусь, дзякуючы клімату, спачатку спацее, а ўжо потым сатрэ пальцы да касці.

To fail (an exam) – сесці макам – ‘не здолець зрабіць нешта’. Англійскі выраз паказвае непрыемнае становішча праз дзеяслоў *не мець поспеху*. Беларусь рассыпае яго на маленькі макавыя зярняткі, якія не бачныя воку, але на якія непрыемна наступіць босаму.

Е. Мороз

РЕГУЛЯРНЫЕ МОДЕЛИ ОБРАЗОВАНИЯ АНГЛИЙСКИХ НАИМЕНОВАНИЙ ЛИЦ В ХОДЕ СЕМАНТИЧЕСКОЙ ДЕРИВАЦИИ В ДИАХРОНИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Знания, получаемые человеком в процессе постижения окружающего мира, находят свое формализованное представление в структуре значения языковых единиц. Кроме того, в семантике лексических единиц зачастую фиксируется субъективное отношение человека к объектам и явлениям внешнего мира. Значительную роль в ходе такой фиксации играет семантическая деривация, которая базируется на определенных регулярных моделях, представляющих собой отвлеченные образцы, состоящие из минимума компонентов, необходимых для создания единицы языка. Выделение моделей основывается на некоторых повторяющихся признаках, характерных для анализируемых единиц, в частности, на обобщенности и частотности встречаемости конкретного признака в рамках исследуемой группы.

Систематичность, повторяемость семантических отношений, зафиксированных на словарном уровне, позволяют выделить некоторые регулярные модели развития наименований лиц в английском языке в различные периоды его развития. Анализ исследуемой группы слов, отобранной из словаря “The Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principles”, показывает, что для среднеанглийского периода типичной является основанная на метафорическом переносе модель “полезный, ценный предмет → мелиоративный термин”. Например, слово *treasure* ‘a quantity of precious metals, gems, or other valuable objects’ приобретает значение ‘a much loved or highly valued person’. Для новоанглийского периода типичными в рамках исследуемого класса слов становятся модели метафорического переноса “название животного → пейоративный термин” (так, переносное

значение слова *cur* ‘a contemptible man’ развилось на основе значения ‘an aggressive or unkempt dog, especially a mongrel’) и “мифологический литературный персонаж → пейоративный термин” (например, значение слова *Xanthippe* ‘a bad-tempered aggressively assertive woman’). Примечательно, что на современном этапе развития английского языка вновь становится типичной модель образования наименований лиц от наименований полезных, ценных предметов. Причем, как и в среднеанглийский период, этот процесс сопровождается привнесением в значение мелиоративных оценочных компонентов. Например, значение слова *candy* ‘sweet foods such as toffees or chocolate’ становится основой для образования переносного значения ‘a person or thing that is regarded as being attractive but superficial’.

Таким образом, образование наименований лиц в ходе семантической деривации происходит по регулярным моделям с привнесением в структуру значения мелиоративных либо пейоративных оценочных признаков. Причем, каждый период развития английского языка характеризуется преобладанием той или иной модели семантической деривации.

В. Нестерович

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ УПРЕКА КАК ОДНОЙ ИЗ ФОРМ ПОРИЦАНИЯ

Порицание понимается как отрицательная оценка действий или деятельности партнера, нанесших вред говорящему или третьему лицу в той или иной форме. Этот термин используется нами для обозначения широкого диапазона отрицательной эмотивно-оценочной модальности, к которой могут быть отнесены *упрек, неодобрение, критика, укор, обвинение*. Под *упреком* понимается речевой жанр, который обслуживает ситуацию речевого неодобрения, это: укоризна, высказанная по отношению к кому-либо, упрек невнимания к людям, упрек за плохо сделанную работу. Упрек редко выражается перформативным глаголом *vorwerfen* или перформативным эквивалентом *einen Vorwurf machen*. Упрек может выражаться повествовательными, вопросительными и побудительными структурами, имеющими часто оценочный характер. Для выражения упрека во фразах различной коммуникативной направленности используются лексемы негативной оценки, оценочные характеристики адресанта, один или несколько риторических вопросов, которые дополняют друг друга и усиливают коммуникативную интенцию. Усилению воздействия упрека способствуют частицы *doch, so*, модальные глаголы с отрицанием *nicht*, сравнения. Фразы-упреки часто содержат такие дополнительные эмоциональные коннотации, как удивление, возмущение, негодование. Важную роль при определении упрека имеет также контекст. Просодические средства способствуют выражению упрека наряду с лексическими и синтаксическими. Повествовательные фразы-упреки имеют нисходящее движение тона,

умеренный темп, небольшой тональный диапазон. Частные вопросы-упреки характеризуются, в основном, нисходящей мелодией с низким завершением тона, ударные слоги произносятся четко, с сильным выделением. Незначительное повышение тона характерно для общих вопросов. В обоих типах вопросов отмечается темный, холодный тембр голоса. Побудительные высказывания характеризуются усилением громкости, глубоким падением тона, сильными выделениями ударных слогов, жестким тембром.

Предварительное исследование показало, что упрек не имеет особой синтаксической структуры. Он может быть выражен фразами различной коммуникативной направленности. Из повествовательных фраз наиболее часто представлены простые повествовательные, которые могут иметь побудительный характер, из вопросительных – частные вопросы, которые не требуют запроса информации, а являются вопросами, выражающими косвенное порицание, в побудительных фразах преобладают отрицательные лексемы и разговорные формулы. Просодические средства способствуют выражению упрека наряду с лексическими и стилистическими, усиливая или ослабляя интенцию говорящего.

К. Никитенкова

ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ СТАТУС ПОЛУСУФФИКСА *-MANN* В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Появление полуаффиксов является достаточно типичной чертой немецкого словообразования, отражающей одну из тенденций его развития. Развитие именных полусуффиксов обусловлено следующими обстоятельствами: во-первых, сравнительно слабым развитием суффиксальной системы, во-вторых, широким развитием словосложения, в-третьих, относительной ограниченностью средств словопроизводства. Развитие полуаффиксов является следствием определенной десемантизации, которую претерпевает один из составных элементов слова, сохраняя при этом свой внешний фонетико-морфологический облик и частичные семантические связи с соответствующим опорным словом, приближаясь, таким образом, к функции служебно-словообразовательных морфем.

В современном немецком языке существует большое количество слов, которые, не исчезая совсем из употребления, встречаются чрезвычайно часто в словосложении, изменяют при этом частично или полностью свое значение и выполняют фактически роль аффиксов. Данная тенденция была замечена в ходе анализа функционально-семантического статуса полусуффикса *-mann*. Так, например, существительное *der Mann* ‘мужчина’, превратившееся в полусуффикс имен существительных *-mann*, обозначает лиц по их деятельности и профессии: *der Hauptmann* ‘капитан (армейский), главарь’, *der Kaufmann* ‘торговец, купец’, *der Fachmann* ‘специалист’; по их свойствам, качествам, на основе оценки: *der Ehrenmann* ‘человек чести’,

der Lebemann ‘прожигатель жизни’; по национальности: *der Englischmann* ‘англичанин’, *der Franzmann* ‘француз’. Данные примеры являются свидетельством ухода от основного значения *-mann* и приобретения обобщенного значения. В следующих примерах именной полусуффикс *-mann* не совпадает по значению с существительным *der Mann* ‘мужчина’, а скорее синонимичен суффиксу *-er* в обозначениях профессий: *der Förster* ‘лесник’ (ср. *der Forstmann*), *der Handwerker* ‘ремесленник’ (ср. *der Hanwerksmann* и другие).

Эти примеры свидетельствуют о том, что словообразовательные типы сложных слов со вторым компонентом *-mann* по своему общему значению приближаются к соответствующим словообразовательным типам производных слов, а этот второй компонент по семантике и функции приближается к аффиксам. Обязательным условием превращения основы в аффикс является только разрыв соотношенности между этой основой в функции аффикса и употребление данной основы в качестве семантического ядра какого-либо слова. Следовательно, можно сделать вывод о промежуточном характере компонента *-mann* на данный момент и выразить предположения, что в будущем этот компонент превратится в полноценный суффикс.

Е. Порошкова

СИМВОЛИКА ЦВЕТА В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Символическое значение цвета в китайской культуре значительно отличается от европейского понимания.

Впервые упоминания о цвете встречаются в величайшем литературном памятнике Древнего Китая «Книге перемен» в связи с пятью первостихиями: вода, огонь, дерево, металл, земля. Основные цвета – красный, черный, белый, желтый, зеленый, которые и являются цветовыми канонами. (Ицзин: древняя китайская «Книга перемен». – М.: ЭКСМО-Пресс, 1999.).

Базовые цвета соотносятся с Центром, Востоком, Западом, Югом и Севером. В Китае издревле считали, что центру мира соответствует желтый цвет. Он преобладал и в императорских одеяниях. Восток же символизировал Синий Дракон, юг – Красная Птица, запад – Белый Тигр, север – Черный Воин. Иногда, впрочем, восточный дракон не синий, а зеленый, а вместо Черного Воина север охраняет Черная Черепаха.

Получается, что Центральная пространственная зона окрашена в желтый цвет **Й** хуан, Восточная зона – **Щ** цин (сине-зеленый цвет), Западной пространственной зоне, месту, где царят хаос и гибель живого, соответствует белый цвет **Й** бай, Северной – черный цвет **М** хэй – символ мрака, темноты, Южной зоне соответствует красный цвет **£E** хун.

Желтый цвет стал обозначением имперской власти и национальной государственности. В то же время, из-за семантических связей с почвой и земной поверхностью установились прочные ассоциации желтого цвета

со смертью и миром мертвых: сочетание *желтая земля* (Й^АБ хуан ту) – принятый в китайском языке образный синоним могильного холма; *Желтый источник* (ММ Хуанцюань) – название подземного царства мертвых (Кравцова, М.Е. Хрестоматия по литературе Китая. – СПб. : Азбука-классика, 2004).

Красный цвет отождествляется с цветом свежей (но густой и обильно текущей) крови. Он символизирует буйство жизни во всех ее проявлениях: радость, торжественное событие, успех, удачу, благие пожелания. Метафорическое значение цвета отражается в его соотношении со светилом, культом плодородия и женской красотой. Прослеживается и другая ассоциативная цепочка – хроматический ряд красного входит в государственную символику.

Сине-зеленый цвет исходно передавал непосредственно зеленый цвет, точнее, цвет древесной листвы. Цвета собственно зеленой гаммы, помимо ассоциаций с растительностью, олицетворяют стихию воды и Женское космическое начало.

Белый цвет является принятым траурным цветом, однако в даосской образности он олицетворяет чистоту постижений и духовных исканий личности.

Черный цвет, в соответствии с символикой Севера, ассоциируется с ученостью и образованием. Черный цвет также представляет язык общения с богами и духами: черный – это цвет Праматери-Земли, обитателей преисподней, демонических существ (Символика цвета в Древнем Китае [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://east.philosophy.ru>).

Итак, в китайской культуре яркие природные образы соединяются с цветом и формируют самостоятельную законченную эстетическую систему – концепцию цвета китайской цивилизации, которая существенно отличается от европейской.

Ю. Протосовицкая

СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ АУГМЕНТАТИВНОСТИ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Аугментативность – категория оценочная. В узком смысле под данным термином понимается выражение высокой степени интенсивности какого-либо качества. В широком смысле слова под ним понимается усиление логико-эмоционального воздействия высказывания.

Аугментативность является противоположным полюсом к категории диминутивности, сравнение с которой позволяет выявить особенности рассматриваемой категории. Под *диминутивностью* в широком смысле понимается обобщенное значение уменьшенной величины предметов или степени проявления признаков и действий. Наличие этих двух категорий свидетельствует об оппозитивном характере структурирования информации в сознании и мыслительной деятельности.

Категорию аугментативности образуют префиксы, сочетающиеся как с существительными, так и с другими частями речи.

Для образования существительных со значением увеличительности служат такие полупрефиксы, как: *Affen-*, *Bären-*, *Bier-*, *Bomben-*, *Haupt-*, *Heiden-*, *Hunde-*, *Mammut-*, *Mords-*, *Schweine-*, *Spitzen-* и др. (46 единиц), напр: *Mords-* в сочетании с существительным означает высокую степень преувеличения *die Mordshitze 'sehr große, starke Hitze'* (убийственная жара).

Для образования прилагательных служат компоненты: *abgrund-*, *baum-*, *bitter-*, *blut-*, *brand-*, *haar-*, *kern-*, *knochen-*, *maus-*, *pech-*, *piek-*, *pudel-*, *quietsch-*, *tief-*, *stein-*, *sterbens-* и др. (60 единиц) *kerngesund 'durch und durch gesund'* (совершенно здоровый).

Для передачи высокой степени интенсивности действия в сфере глаголов служат следующие компоненты: *hoch-*, *hochachten* ('глубоко уважать'), *tot-* *sich totlachen* ('смеяться до упаду').

Отсюда следует, что рассматриваемое значение аугментативности характерно для основных мыслительных категорий объекта, признака, действия, но в разной мере. По частеречной принадлежности средства выражения аугментативности распределяются следующим образом: глаголы – 2 %, прилагательные – 53 %, существительные – 42 %.

Материал показывает, что все проанализированные дериваты с указанными префиксами не являются нейтральными. Об этом свидетельствуют пометы в словарях типа: *der Biereifer* – 'ugs. spött.' (разговорно-насмешливый); *das Hundewetter* – 'ugs. abwertend' (разговорно-критический).

Коннотации, сопровождающие субъективную оценку степени признака, интенсивности действия и т.п. являются, как следует из приведенных примеров, как правило, отрицательными.

А. Путилин

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА В СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ

Теория концептуальной метафоры (Lakoff, 1980, 1993; Gibbs, 1997) связала метафору не только с языком, но и с человеческой мыслью. *Концептуальная метафора* – это образ-схема, конкретная или родовая схема (image-schema, specific-level schema, generic-level schema), которая в речи разворачивается в различные языковые или речевые метафоры, например, концептуальная метафора *argument is war* (*спор – это война*). Метафора не столько средство описания спора в понятиях войны, сколько устойчивый способ осмысления спора.

Утверждение о том, что концептуальные метафоры охватывают всю сферу человеческого опыта и обладают значимым когнитивным потенциалом, на сегодняшний момент подкрепляется многочисленными исследованиями концептуальной метафоры, охватывающими практически большинство сфер человеческой деятельности.

В частности, данное исследование посвящено изучению применения концептуальной метафоры в контексте спортивного дискурса. Для этого был использован материал интернет-статьи, размещенной на англоязычном сайте, освещающем спортивные события. Статья посвящена обзору футбольного матча. В результате проведенного исследования был сделан вывод, что для написания статьи автор решил использовать концептуальную метафору *football match is a battle* (футбольный матч – это сражение). Необходимо отметить, что обращение к подобному сравнению может быть обусловлено полисемантическим характером слов, которые зачастую используются для описания и характеристики обоих явлений (*защита, оборона, нападение, атака, противник, соперник, отступить, наступать, территориальное преимущество, победа, поражение*).

В исследуемой статье для описания хода событий футбольного матча были использованы такие слова и конструкции, как *гладиаторы (gladiators), совершать набегу (to harry), вторжение (foray), арьергард (rearguard), мародерский (marauding), мучить (torment), сплотить войска (to rally one's troops), маршировать (march), брать штурмом, осаждают (to lay siege to smb), схватка (clash)*.

Таким образом, благодаря использованию подобной лексики и тропов автор статьи дает читателю понять, что данная игра носила весьма напряженный характер, борьба была по-настоящему бескомпромиссной и события на поле скорее напоминали реальное сражение, нежели заурядный футбольный матч: соперники не просто атаковали и защищались – они «совершали набегу на половину противника», «отступали в арьергард», «пытались брать штурмом, осаждают ворота противоположной команды», «мучили своих оппонентов»; а тренеры команд «делали все возможное для того, чтобы сплотить свои войска и добиться победы в этой схватке».

А. Рахманкович

НАСЛЕДИЕ ДРЕВНЕЕГИПЕТСКОГО ЯЗЫКА В ЛЕКСИКЕ СОВРЕМЕННЫХ ЯЗЫКОВ (на примере английского и арабского языков)

Древнеегипетский язык является, пожалуй, одним из самых загадочных древних языков. История его развития насчитывает примерно от 3,5 до 4 тыс. лет. Именно на его основе возникла одна из самых первых в мировой истории письменностей, в основе которой были фонетический и символический принципы.

Несмотря на то, что древнеегипетский язык является в настоящее время мертвым, многие лексические единицы, находящие широкое применение в таких языках как английский и арабский, имеют древнеегипетские корни.

В первую очередь можно отметить большое количество заимствований в области ономастики. Сюда можно отнести имена богов, правителей,

названия населенных пунктов и т.д. В арабском языке можно выделить такие заимствования, как أوزوريس [uzuris] (*Осирис*), أبيس [abis] (*Апис, священный бык*), آمون عنخ توت [tutanhamun] (*Тутанхамон*), خوفو [hufu] (*Хуфу*) и др. Также арабский язык заимствовал у древнеегипетского и такие слова, как فرعون [firaun] (*фараон*), تابوت [tabut] (*саркофаг*; от егип. *tebt*), واحة [uaaha] (*оазис*), سيف [seif] (*меч, сабля*; от егип. *safu*), طوب [tub] (*купич*; от егип. *tebt*), شاة [sha] (*овца*, от егип. *sau*), تمساح [timsah] (*крокодил*; от егип. *msah*). Среди растений можно выделить такие заимствования, как سوسن [sousan] (*лилия, лотос*; от егип. *senshen*), وردة [uarda] (*роза*; от егип. *uarta*), سنط [sant] (*акация*; от егип. *shent*), أثل [athl] (*тамариск*; от егип. *aser*). Следует отметить, что арабский язык заимствовал древнеегипетские слова непосредственно, в основном после завоевания арабами Египта в 640 г.

Что касается английского языка, то на протяжении своей истории древнеегипетский язык не соприкасался и не взаимодействовал с английским языком. Следовательно, процесс заимствования лексики английским языком проходил опосредованно, в основном через греческий, французский, испанский и некоторые другие языки. Само название «Египт» восходит к одному из названий древнейшего города Египта Мемфиса (*Hikuptah* или *Hat-ka-Ptah* – храм души бога Птаха). Среди имен богов, заимствованных английским языком, можно обозначить такие слова, как *Anubis* (*Анубис*, бог – покровитель мертвых; от егип. *anpu*), *Horus* (*Гор*, бог – покровитель власти фараонов; от егип. *hor*), *Thoth* (*Тот*, бог мудрости; от егип. *tehuti*), *Hathor* (*Хатор*, богиня любви и плодородия; от егип. *het-hert*), *Osiris* (*Осирис*, бог подземного мира; от егип. *asar*) и др. Сюда же можно отнести и имена фараонов, как, например, *Ramses*, *Tutankhamen*, *Akhenaton*, *Khufu* и т.д. Заимствования коснулись и других видов знаменательных слов. Так, совершенно точно можно сказать, что слова *pharaoh* (*фараон*; егип. *peraa*), *ibis* (*ибис*; егип. *heb*), *oasis* (*оазис*; егип. *uakhht*), *adobe* (*купич*; егип. *tebt*) в английском языке также происходят из древнеегипетского языка.

М. Рудак

МЕТАФОРА В ПОДЪЯЗЫКЕ МИКРОЭЛЕКТРОНИКИ (на материале немецкого языка)

Данное исследование прежде всего направлено на изучение метафоры как одного из основных путей формирования терминов. Основной задачей было определить области человеческого знания, из которых происходит заимствование языкового материала для вторичной номинации.

Среди терминов-метафор можно условно выделить две группы: терминологизация нетерминов (мы обозначили эту группу как бытовая метафора) и переход терминов из одной предметной области в другую. Анализ фактического материала показал, что каждая группа, в свою очередь, подразделяются на несколько подгрупп.

Наиболее многочисленной областью-донором является область физической географии и картографии. В нашем исследовании данные метафоры носят название “геоморфной”. Мы связываем этот факт с тем, что сам характер микросхем имеет много общего со строением ландшафта. Рельеф местности сравним с поверхностными образованиями на микросхеме: *derHügel* ‘столбиковый вывод’, *dasRelief* ‘рельеф микросхемы’, *dieEbene* ‘матрица’. В основе теории электричества лежит метафора «течение воды – электрический ток»: *derStrom* ‘электрический ток’; *dieWelle* ‘радиоволна’.

Довольно многочисленна группа транспортной метафоры. Метафорические термины данной группы описывают хранение, обработку и передачу информации и подразделяются на три группы: 1) название линий и каналов передачи информации: *dieRoute* ‘тракт передачи информации’; 2) названия ввода и вывода данных: *dasTerminal* ‘терминал’; 3) название средств хранения и обработки информации: *derPuffer* ‘буфер’.

Не менее важна и разнообразна в подъязыке микроэлектроники и антропоморфная метафора. В основе терминов данной группы лежат следующие ассоциации: 1) биологические характеристики людей (или) высокоорганизованных животных: *dieLebensdauer* ‘продолжительность жизни носителей заряда или аппаратуры’; 2) виды движения: *derSprung* ‘переход электрона на другой уровень’; 3) название частей тела: *diePupille* ‘входное отверстие оптической системы’; 4) семейные отношения: *dieGeneration* ‘поколение’, *dieFamilie* ‘серия’; 5) социальные отношения: *derSklave* ‘исполнительный модуль’.

Зооморфная и кулинарная метафоры малочисленны в подъязыке микроэлектроники: *dieSpinne* ‘паучкообразный вывод’; *derWafer* ‘полупроводниковая пластина’.

Как видно из исследования, термины-метафоры в подъязыке микроэлектроники многочисленны, а области-доноры разнообразны и неоднородны.

И. Сидоренко

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ (на материале шведского языка)

Плодотворное развитие какой-либо сферы деятельности человека трудно себе представить, если ее концептуальный аппарат не имеет строгой научной терминологии, поскольку рост знаний об определенной области жизнедеятельности человека требует создание специализированной терминологии, которая обеспечивает номинацию объектов, явлений и процессов, возникающих в этих областях знаний. Более того, термины различных областей знания часто выходят за рамки специализированного употребления и становятся частью повседневной языковой действительности, вследствие

чего изучение процессов формирования, развития и функционирования терминов представляется актуальным.

Как показал анализ 1102 терминов в сфере внешнеэкономической деятельности, отобранных методом сплошной выборки из словаря “Ekonomiska Termer”, наиболее продуктивным методом в образовании указанных терминов является словосложение (более 36% от общего количества): *dagslåneränta* ‘процент по займу’, *forderingsägare* ‘дебитор, держатель денежного требования’. Достаточно большое количество шведских внешне-экономических сложных терминов представлено лексическими единицами, в которых один из элементов является заимствованным из английского языка (*cash-kort*, *yieldkurva* ‘кривая дохода’, аббревиатурой (*NAV-kurs* ‘чистая стоимость активов’).

Значительное количество шведских внешнеэкономических терминов (31 %) заимствованно из различных языков, среди которых основным источником выступает английский: *benchmark* ‘производительность комплекта ценных бумаг, определяемая в целях сравнения’, *asked price* ‘курс ценных бумаг’, *NGM* ‘Nordic Growth Market’.

Менее продуктивными способами образования шведских внешнеэкономических терминов выступают: создание устойчивых словосочетаний (*balanserad vinst* ‘нераспределенная прибыль’, *fysisk person* ‘физическое лицо’), аффиксация (*fastighet* ‘недвижимое имущество’, *investera* ‘инвестор’, *utlåning* ‘кредитование’), семантическая деривация (*bolag*, *option*, *index*) аббревиация (*ECB* ‘Den Europeiska Centralbanken’, *SBI* ‘Stockholms Börsinformation’).

Таким образом, в ходе формирования шведской внешнеэкономической терминологии наиболее продуктивными способами выступают словосложение и заимствование из других языков.

В. Сняк

ЗАИМСТВОВАННЫЕ СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ МОРФЕМЫ В АНТОНИМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННОГО НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

В настоящее время система словообразовательных элементов немецкого языка остается практически константной, что может свидетельствовать о самодостаточности системы, либо ее консервативности на фоне тех глобализационных процессов, которые затронули лексическую систему немецкого языка, англоамериканизация которой вызывает обоснованную тревогу немецкого языкового сообщества. Система заимствованных префиксальных словообразовательных элементов сложилась давно на основе двух языков источников:

- греческого: *anti-*, *di-*, *hekto-*, *hexa-*, *homo-*, *mega-*, *mono-*, *penta-*, *poly-*;
- латинского: *de-*, *dezi-*, *infra-*, *milli-*, *re-*, *ultra-*, *zenti-*.

Данные префиксы взаимодействуют с именами существительными, с именами прилагательными, глаголами. Например, *Antipasto* [anti=vor und

pasto = Mahlzeit] ‘ital. Bezeichnung für Vorspeise’. *Deaktivieren* [aus *de* und *aktivieren*] ‘eine Aktivierung rückgängig machen’. *Polyfon* [*griech.* *polyphonos* = vielstimmig, zu *polys* und *phone*] ‘mehrstimmig’. При этом они взаимодействуют как с корневыми заимствованными словами (*Reassumieren* [zu *lat.* *re*=wieder und *assumere* = gelten lassen] ‘ein Verfahren wieder aufnehmen’), так и с исконно немецкими (*Antistimmung*).

Продуктивность заимствованных префиксов в образовании различных частей речи разная. Так, у существительных самыми продуктивными являются: *mono-*(*Monografie*=‘größere wissenschaftliche Einzeldarstellung’), *hyper-*(*Hyperkinese*=‘übermäßige Aktivität’), *sub-*(*Subsystem*=‘Bereich innerhalb eines Systems’); у имен прилагательных особой продуктивностью отличаются префиксы: *in-*(*indeklinabel*=‘von Wörtern bestimmter Wortarten nicht beugbar’), *mikro-*(*mikrosozial*), *im-*(*immobil*=‘unbeweglich’); к глагольным можно отнести *de-*(*dementieren*= ‘offiziell berichtigen, widerrufen’) *re-/sub*(*refinanzieren*= ‘fremde Mittel aufnehmen, um damit selbst Kredit zu geben’), *trans-*(*transportieren*=mechanisch bewegen, weiterschieben).

Заимствованные префиксы вступают в антонимические отношения. Следует, однако, отметить, что данные элементы образуют антонимические пары лишь в пределах своей подсистемы, например, *hyper*< – > *hypo* (*Hypertrophie* < – > *Hypotrophie*), *mono*< – > *poly* (*Monosemie*< – > *Polysemie*), *post*< – > *prä* (*postrevolutionär*< – > *prärevolutionär*), *thermo*< – > *hygro* (*Thermometer* < – > *Hygrometer*), *homo*< – > *hetero* (*homogen* < – > *heterogen*). Этот факт говорит о том, что, скорее всего, заимствовались слова с соответствующими префиксами и лишь в процессе функционирования возникли в достаточно ограниченном количестве производные единицы по модели: «заимствованный префикс + исконная основа», например, *Polygamie* < – > *Mehrehe*, *demontieren* < – > *aufbauen* и др.

А. Смольская

О ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ

(на материале фразеологизмов, обозначающих интеллектуальные способности человека, в современном английском языке)

Между семантическими подсистемами фразеологизмов и семантическими группами слов, активно участвующих в их формировании, существует, как показывают наблюдения, достаточно жесткая корреляция. На этом основании становится возможным выделить тот круг базовых лексем, на основе значений которых осуществляется образование фразеологизмов.

Задачей предлагаемого сообщения является установление лексических единиц, выступающих в качестве ключевых для фразеологического поля «обозначения интеллектуальной деятельности» в современном английском языке. Как показало исследование материала, отобранного из “Словаря

фразеологических единиц” А.В. Кунина, в количестве 108 ФЕ, данное поле строится по типу фрейма и включает: а) процессы и состояния, связанные с приобретением, хранением и наличием знаний, б) наименования людей по их интеллектуальным способностям, в) наименования результатов интеллектуальной деятельности и др. Для каждого слота данного фрейма можно выделить базовые единицы, наиболее активно используемые в качестве строительного материала фразеологизмов. Так, наименование процессов и состояний, связанных с приобретением, хранением и наличием знаний, основывается на таких лексемах, как *know* (12 ФЕ), *mind* (10 ФЕ), *head* (7 ФЕ), *brain* (7 ФЕ), которые при сочетании с различными атрибутами и глаголами характеризуют интеллектуальные процессы с различных сторон: *know something like a palm of one’s hand* ‘знать как свои пять пальцев’, *flash across one’s mind* ‘прийти в голову’. ФЕ с перечисленными лексемами составляют ядерную часть фрейма, в то время как некоторые ФЕ, основаны на других лексемах и расположены на периферии данного фрейма: *cut one’s wisdom-teeth* ‘приобрести жизненный опыт’ и т.д. Ядро фрейма, включающего наименования людей по их интеллектуальным способностям, представлено ФЕ с лексемой *head*, которые в сочетании с различными атрибутами создают широкую гамму оценочных вариантов обозначений людей по их интеллектуальным способностям: *a clear head*, *a wise head* ‘светлая голова’ и др.). На основе данной лексемы формируются ФЕ, характеризующие как наличие, так и отсутствие интеллектуальных способностей (*a clear head* ‘светлая голова’ – *a wooden head* ‘тупица’). Фрейм наименований результатов интеллектуальной деятельности также основывается на лексемах *head*, *mind*: *a King Charles’s head* ‘навязчивая идея’ и др.

Полученные результаты демонстрируют, что ядерные лексемы, лежащие в основе каждого из фреймов, имеют общую сему, относящую их к лексико-семантическому полю «Обозначения интеллектуальной деятельности». Следовательно, возможно заключить, что фразеологическое поле, обозначающее интеллектуальную деятельность, неразрывно связано с аналогичным лексическим полем.

Д. Тарасова

СПЕЦИФИКА ВЕРБАЛИЗАЦИИ ПОСЕССИВНЫХ ОТНОШЕНИЙ В МАСС-МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ (на материале англоязычной и русскоязычной прессы)

Под масс-медийным дискурсом подразумевается связное устное или письменное сообщение, выраженное с помощью средств массовой информации. Радио, телевидение, пресса, Интернет могут превратить любой текст любого типа дискурса и жанра в особого рода текст, обладающий как оригинальными, так и приобретенными масс-медийными свойствами (массовость, интертекстуальность, актуальность, пропаганда и др.). Кодирова информация,

адресант пытается создать ситуацию прямого или непрямого воздействия на адресата. Адресат, декодируя информацию, вольно или невольно поддается воздействию, которое хотели на него оказать. Умело воздействуя на чувства реципиента, можно вызывать необходимые кому-либо реакцию, эмоции, а в итоге – действия. Все чаще масс-медиа становится инструментом, используемым для убеждения населения, с целью достижения определенных целей политического, социального, экономического, культурного характера.

Универсальность идеи посессивности предопределяет использование глаголов, выражающих посессивные отношения как в английском, так и в русском языках в текстах различной тематики (спортивной, культурной, медицинской и др.). Анализ частотности употребления глаголов с посессивным значением, относящихся к разным лексико-семантическим группам (ЛСГ) в англо- и русскоязычной прессе, показал, что в целом в показателях есть много общего, например, относительно употребления глаголов, принадлежащих к ЛСГ обладания, получения, сохранения, совместного обладания, законного и незаконного отчуждения. Преимущественное употребление глаголов принадлежности и партитивности в русских статьях объясняется тем, что русский относится к так называемым *Esse*-языкам, где идея обладания выражается конструкцией *У меня* есть, а не *Я* имею, как в *Навео*-языках, к которым относится английский язык. Кроме того, ведущей конструкцией для вербализации посессивных отношений в английском языке признается *I have it*, а не *It belongs to me*. Более того, наше исследование показывает, что посессивные предикаты преимущественно встречаются в текстах экономической и политической тематики. Однако в экономическом дискурсе употребление глаголов с посессивным значением носит преимущественно информативный характер и служит для констатации фактов, в то время как в политическом дискурсе к информативной функции добавляется манипулятивная. Здесь глаголы с посессивным значением более чем в других видах дискурса призваны воздействовать на реципиента и побудить его к нужным действиям. Указанные особенности вербализации посессивных отношений в масс-медийном дискурсе делают их эффективным средством воздействия и формирования общественного мнения.

Ю. Томильчик

ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕВОГО АКТА «ПРОСЬБА»

Высказывания-просьбы входят вместе с приказами, советами, приглашениями, рекомендациями в так называемый директивный тип речевых актов.

При просьбах выполнение желаемого требования говорящего находится именно в его интересах. У него нет ни права заставить адресата выполнить требование, ни возможности какими-либо средствами принуждения оказать давление на адресата. Выделяют две группы просьб, где критерием различия

служат отношения между говорящим и адресатом, а также содержание данного требования. Это так называемые симметричные и асимметричные просьбы.

Просьбы, в которых говорящий просит о чем-либо у адресата или в аналогичной ситуации – адресат у говорящего, являются симметричными. Примером может служить следующее предложение: *Könnten Sie mir bitte die Speisekarte reichen?*

Асимметричные просьбы – это просьбы, которые могут быть выполнены только адресатом и находятся вне возможностей говорящего. Например: *Ach, Papa, lass mich doch bitte heute Abend den Krimi sehen!*

Говоря о симметричных просьбах, некоторые лингвисты различают «большие» и «маленькие» просьбы. Величина просьбы зависит от двух факторов: личных отношений между говорящим и адресатом и важностью просьбы. Менее значимы просьбы, которые можно легко и быстро исполнить, для адресата они неопасны, не отнимают много усилий. Чем значимее желаемое действие и чем меньше личная связь между говорящим и адресатом, тем значимее просьба. Например, если говорящий просит у адресата одолжить ему деньги, эту просьбу можно понимать как «большую» просьбу или «маленькую» в зависимости от указанных выше факторов. Если адресат друг или родственник, можно говорить о «маленькой» просьбе. Соответственно различаются и формы выражения данных просьб. Если речь идет о «маленькой» просьбе, то используются преимущественно краткие формулировки, например: *Peter, du musst mir mal bis morgen kurz 20 Euro leihen.* В «больших» просьбах при обращении к малознакомому человеку адресант должен быть не только очень вежливым, но он должен также обосновать необходимость своей просьбы: *Bitte verzeihen Sie, ich hätte eine große Bitte an Sie, könnten Sie vielleicht so freundlich sein und würden mir bis morgen 20 Euro leihen. Ich habe meinen Geldbeutel verloren und muss dringend ein Telegramm aufgeben.*

Предварительный анализ показал, что в прямых речевых актах наиболее часто просьба оформляется при помощи повелительного наклонения глаголов и лексемы *bitte* или с помощью перформативного глагола *bitten*, а также при помощи вопросительных предложений с глаголами *dürfen, können*.

Косвенные просьбы наиболее выражаются предложениями, касающимися способности слушающего осуществить просьбу: *Könnten Sie ein bisschen leiser sprechen?*, а также предложениями, касающимися желания говорящего, чтобы слушающий осуществил эту просьбу.

А. Трусова

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ИНТЕРНАЦИОНАЛЬНОЙ PR-ЛЕКСИКИ НЕМЕЦКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ

Наше исследование посвящено изучению семантических особенностей интернационализмов, входящих в состав PR-лексики немецкого и русского языков.

Целью нашей работы является определение специфики семантических характеристик интернационализмов сферы употребления PR-лексики в плане сопоставления немецкого и русского языков. В соответствии с этим в задачи исследования входит:

- выявить интернационализмы, не имеющие аналогов в одном из сопоставляемых языков;

- проследить семантические различия интернациональных аналогов и выявить лексемы с разным планом содержания - в сопоставляемых языках.

Материалом исследования послужили: учебник на немецком языке «PR-Kompass» (автор К. Ханштайн) и учебник на русском языке «Связи с общественностью» (автор Кузнецов).

В ходе нашего исследования было установлено, что:

1) интернациональная лексика в области PR составляет как в немецком, так и в русском языке около 1/5 общего количества знаменательных слов;

2) целый ряд интернациональных слов, употребляемых в немецком языке, не имеет аналогов в русском языке. Например: *PR-Branche, Kapazität, Niveau*;

3) некоторые интернационализмы, перешедшие в разряд архаизмов в одном из сопоставляемых языков, имеют активное употребление в другом языке. Например: *Profit* 'профит', 'прибыль', *privat* 'приватный', 'частный', *афиша* 'Affiche', 'Anschlagzettel'.

4) в PR-лексике многие интернационализмы имеют разный объем семантических структур в немецком и русском языках, так называемые «ложные друзья переводчика». Например: *конкурс* 'Konkurs', *авансировать* 'avancieren', *термин* 'Termin', *пресс-релиз* 'Release'.

А. Трухан

СЕМАНТИЧЕСКИЕ АССОЦИАЦИИ КОМПОНЕНТА 'ЗООНИМ' В СОСТАВЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В семантике языковых единиц заключена сопутствующая лексическая информация, которая отображает такой признак обозначаемого объекта, который, хотя и не составляет необходимого условия для применения данного слова, но устойчиво связан с обозначаемым объектом в сознании носителей языка. Такие признаки понятия воплощают принятую в данном языковом коллективе оценку соответствующего предмета или факта действительности, сформированную на основе опыта и культурных традиций. Субъективный компонент может коннотировать как положительные, так и отрицательные характеристики, закрепленные в культуре данного общества.

Как показал анализ 138 фразеологических единиц (ФЕ), отобранных с помощью метода сплошной выборки из словаря "Oxford Dictionary of English Idioms", в семантике компонентов ФЕ также имеет свое отражение культурный опыт языкового коллектива. Так, в составе устойчивых словесных комплексов некоторые зоонимы вызывают в сознании закрепленные образные ассоциации.

Картина образных ассоциаций свидетельствует о том, что животным приписывается ряд таких человеческих качеств, как веселье, молчаливость, выносливость, покорность, робость, пугливость, чудаковатость и др.

С одним и тем же зоонимом может быть связано большое количество самых разнообразных символов, посредством которых осуществляется эмоциональная оценка объекта. Наиболее широкую признаковую базу в оценочных зоофразеологизмах имеет зооним *dog*, амбивалентность которого связана с двойственным отношением к собаке. Образ собаки связан с весельем и радостью (*like a dog with two tails*). Однако отрицательные коннотации преобладают: образ собаки как гонимого существа и ведущего жалкую, беспросветную жизнь восходит к Библии. Поскольку в древней картине мира собака занимала крайне низкое положение и в народном сознании нередко отождествлялась с дьявольскими силами, появилось обилие отрицательных коннотаций, связанных с зоонимом *dog*: чудаковатость и странность, граничащая с безумием (*a mad dog*), злость и импульсивный характер (*a hair of the dog (that bit one)*), утомление (*dog tired*).

Кроме спектра ассоциаций, закрепленного за каждым зоонимом, одна и та же коннотация может быть передана ФЕ с различными зоонимами. Например, коннотацию *злость* передают зоонимы *cat, dog, bull, чудаковатость* отражают зоонимы *dog, bird, bee, с пугливостью* связаны зоонимы *cat, lamb, mouse*, превосходство коннотируют зоонимы *dog, horse, lion*.

Таким образом, при фразеологизации за наименованиями животных закреплено богатство эмоциональных коннотаций, выражающих самые разнообразные чувства, состояния и характеристики.

Ю. Федорович

СЕМАНТИКА ПРОЗВИЩ АМЕРИКАНСКИХ ШТАТОВ

Официальное прозвище (official nickname) – это описательное название штата США, используемое как дополнение к основному имени. Прозвище, официально утверждаемое законодательным собранием штата, как правило, отражает какую-либо особенность истории или географии штата и часто носит рекламный характер.

Все штаты США приняли официальные прозвища, некоторые более одного. Кроме того, у ряда штатов есть одно или несколько неофициальных прозвищ.

История каждого штата велика и многообразна. Появляясь в разные периоды времени и неся в себе определенные значения, прозвища штатов внесли значительный вклад в национальную культуру США.

Проводя исследование, мы ссылались, в основном, на лингвострановедческие словари (Г.Д. Томахин и др.), книги по страноведению и топонимике США (Д.Д. Козикис и др.) и электронные ресурсы. Собрав максимальные сведения о прозвищах каждого штата, мы можем классифицировать их по ряду отличительных признаков. Здесь мы выделяем три основные группы.

Первая группа, и самая большая, включает прозвища штатов, данные им в соответствии с **природными особенностями** каждого штата, куда входит флора и фауна, рельеф и ландшафт, природные явления, природные ископаемые, сельскохозяйственная культура. Практически у каждого штата есть прозвище, одно или более, подпадающее под данную характеристику. Штаты с прозвищами флоры и фауны, имеют цветок-символ или животное символ одноименного названия. Например, “штат магнолии” (Magnolia State) – прозвище штата Миссисипи или “штат птицы-пересмешника” (Mockingbird State) Флорида.

Вторая группа включает прозвища штатов, несущих **эмоциональную окраску**. Здесь можно выделить рекламные прозвища, шуточные и поэтические, пренебрежительные прозвища. Большинство штатов имеют рекламные прозвища, которые выносятся на номерные знаки автомашин штата. Всего 7 штатов получили поэтические прозвища, среди которых, например, “маленький Род” (Little Rhody) – прозвище самого маленького по территории штата США Род-Айленда. Шуточные прозвища получили штаты, в истории которых произошли неординарные события, вызывающие в ассоциации смех. Значительное количество штатов получили негативно окрашенные прозвища.

Третья группа включает прозвища штатов, которые отражают **исторические события** США. В эту же группу мы отнесли и те прозвища, которые были даны в честь некоторых политических деятелей. Например, “штат столетия” (Centennial State) – прозвище штата Колорадо, принятого в состав США в 1876 г., когда отмечалось столетие США. “Страна Линкольна” (Land of Lincoln) – прозвище штата Иллинойс, где начинал свою политическую деятельность Авраам Линкольн.

Таким образом, мы считаем, что прозвища каждого штата в отдельности являются неотъемлемой частью американской культуры, и, в свою очередь, культуры мировой, представляя тем самым несомненный интерес для лингвистов и страноведов.

И. Чаевская

К ВОПРОСУ ОБ ИСТОЧНИКАХ ОБОГАЩЕНИЯ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКОГО СОСТАВА СОВРЕМЕННОГО ЛИТЕРАТУРНОГО ЯЗЫКА

В исследованиях русских языковедов по проблемам фразеологии современного русского языка вопрос об источниках появления сравнительных выражений, а также пополнения словарного состава языка путем прямых, дословных и переносных переводов, калькирования и заимствования непереводаемых иноязычных образных выражений все еще недостаточно освещен. Изучение этого вопроса представляет собой следующий интерес:

- будет ли данное иноязычное выражение устойчивым или неустойчивым;
- какова будет степень его употребления;

- произойдет ли установление языковых универсалий в области фразеологии;

- не претерпевает ли иноязычное выражение семантические сдвиги в иной языковой среде.

Вовлечение в состав русской фразеологии иноязычных выражений с помощью перевода – один из живых способов расширения фразеологического состава любого языка, в том числе и русского. Изучение данного вопроса представляет интерес и в том отношении, что иногда нет соответствий на переводимом языке, и приходится давать пояснительный или описательный перевод.

По мнению исследователей, одной из важнейших задач является показать, что в нахождении соответствующих аналогов и замен в процессе перевода образных и сравнительных выражений с одного языка на другой и заключается роль перевода как источника обогащения фразеологического состава литературного языка.

Кроме этого, следует также иметь в виду, что далеко не каждое иноязычное выражение может стать фразеологизмом. Среди многочисленных функций слов и фразеологизмов особо выделяется аккумулятивная – накопление информации. Их использование характеризует не только выразительность, но и правильность речи. Однако речевую культуру определяет не одно лишь следование строгой литературной норме, есть такой критерий как уместность. Из-за игнорирования данного правила возникают следующие ошибки:

- неверное толкование фразеологизмов, следовательно, неудачное введение их в контекст.

- искажение лексического состава фразеологизмов из-за мнимого недостатка или избытка их экспрессивности.

А. Чебровский

LINGUISTIC FEATURES OF BARACK OBAMA'S SPEECHES

In November of 2008 the world has witnessed an unprecedented event. A person clambering up the long ladder of metaphors, metonymies and allusions has achieved his long-awaited ambition. He entered the Oval office.

The victory that unambiguously became a result of the brilliantly presented election campaign, and not the least to mention the candidate's skills of a prominent orator. It goes without saying that this is BHO who has crafted his victory to fit the public ear.

The publication is not aimed at dwelling on statistics anticipating the elections or the prevalence of one candidate before the other, the center of the discourse is the linguistic features that the most eloquent speeches are filled with, respectively words and sentences.

In reality it is up to words and structures to make the speeches so electric, as some of them do appeal greatly to the faculties of mind (thus calling for immediate action), while some don't. (impeding the rest question the scale of credibility).

BHO's practice is abundant in outstanding addresses to the nation, thus it is makes sense to amplify on several of them by providing a brief analysis of the main highlights. Speeches under analysis: Inaugural address to the Nation, The American Promise, The Perfect Union.

The successive linguistic features have been detected:

Verbs referring to the past (...*their memories are short for they forgot what this country has already achieved.*), verbs referring to the present ...*the challenges we face are real! They are serious & they are many.* Switching suddenly to the future (with the future tenses used for expression) he demonstrates a promise; *They will not be met easily or in a short span of time ,but know this America – they will be met!*

Allusions used with the purpose of appealing to a wider audience *Let it be told to the future world...that in the depth of winter, when nothing but hope and virtue could survive...that the city and the country, alarmed at one common danger, came forth to meet [it].* Repetitions, the collective pronoun *all* is used in repetition to highlight the direction of BHO's politics to respond to the basic needs of society, that this is a citizen-sensitive policy that BHO is declaring to stand by *all are equal, all are free, and all deserve ... pursue ... happiness.*

What is peculiar is that the wiser types of metaphoric expressions are used with the purpose of appealing to the more politically-oriented social groups *we must pick ourselves up, dust ourselves off, and begin again the work of remaking America.*

Throughout his presentations BHO dwells on contrast between the past and present *rising tides of prosperity and the still waters of peace versus gathering clouds and raging storms , know that your people will judge you on what you can build, not what you destroy.*

О. Чернявская

ФОРМИРОВАНИЕ ЭКСПРЕССИВНО-ОЦЕНОЧНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ЛИЦА ПО МОДЕЛИ «БАЗИС + ПОЛУСУФФИКС, ОБРАЗОВАННЫЙ ОТ ИМЕНИ СОБСТВЕННОГО»

Все, что зафиксировано в языке, является результатом деятельности человека, соответственно язык признается в настоящее время категорией антропоцентричной. Не случайно центральной субстантивной категорией является *лицо*, как категория антропоцентричная, антропоморфная и антропная.

Лексикон современного немецкого языка пополняется, помимо заимствования, путем словообразования. Словообразование явилось в XX в. доминирующим ономаσιологическим способом пополнения словаря по конвенциональным моделям. Модель «базис + суффикс, образованный

от имени собственного», можно назвать специфической, присущей немецкой языковой системе в силу развитости словосложения.

Номинация по данной модели происходит по принципу прототипичности. По мере утраты именем собственным структурной самостоятельности утрачивается в определенной мере признак прототипичности и семантическим центром становится набор периферийных сем, обеспечивающих экспрессивные характеристики антропного объекта:

– *Fritze, der/nach dem Vornamen Fritz/*:

1) *(meist abwertend) von Ausländern (besonders Engländern) verwendete Bezeichnung für Deutsche*;

2) *für den alten Fritzen (ugs.: umsonst, vergeblich) wird gewöhnlich auf Friedrich II. von Preußen oder Friedrich Wilhelm I. bezogen: besonders sparsam*;

3) *fritze (salopp, abwertend) Person, Mensch*;

z.B. Immobilienfritze (jmd., der mit Immobilien handelt);

Meckerfritze (jmd., der gerne und oft nörgelt);

Zeitungsfritze (jmd., der bei der Zeitung als Redakteur arbeitet).

Большинство дериватов этой модели содержат экспрессивно-негативную оценочность, стилистически окрашены, характерны для разговорной речи. В художественной литературе употребляются как языковые единицы с пейоративной оценкой для создания ироничного, заслуживающего призрания образа.

Е. Шабасович

НАЗВАНИЯ ПТИЦ В БЕЛОРУССКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ

Современный этап лингвистики характеризуется повышенным вниманием к проблемам лексической семантики. Среди них важное место занимает проблема выражения национальных отличий в языках. Целью работы является установление общего и отличительного в лексическом составе и семантике названий птиц в белорусском и немецком языках в ономаσιологическом аспекте сопоставления. Объектом исследования являются белорусские и немецкие субстантивные лексемы, которые обозначают птиц. Предметом исследования является современная орнитологическая лексика белорусского и немецкого языков. Материалом работы служат существительные белорусского и немецкого языков, которые обозначают названия птиц (около 350 семем). Данные были получены из словарей (“Duden”, “das Herkunftswörterbuch”; “Этымалагічны слоўнік”) на основе сплошной выборки.

Проанализировав разноязычные соотношения по способу и источнику номинации, мы выделили среди них соответствия:

1) с корнями идентичного значения (напр., бел. *Буравеснік* – нем. *Sturmvogel*) и заимствованные слова, которые берут начало из общих источников (нем. *Pelikan* – бел. *пелікан*, от греч. *pelekys*);

2) с корнями разного значения, т.е. в основу названий положены те или другие особенности птиц.

Основными признаками при названии единиц ЛСГ «Названия птиц» определены такие: гнездование, особенности пищи, внешность, поведение птиц, издаваемые звуки. Например, нем. *der Seeadler* – бел. *марскі апол*; *der Fichtenkreuzschnabe* – бел. *крыжадзюб*. Среди примеров такого вида наиболее многочисленными оказались те, которые мотивированны внешним признаком и издаваемым звуком.

Однако с определенными птицами в разных языках возникают и отличительные ассоциации, положенные в основу названий. Сравним, нем. *der Schwan* (корень *suen-* «*tönnen, schallen*») – бел. *лебедзь* (от лат. *Albus* ‘белый’).

Также были выявлены случаи, когда в одном языке внутренняя форма в слове является яркой или стертой, устанавливается по словарям, а в другом – неустановленной, поскольку названия могут быть из-за исторической отдаленности не внесены в этимологические словари. Например, *die Schwalbe* (mhd. *swalwe*, ahd. *swalwa*, нет соответствий в других языках) – *ластаўка* (Миклашевич: от лат. *lekt* ‘шчабятцаць’; Махек, Славинский и др.: *jaskotati* ‘шчабятцаць’; Трубачев: *laska* ‘ласка’, ‘каханне’).

Вывод: по способу и источнику номинации в анализируемой ЛСГ были выявлены соответствия с корнями идентичного и разного значений. О взаимодействии между языками свидетельствуют примеры заимствованных слов, которые берут начало из общих источников.

О. Шило

ФУНКЦИИ АНГЛО-АМЕРИКАНИЗМОВ В ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОМ ЯЗЫКЕ

Англо-американизмы представлены в разных сферах функционирования немецкого языка. При этом они обладают разным функционально-семантическим потенциалом. Целью исследования было определить, какие функции присущи англо-американизмам в сфере общенационального языка. Исходя из этого, мы разделили все заимствования данной сферы на три группы в зависимости от выполняемой функции.

Д о п о л н я ю щ а я ф у н к ц и я . Здесь речь идет об англицизмах, которые дополняют лексический состав немецкого языка, заполняя при этом языковые лакуны и обогащая немецкий язык. Например, для заимствования *das Interview* в немецком языке существует два соответствия:

1. *Befragung* ‘Umfrage, Untersuchung bei Einzelpersonen’.
2. *Unterredung* ‘wichtiges, meist förmliches, offizielles Gespräch mit einer Person oder einigen wenigen Personen’.

Исходя из этих дефиниций, мы можем выявить только две семы: ‘Umfrage (Untersuchung, Gespräch)’ и ‘mit einer Person (oder einigen Personen)’. Но эти дефиниции не несут информации о том, кто проводит беседу. Англо-американизм *das Interview* отвечает и на этот вопрос:

das Interview ‘Befragung (meist bekannter Persönlichkeit) **durch Presse- oder Rundfunkvertreter**’.

Из этих дефиниций очевидно, что понятие *das Interview* шире, чем его соответствия в немецком языке. Таким образом, можно утверждать, что данный англо-американизм выполняет дополняющую функцию.

Д и ф ф е р е н ц и р у ю щ а я ф у н к ц и я . Здесь речь идет об англицизмах, значение которых отличается от значения их немецких соответствий. Зачастую в немецком языке просто отсутствует равноценный эквивалент определенному англо-американизму, поэтому данные заимствования посредством немецкой лексики могут передаваться лишь с помощью словосочетаний или сложных слов. Например, заимствование *der Chat* имеет в немецком языке следующие соответствия:

1. *das Geplauder* – ‘zwanglose Unterhaltung’.

2. *die Unterhaltung* – ‘auf angenehme Weise geführtes Gespräch’.

Но ни один из этих эквивалентов не может в полной мере соответствовать понятию *der Chat* ‘Unterhaltung, Kommunikation **im Internet**’, так как данные соответствия отличаются каналом передачи информации.

В ы т е с н я ю щ а я ф у н к ц и я . Заимствования в этой группе настолько прочно укрепились в системе немецкого языка, что употребляются гораздо чаще их немецких соответствий и способны вытеснять немецкую лексику. Например: *die Beauty* ‘Schönheit’, *der Boyfriend* ‘Freund eines jungen Mädchens’.

Итак, очевидно, что англо-американские заимствования выполняют в немецком языке различные функции, т.е. обладают разным функционально-семантическим потенциалом. Англо-американизмы могут дополнять или дифференцировать значение своих немецких соответствий, а могут также, являясь полными эквивалентами немецких слов, вытеснять немецкую лексику из употребления.

О. Широкая

КОНЦЕПТ «ДУША» В НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ КАРТИНЕ МИРА КИТАЙЦЕВ

Современное китайское слово *linghun*, эквивалентное словам *душа*, *soul*, *ate* и т.д., представляет собой некий конгломерат, созданный с целью передачи чуждого для китайцев европейского концепта. Этим сочетанием пользуются также современные китайские авторы, находящиеся под влиянием западной культуры. Обычные же носители языка ни в быту, ни в литературной речи для обозначения концепта души не употребляют это двусложное сочетание. Оба иероглифа имеют коннотацию души, интуитивно понимаемой как нематериальная субстанция, независимая от *shen* ‘тела’». В картине мира китайца, наряду со знаками *lin* и *hun*, выделяются еще три иероглифа – *shen*, *po* и *xin*. Все пять знаков естественным образом входят в концепт души. Поскольку *ling* обозначает присущую только человеку нематериальную субстанцию, с одной стороны, это понятие связано с живым

человеком, с его духовностью. В понятие *ling* также входят значения ‘ум’, ‘разум’. С другой стороны, *ling* – это то, что остается после смерти человека в сердцах близких. Поэтому *ling* олицетворяет тело умершего, его труп. Иероглифы *hun* и *ling* употребляются как синонимы. Здесь следует отметить, что в классической поэзии знаки *hun* и *po* употребляются в контекстах памяти об умершем друге, любимом человеке. Душа в понимании *hun* и *po* обладает динамизмом. *Hun* или *po*, в отличие от *xin* ‘сердца’, не видит и не чувствует. Но, как любая субстанция, *hun* и *po* мыслятся как существующие во времени и в пространстве. *Hun* может вернуться к телу, и произойдет воссоединение души с телом. *Xin* ‘сердце’, напротив, статично. Эта душа не может покинуть свою оболочку – *shen* ‘тело’.

Знак *xin* ‘сердце’ – это текущее состояние души. В сердце локализуется мыслительная деятельность человека (он думает, считает и соображает сердцем), его психика, чувства, воля, характер и нравственность. Понятие же *shen*, которое не имеет конкретной локализации, все же ассоциируется с сознанием человека. Как видно, китайская душа, с приобретением новых коннотаций, была заимствована для передачи европейской культурной категории. Рассмотрение концепта души в китайской картине мира убеждает, что объем понятия души изменяется не только при переходе к иной культуре.

Б. Шкляр

ПРОЦЕССЫ МЕТАФОРИЗАЦИИ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Одним из наиболее действенных средств манипулирования действительностью является *метафора*.

Для современного немецкого политического дискурса характерно многообразие концептуальных метафор, отражающих немецкую действительность.

В ходе анализа нами были выделены следующие разряды немецкой политической метафоры конца XX – начала XXI в.

Антропоморфная модель. В данном случае человек моделирует политическую реальность по своему подобию: *Sein Geschick in die eigene Hand nehmen*.

Социальная модель.

Театральная метафора. *China ist bereit, die Verantwortung auf der internationalen Bühne zu übernehmen*.

Метафора игры. Изображая реальность как игру, политик не только сам предстает активным ее участником, но и вовлекает в нее слушателя: *Ich warne vor dem “Schwarze Peter”-Spiel, das in der Bildungspolitik so beliebt ist*.

Модель природы.

Фитоморфная модель. Метафорическая модель создает ассоциативную связь общества с миром растений по следующему сценарию: политическая жизнь-процесс развития растения, результаты-плоды, отдельные явления –

части растений: *AIDS kann ganze Länder um die **Früchte** ihrer politischen Anstrengungen bringen.*

Метафора неживой природы. Данная метафорическая модель актуализирует такие ассоциативные связи, которые искусно структурируют мир в образе картины природы: *Wir müssen Armut und Ausbeutung, Elend und Rechtlosigkeit bekämpfen und damit dem Terror **den Nährboden** entziehen.*

Модель пути.

Данная метафорическая модель вскрывает динамику общественных и политических процессов:

*Ich bin überzeugt, dass der **Weg**, den Sie gewählt haben, auf Dauer zu einem friedlichen Zusammenleben führen kann.*

Артефактная модель

Метафора дома/строения. Метафорическое представление общественных реалий и процессов как дома – одно из наиболее традиционных для политического дискурса: *Brüchiges **Fundament** unseres Bildungswesens.*

Проведенный анализ немецкого политического дискурса позволил обнаружить следующие тенденции в использовании метафорических моделей.

Наиболее частотной является модель пути/дороги. Как отмечалось выше, эта метафорическая модель в максимальной степени приспособлена для выражения динамики общественных или политических процессов; именно поэтому, на наш взгляд, она без ограничений используется политиками.

Л. Шляхотка

ОСОБЕННОСТИ СЕМАНТИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ КОМПОНЕНТАМИ КОМПАРАТИВНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ

Семантический анализ компаративных фразеологизмов (КФ) предполагает рассмотрение семантических отношений между отдельными компонентами компаративных фразеологических единиц (КФЕ).

Объектом нашего исследования является микросистема КФЕ немецкого языка. Материалом исследования послужили 340 КФЕ немецкого языка, полученных путем сплошной выборки из шести фразеологических источников.

Содержательные отношения между основой сравнения и сравнительной частью можно разделить на две группы.

а. *Объективно существующие* с актуализацией признаков с точки зрения участия сенсорных признаков человеческой психики:

I. Зрительные сравнения: *winden wie ein Aal, schwarz wie ein Rabe.*

II. Слуховые сравнения: *singen wie eine Heidelerche.*

III. Вкусовые сравнения: *sauer wie eine unreife Zitrone.*

IV. Осязательные сравнения: *glatt wie ein Aal, weich wie Wachs.*

V. Обонятельные сравнения: *stinken wie ein nasser Fuchs.*

В психологических сравнениях внешнее сходство отходит на задний план, а внутреннее сходство актуализируется, например, *wie das Kaninchen vor*

der Schlange. Можно выделить сравнения, которые основываются на мнимом отношении сходства между качествами: *schlau wie der Fuchs, treu wie Gold*.

б. Вторая группа КФ, где отношения сходства, закрепленные в сравнении, обусловлены субъективно или эмоционально: *ein Benehmen wie im Urwald*.

Семантический анализ компаративных фразеологических единиц позволил выделить и подгруппу так называемых несогласованных сравнений, например, *hart wie Pudding, klar sein wie eine dicke Tinte*.

Главным итогом проведенного исследования является вывод о том, что в зависимости от мотивированности выбора того или иного образа-эталона все КФЕ немецкого языка могут быть разделены на мотивированные и немотивированные.

Е. Шуранова

ОБРАЗНОСТЬ В НЕМЕЦКОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

В связи с быстрым проникновением компьютерных технологий и Интернета во все сферы жизнедеятельности человека ускорился и лингвистический процесс номинации в этой области.

Задача настоящего исследования заключалась в том, чтобы выявить роль образности в становлении немецкоязычной компьютерной терминологии.

Анализ экспериментальной выборки (365 лексических единиц) позволяет констатировать, что 58 компьютерных терминов образовано на основании внешнего сходства с общеизвестными реалиями, т.е. путем метафоризации. Их доля составляет 15,9%. Это, например, такие виды компьютерной анимации как *Las Vegas* ('Лас-Вегас'), *Flamme* ('пламя'), *rote und schwarze Ameisenkolonnen* ('красные и черные муравьи'), *das Einfliegen* ('вылет').

Как известно, сходство, лежащее в основе метафорического переноса, возникает на основе впечатлений и сложных ассоциаций, которые зачастую являются неодинаковыми у представителей различных национальностей. Это можно проследить на примере жаргонизмов. Так, международный значок @, именуемый в русском языке 'собака', воспринимается носителями немецкого языка несколько иначе. Одни видят в нем внешнее сходство с обезьяной и называют *Affenkopf* ('обезьянья голова') или *Affenschwanz* ('обезьяний хвост'). Другим же этот знак больше напоминает утку *Entchen* либо улитку *Schecke*. А для некоторых немцев это вообще *Sauschwanz* ('свинячий хвост').

Кроме того, в компьютерном подязыке активно используется особый вид метафоры – персонификация. Так, компьютер может находиться, как человек, *im schlafenden Zustand*, т.е. в режиме ожидания. Когда компьютер капризничает, в этом случае обычно говорят: *Mein Computer stolpert* ('компьютер спотыкается'). О компьютере, не реагирующем на команды, сообщают: *Mein Computer hat sich aufgehängt* ('компьютер повесился').

Анализ также показал, что некоторые компьютерные термины образуются путем перенесения имени по функции. Так, *Aktentasche* 'портфель'

складирует компьютерные документы, как настоящий портфель; *Werkzeug* ‘инструмент’ позволяет обрабатывать информацию, подобно тому, как реальный инструмент помогает обрабатывать объект. Вредоносная вирусная программа *Trojanisches Pferd*, попадая в компьютер, разрушает его систему изнутри, подобно подарку троянцам от греков, спрятавших внутри коня своих солдат.

Таким образом, анализ материала позволяет заключить, что образность хотя и не занимает ведущего места по производительности в немецкой компьютерной терминологии, однако пополняет ее в ограниченной степени как общеупотребительными терминами, так и жаргонными наименованиями. Перенос имени осуществляется при этом на основе внешнего сходства, персонификации или общей функции.

Е. Якубовская

ЗАИМСТВОВАНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ В XVI–XVIII ВВ.

Займствование – элемент чужого языка (слово, морфема, синтаксическая конструкция), перенесенный из одного языка в другой в результате языковых контактов, а также сам процесс перехода элементов из одного языка в другой. Язык, из которого заимствуется лексическая единица, называется языком-источником, а язык, который заимствует, – принимающим языком, или языком-реципиентом. Процесс заимствования обусловлен внешними и языковыми факторами. В этой связи поток иностранных слов распределяется по эпохам неравномерно.

Так, в XVI в., в период становления французского языка как общенационального, французский язык обогатился иностранной лексикой больше всего. Лексические единицы заимствовались в основном из итальянского (*brigade, soldat, balcon*), латинского (*concours, social*), греческого (*catastrophe, homonymie*) и испанского (*romance, guitare, caramel*) языков.

XVII в., век классицизма, характеризуется так называемой чисткой языка, что не только приостанавливает процесс заимствования, но и значительно обедняет язык, поскольку из него исключаются архаизмы, диалектизмы, профессиональные термины. Количество заимствований значительно сокращается. Языками-источниками заимствований продолжают оставаться указанные выше языки. Появляются заимствования из английского языка (*club, session*).

В XVIII в., в эпоху Просвещения, пуризм становится еще более выраженным. Однако неминуемая эволюция словаря в обществе, где развиваются науки, искусства и ремесла, требует постоянного лексического обогащения языка. Основными языками-источниками являются, как и прежде, итальянский (*ariette, gouache*), испанский (*adjutant, sieste*), английский (*budget, meeting*).

Е. Яринская

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МЕТАФОРА КАК ОДНА ИЗ ДОМИНАНТ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЫ МИРА

Существует множество моделей языковой картины мира. Метафора, будучи одним из способов создания языковой картины мира, рассматривается как когнитивный процесс, выражающий и формирующий новые представления, как способ репрезентации знания в языковой форме.

В соответствии с представлениями когнитивной лингвистики *метафора* – это не сокращенное сравнение, не украшение мысли в процессе коммуникации, а форма мышления, она оказывает заметное воздействие на поведение людей, на их отношение к окружающей действительности. Являясь способом познания и объяснения мира, метафора дает возможность понять иное языковое пространство, так как восприятие мира у носителей разных языков не идентично. Зачастую национальное своеобразие метафоры трудно объяснимо. Так, к примеру, если в русском языке для обозначения части чайника, через которую разливают воду, используется метафора *носик*, то во французском – в основу метафоры положено иное визуальное сходство: *le bec* ('клюв'). Посредством метафоры мы можем увидеть и понять «национальность» языковой картины мира. Лежащая в основе метафоры аналогия сопоставляет две (и более) области, обычно не связываемые. При этом происходит перенос знаний из знакомой, конкретной сферы в менее структурированную, абстрактную сферу. В результате метафоризации увеличивается объем знаний в слабо понимаемой области путем переноса дополнительной информации из более известной ситуации.

Порождаемые метафорой концепты и категории формируются в сознании человека благодаря коммуникативной функции. Иными словами, метафора представляет новую информацию в краткой и доступной для адресата форме (через перенос знаний из знакомой области в незнакомую). Помимо моделирования картины мира метафора акцентирует определенные эмотивно-оценочные смыслы при ее восприятии (одного и того же человека за одни и те же действия можно назвать *повстанец*, а можно – *террорист*, *киллер*, *убийца*, *рэкетир*, *вымогатель* и т.д.).

В заключение отметим еще раз, что присущие концептуальной метафоре свойства играют определяющую роль в осмыслении и категоризации мира, в становлении и формировании определенной языковой картины мира. А поскольку языковая картина мира обладает национальной специфичностью, метафора позволяет проникнуть в иное национальное самосознание, понять его, являясь универсальным средством подачи информации путем переноса знаний из знакомой, конкретной области в абстрактную, неизвестную.

ПЕРЕВОД И ОБУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДУ

А. Абрамович

ПЕРЕВОД РЕКОМЕНДАЦИЙ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Рекомендации в международном праве означают резолюции международных организаций, совещаний или конференций, которые не имеют обязательной юридической силы и, в отличие от большинства международных документов, не подлежат ратификации. В рекомендациях выражается предписание о необходимости совершения какого-либо действия, предложение предпринять действия в отношении поставленного вопроса, однако отсутствуют приказ и долженствование, в отличие от директив, конвенций, конституций, приказов и постановлений. Важно помнить, что положения данного вида международных документов носят сугубо рекомендательный характер, и этот факт необходимо учитывать при осуществлении их перевода.

Говоря о рекомендациях международных организаций, следует отметить, что текст перевода максимально соответствует тексту оригинала, его стилистическим и лексико-грамматическим особенностям. Прием дословного перевода используется в связи с тем, что в текстах рекомендаций значимо каждое слово и недопустима вольная трактовка, так как рекомендации, хотя и не подлежат ратификации, затрагивают интересы многих государств.

Одной из особенностей рекомендаций международных организаций является частотное употребление модальных глаголов, перевод которых может представлять определенную трудность. Неправильное понимание модальной оценки сообщения приводит к искажению смысла оригинала, что является недопустимым при переводе рекомендаций.

Одним из самых частотных глаголов в рекомендациях является глагол *should*, которому в русском языке соответствует глагол *быть должным, следовать*. Необходимо помнить о том, что в отличие от других международных документов, имеющих директивный и предписывающий характер, положения рекомендаций носят сугубо рекомендательный характер, поэтому модальный глагол *should* в рекомендациях, как правило, переводится глаголом *следовать*. Отметим также, что модальный глагол *must*, встречающийся в рекомендациях международных организаций, передается на русский язык глаголами *быть необходимым, следовать*.

В отличие от других видов международных документов, модальный глагол *shall* практически не употребляется в рекомендациях международных организаций, однако если встречается, может представлять трудность при переводе. Несмотря на то, что положения рекомендаций ориентированы на будущее, встречающийся в них глагол *shall* передается на русский язык с помощью глаголов настоящего времени.

Таким образом, знание стилистических и лексико-грамматических особенностей рекомендаций международных организаций, несомненно, поможет переводчику избежать многих трудностей и ошибок при переводе данного вида документов.

М. Авдей

ЗАИМСТВОВАНИЯ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ И СПОСОБЫ ИХ ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Количество заимствований в английском языке достигает 75 % словарного состава, что делает язык удобным для изучения данного явления. Заимствование – универсальное явление, однако оно имеет особенности в зависимости от языка, на примере которого рассматривается явление.

Источники заимствований в английском языке – как родственные языки, так и другие языковые системы. Единицы заимствования различны – как слова, так и морфемы. Как и в других языках, в английском заимствованные элементы имеют различную степень ассимилированности и специфические критерии определения их в словарном составе языка.

Результаты заимствования на английский язык весьма значительны. Количество слов-гибридов, возникших в результате данного процесса, намного превышает их количество в других языках; количество лексических дублетов также высоко; заимствование оказало большое влияние и на грамматику языка, вызвав в ней значительные изменения.

При переводе заимствований применяются все известные приемы перевода. При переводе заимствованных терминов основным способом является использование постоянных эквивалентов, полученных путем транскрипции или транслитерации. Включение в текст заимствований-реалий чаще всего сопровождается операцией параллельного подключения – введения в текст двух и более компонентов, каждый из которых выступает в качестве номинанции одного и того же внешнекультурного элемента. Заимствования-неологизмы передаются с помощью транскрипции и транслитерации, а при необходимости – описательного перевода. Имена собственные переводятся транскрибированием согласно общепринятым правилам. Транслитерация применяется в случаях существования традиционно закрепленного варианта передачи иноязычного имени.

О. Аксёнова

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА НАЗВАНИЙ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ

Перевод названия художественного произведения отражает не только особенности разных языковых, стилистических и аксиологических систем, но и различия в когнитивных процессах, связанных с особенностью восприятия

и передачи той или иной «чужой» реалии или события. Особую специфику, на наш взгляд, имеет перевод названий художественных фильмов, поскольку качество выполненного перевода зачастую не может быть признано адекватным.

Так, классическим неадекватным переводом идиомы в составе названия фильма является картина «*Прекрасный незнакомец*» (“*Perfect Stranger*”). Название должно переводиться как «*Совершенно чужой*». Комедия «*Миллион лет до нашей эры*» не только имеет совсем иное название в оригинале – “*RRRrrrr!!!*”, но и открывается сообщением, что дело происходит 35 000 лет до н.э. Фантастическая притча с Хью Джекманом «*Фонтан*» (“*The Fountain*”) – это, конечно, «*Источник*», поскольку сюжет развивается именно вокруг источника вечной жизни.

Кроме хорошего словаря переводчику также необходимо умение интерпретировать языковое содержание высказывания и определять его контекстуальный и имплицитный смысл, поскольку названия некоторых фильмов могут служить ключевой фразой, метафорой, известной аллюзией.

К примеру, оригинальное название фильма «*Полет над гнездом кукушки*» “*One Flew Over the Cuckoo’s Nest*” представляет собой фрагмент эпиграфа к книге, по которой был поставлен данный фильм (*One flew east, one flew west, and one flew over the cuckoo’s nest*). Это считалка, которую главному герою книги пела мама. Сама по себе детская считалочка смысла не имеет, но в контексте фильма и книги строчка, вынесенная в название, имеет скрытый смысл, поскольку в английском разговорном языке словом *cuckoo* обозначают психически ненормального человека. Поэтому “*Cuckoo’s Nest*” – это, фактически, психиатрическая больница, из которой один из больных все-таки сумел «выпорхнуть».

Следует отметить и удачные варианты переводов художественных фильмов, в частности: ставшие нарицательными «*Трудности перевода*» (в оригинале “*Lost in translation*”). Еще одним примером является название мультипликационного фильма «*Подводная братва*» (“*Shark tail*”). Это название, в отличие от оригинального, намекает на пародирование в мультфильме итальянской мафии. Среди других примеров можно привести «*Остаться в живых*» (“*Lost*”), а именно название, отсылающее к реалити-шоу «*Последний герой*», которое и вдохновило режиссера и продюсера картины.

Таким образом, в процессе перевода названий фильмов следует учитывать прагматические особенности данного вида художественных произведений.

Е. Арбуз

СЛОЖНЫЕ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫЕ В НЕМЕЦКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ И ИХ СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Закон федеральной земли Мекленбург – Передняя Померания под названием *Rindfleischetikettierungsüberwachungsaufgabenübertragungsgesetz*, что переводится как «Закон о передаче обязанностей контроля маркировки

говядины»), является примером почти неограниченного словообразования путем соединения существительных в немецком языке. Несомненно, такие сложные слова впечатляют и становятся объектом исследования. Словосложение (соединение двух или более корней/основ) во всех видах весьма продуктивно в современном немецком языке. Наибольшее число сложных слов встречается среди существительных, хотя, безусловно, словосложение на материале имен прилагательных также продуктивно. Композиты возникают, когда необходимо дать название новым понятиям, уточнить значения слов, а также для компрессии или экономии языковых средств.

Обогащение словарного состава немецкого языка сложными существительными происходит главным образом за счет определительных сложных существительных. Проанализировав множество текстов экономического характера, частоту употребления сложных существительных в этих текстах можно отобразить примерно следующим образом:

сложные существительные с определителем-существительным (*Marktpreis* ‘рыночная цена’) – 45 %;

глагольной основой (*Kaufvertrag* ‘договор купли-продажи’) – 20 %;

с определителем-прилагательным (*Reingewinn* ‘чистая прибыль’) – 15 %;

сложные существительные с определителем-числительным, местоимением, наречием и предлогом (*Doppelbesteuerung* ‘двойное налогообложение’, *Ich-AG* ‘частный предприниматель’, *Außenhandel* ‘внешняя торговля’) – 20 %.

Встречаются в текстах экономического характера также многочленные существительные, простейшим видом которых являются слова, состоящие из трех основ (Trikomposita): *Geldwechselautomat* ‘разменный автомат’.

При переводе немецких сложных существительных применяются переводческие приемы и способы в рамках общей теории перевода. Однако необходимо учитывать, что перевод данных лексических единиц имеет и ряд особенностей. Проблема их перевода осложняется тем, что словосложение как продуктивный метод словопроизводства на практике связано с использованием большого количества не зафиксированных в словаре образований – окказионализмов. Ф. Флейшер в качестве одной из функций композита называет ее употребление как параллельной синтаксической конструкции (*syntaktische Parallelkonstruktion*). Это означает, что в немецком языке есть средство (а именно, композитообразование), при помощи которого в любой момент речи, при необходимости, можно образовать единицу с содержанием, идентичным содержанию другой единицы, не имея ее при этом заранее в лексиконе.

М. Астапчик

ПРИЧИНЫ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ (на примере печатных СМИ)

Газетно-публицистический стиль тематически весьма разнообразен, что определяет необычайную широту и многообразие лексики, используемой в СМИ. Поскольку в прессе журналист сообщает о фактах и дает им оценку,

то газетно-публицистический стиль выполняет прежде всего функции сообщения и воздействия на читателя. Взаимодействие этих двух функций и определяет выбор слова в публицистике. Англоязычные заимствования в русском языке, однажды появившись в средствах массовой информации, дальше прочно входят в повседневную речь и укореняются в ней.

Чаще всего слова приходят в язык вместе с реалиями, ими обозначаемыми (*интернет, пентхаус, иммунитет*), либо в качестве терминологии (*компьютер, сайт, интернет-провайдер, консалтинг, холдинг, трастовая компания*). Иногда – это дань моде и стремление привнести экспрессивность новизны, т.е. использование англицизмов как более престижных, значительных, выразительных (*презентация, рейтинг, консенсус, кастинг, брифинг, шоп-тур, реалисти-шоу*).

Характерной приметой употребления англоязычных заимствований в печати выступает использование множества транслитерированных и транскрибированных терминов. В ходе нашего анализа статей из газеты «Комсомольская правда в Белоруссии» было выявлено, что наиболее часто встречающимися англоязычными заимствованиями являются: *тариф роуминга, деловой имидж, рейтинг влияния, наш спонсор, терминал, транзит, чартер, шоковая терапия, шоу-бизнес, ток-шоу, ноу-хау, хит сезона; главная сенсация, триумф фристайлиста*.

Наибольшая частотность употребления англицизмов в печатных СМИ наблюдается в экономической сфере. На примере газеты «Белорусы и рынок», мы выделили следующие часто встречающиеся англоязычные заимствования: *аудиторская проверка, ликвидность, банк-ремитент, холдинг, бартер, тендер, клиринг, менеджер, мерчандайзер, маркетинг, брэндинг, лизинг, мониторинг, фондовый рынок, маржинальный доход, лицензия, дилер, риэлтер, дистрибьютор*.

Необходимо отметить, что проблема языкового заимствования является одной из наиболее актуальных проблем лингвистики в современное время, поскольку появление англоязычных заимствований в текстах русского языка, в особенности в печатных СМИ, способствует активному проникновению новых иноязычных слов в общепотребительную лексику и прежде всего связано со стремлением представителей печатных СМИ подчеркнуть свой уровень информированности и престижности, а также придать газетно-публицистическому стилю ярко выраженную экспрессивность.

С. Афанасова

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ ТЕРМИНОСИСТЕМ НА СТЫКЕ ДВУХ ЯЗЫКОВ

Семантические, морфологические, морфолого-синтаксические способы являются наиболее продуктивными способами терминообразования как в русском, так и в английском языке.

К семантическим способам относятся заимствования из общеупотребительного языка, сопровождаемые терминологизацией, расширением, сужением значения, изменением значения в результате метафорического и метонимического переносов, заимствования терминов из других терминологий. Наиболее активными способами являются специализация (сужение) значения и метафора, например: на основе внешнего сходства – термины *скорлупа* – теплоизоляционная конструкция, *leg* – стержневой опорный конструктивный элемент; по сходству функций – *leader* – направляющий сточный желоб.

Среди морфологических способов выделяют усечение, конверсию, фонетико-морфологическое образование терминов, а также суффиксальный, префиксальный, префиксально-суффиксальный способы. Последние три являются наиболее продуктивными, подтверждением чему служит, к примеру, суффикс *-ing*, используемый для образования наименований процессов, действий (*plastering, boring, healing, programming*); для образования названий результатов действий (*ceiling, building*). В русском языке значение ‘деятель’ выражается с помощью восьми суффиксов: *-чик/-щик*: (*наладчик, грузчик, бурильщик, часовщик*), *-ник* (*истопник, станочник*), *-яр* (*столяр, дояр*), *-тель* (*учитель, сеятель*), *-ист* (*машинист, тракторист*), *-ец* (*боец*), *-арь* (*слесарь, аптекарь*), *-ир* (*бригадир*).

Под морфолого-синтаксическим терминообразованием понимается группа таких способов, как эллипсис (*detergent (agent), заготовочная (комната)*), словосложение (*вакуумпресс, aircraft-carrier*) и аббревиация (*жилая площадь – жилплощадь, permanent frost – permafrost*).

Е. Балицевич

К ВОПРОСУ О КЛАССИФИКАЦИИ УСТОЙЧИВЫХ СЛОВСОЧЕТАНИЙ

Фразеология традиционно включалась в лексикологию на правах одного из ее разделов, а вопрос о фразеологии как о лингвистической дисциплине в течение длительного времени обходился молчанием (А.В. Кунин. Фразеология современного английского языка: Опыт систематизированного описания).

В своей курсовой работе исследованы различные классификации фразеологических единиц.

Огромное влияние трудов проф. В.В. Виноградова почти на все исследования в области фразеологии, включая и работы по английской фразеологии, показывает, что эти работы заполнили ту брешь, которая образовалась ввиду недостаточного изучения семантики устойчивых сочетаний слов (В.В. Виноградов. Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины). Классификация фразеологических единиц проф. В.В. Виноградова построена на семантической основе с учетом близости различных типов фразеологических оборотов к слову. В зависимости от того,

насколько стираются номинативные значения компонентов фразеологизма, насколько сильно в них переносное значение, В.В. Виноградов делит их на три типа: фразеологические сращения, или идиомы; фразеологические единства; фразеологические сочетания (В.В. Виноградов. Об основных типах фразеологических единиц в русском языке).

Некоторые англисты делят фразеологические единицы на стилистически нейтральные и экспрессивные. Такое стилистическое деление мы находим, например, у А.И. Смирницкого. Кроме того, он выделяет одновершинные фразеологические единицы, а также двухвершинные и многовершинные. Под одновершинными фразеологическими единицами проф. А.И. Смирницкий понимает обороты, подобные производным словам, в которых имеется один семантически полнозначный элемент, например, *give up, make out, ring up* и др. Под двухвершинными и многовершинными понимаются обороты, подобные сложным словам, где таких полнозначных компонентов два и более (А.И. Смирницкий. Лексикология английского языка).

Согласно классификации фразеологических единиц Н.Н. Амосовой, они подразделяются на идиомы и фраземы (Н.Н. Амосова. Книга).

Проф. А.В. Кунин разработал самую сложную классификацию фразеологических единиц. С точки зрения функции, которую выполняет фразеологическая единица в речи, автор разделил их на четыре основных класса: номинативные (*to breath one's last – умереть*); коммуникативные, сюда входят поговорки и пословицы (*A hungry man is an angry man*); номинативно-коммуникативные (*to break the ice – the ice is broken*); восклицательные фразеологические единицы (*Well, I'll never! By George!*) (А.В. Кунин. Английская фразеология; Л.М. Лещева. Слова в английском языке).

И. Бей

ПЕРЕВОД ЗАГОЛОВКОВ НЕМЕЦКИХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

В последние годы возрос интерес к исследованию языка газет. Современная газетная речь привлекает внимание многих ученых, потому что публицистика имеет уникальную возможность не только сообщать читателям разнообразную информацию, но и воздействовать на огромную читательскую аудиторию. Публицистика стремится удовлетворить как интеллектуальные, так и эстетические потребности.

Заголовки играют первостепенную роль как в области оформления печатного издания, внешнего облика информационной полосы, так и в успехе статьи или заметки быть прочитанными. Заголовок является важнейшим компонентом газетной информации и одновременно средством воздействия на читателя.

С целью анализа проблем перевода заголовков статей немецких газет и журналов на русский язык методом сплошной выборки было зафиксировано 200 единиц из текстов разных выпусков немецко-русского издания «Deutschland».

Придерживаясь существующей классификации, мы отметим, что 75 % выборки составили интригующие заголовки, что однозначно свидетельствует о цели журнала – привлечь внимание читателя (*Willkommen im Land der Ideen – Добро пожаловать в страну идей, Das Objekt der Begierde – Предмет желаний, Zörnige Bühne – Сердитая сцена*). Остальные 25 % составили информирующие заголовки, которые сообщают в свернутом виде о существовании события, формулируют основную мысль текста и обычно преобладают в печатных изданиях (*Die Wirtschaft zieht an – Рост экономики, Der Weltmarkt boomt – Мировой рынок переживает бум, Neue Energie für den Klimaschutz – Новая энергия для защиты климата*).

Журнал «Deutschland» демонстрирует достаточно большое количество интригующих заголовков, смысл которых или отдельные слова становятся понятны, лишь после прочтения всей статьи: *Sehnsucht nach Öl* – речь идет о современной живописи и художниках Германии, *Leben im Passiv Haus* – эта статья повествует об энергосберегающих домах, *Kuschelfell mit Starqualität und Ballgefühl* – в данной статье сообщалось о талисманах на чемпионате мира по футболу.

На основании проведенного анализа необходимо отметить, что в процессе перевода заголовков немецких публицистических текстов важным этапом является выявление степени и характера экспрессивности заголовка, что предполагает ответ на вопрос: имеются ли в заголовке какие-либо средства выразительности – употребление метафор, использование игры слов, ироническое употребление слов, повторы, аллитерация и другие стилистические фигуры (*Klein, aber fein – Мал золотник, да дорог, Wer rastet, rostet – И камень лежа мохом обрастает*).

Исходя из результатов проведенного анализа, можно сказать, что перевод заголовков представляет собой интересную, но достаточно сложную задачу для переводчика.

Д. Бич

СПЕЦИФИКА ПЕРЕДАЧИ КУЛЬТУРНЫХ КОНЦЕПТОВ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ПИСЬМЕННОГО ПЕРЕВОДА

Каждый человек смотрит на мир сквозь призму своего собственного языкового сознания, соответственно для каждого языкового коллектива характерно наличие своего особого подхода к освоению окружающей действительности.

Исторически сложившаяся в сознании народа и отраженная в его языке совокупность представлений о мире получила название языковой картины мира. Ее базовые единицы значимы как для отдельной языковой личности, так и для лингвокультурного сообщества в целом. Они относятся к *ключевым концептам культуры* (В.А. Маслова).

Российский языковед В.И. Карасик пришел к выводу, что культурный концепт представляет собой многомерное смысловое образование, в котором выделяются ценностная, образная и понятийная стороны. Таким образом, национальный концепт – это важнейшая культурная универсалия. Исходя из того, что переводчик в любом случае сталкивается с двумя различными культурами, для каждой из которых характерна своя особая концептосфера, ему необходимо обладать обширными историческими и культурологическими знаниями, так как именно они могут помочь раскрыть образную и ценностную составляющие национальных концептов.

В нашей научной работе были выбраны два концепта, имеющие культурно-окрашенную специфику: *dignity* и *fame*. С официального сайта BBC были взяты примеры, содержащие перечисленные концепты. Студенты факультета межкультурных коммуникаций осуществили письменный перевод предложенных примеров с указанными концептами.

Анализ студенческих переводов позволил прийти к следующим выводам:

- 1) концепты воспринимаются разными языковыми личностями одинаково;
- 2) правильная интерпретация концепта возможна благодаря наличию контекста;
- 3) переводчику необходимо обращаться к своим фоновым знаниям, потому что контекст не всегда позволяет абстрагироваться от своего языкового сознания.

Таким образом, для того чтобы осуществлять максимально адекватный перевод, профессиональным переводчикам необходимо учитывать не только содержательную сторону концепта, которую можно найти в словарях, но и обращать внимание на его ценностную и образную составляющие, преобладающие в том или ином языковом коллективе.

А. Бубнова

ІНТЭРТЭКСТУАЛЬНАСЦЬ І ПЕРАКЛАД

Са старажытных часоў мастацкі пераклад з'яўляецца важнай часткай кожнай нацыянальнай літаратуры. Ён садзейнічае дыялогу культур, дазваляе шырокаму колу чытачоў пазнаёміцца з творчасцю літаратараў свету. Інтэртэкстуальнасць – праблема, якая непазбежна паўстае перад кожным

перакладчыкам мастацкага твору. Тэкст перакладу знаходзіцца ў несумненнай інтэртэкстуальнай сувязі з арыгіналам, а твор – з іншымі тэкстамі дадзенай літаратуры. Задача перакладчыка – пасрэдніцтва паміж дзвюма часткамі інтэртэкстуальнасці – тэкстам арыгінала і тэкстам перакладу. Такім чынам, пераклад сам можа разглядацца як інтэртэкст, але ў арыгінале таксама прысутнічае інтэртэкстуальнасць як стылістычны аўтарскі сродак.

Адна група тэарэтыкаў лічыць менавіта алюзію цэнтральным паняццем інтэртэкстуальных адносін, другая ж адводзіць гэтую ролю цытаце. Ад цытаты алюзію адрознівае тое, што запазычванне элементаў адбываецца выбарачна, а цэлае выказванне або радок тэкста-донара, якія суадносяцца з новым тэкстам, прысутнічаюць у апошнім як бы “за тэкстам” – толькі імпліцытна. Пад цытатай жа разумеюць дакладнае ўзнаўленне якога-небудзь фрагмента “чужога” тэкста.

Ёсць розныя класіфікацыі алюзій. Так, у залежнасці ад крыніцы паходжання, алюзіі класіфікуюцца на літаратурныя і сацыяльна-гістарычныя. Гэтая класіфікацыя, аднак, не з’яўляецца поўнай, аб чым сведчаць доследы іншых аўтараў, якія дапаўняюць яе фальклорнымі, біблейскімі і міфалагічнымі алюзіямі.

Спосабы перадачы рэалій (а алюзіі адносяцца да асацыятыўных рэалій) на іншую мову дзеляцца на два галоўных: транскрыпцыя/транслітарацыя і пераклад. Пераклад можа быць дакладным (калькаванні) або з ўжываннем розных лексіка-семантычных мадыфікацый: звужэння або пашырэння значэння, нейтралізацыі або эmfатызацыі, функцыянальнай замены, апісання або каментару.

Перакладчыкі паэтычных зборнікаў Р. Барадуліна “Ксты” і “Быць” на англійскую мову ўжывалі ўсе магчымыя прыёмы, але найчасцей яны карысталіся прыёмамі транслітарацыі (*Nagasaki – Nagasaki*) і калькавання (*Млечны Шлях – Milky Way*). Сустрэкаем таксама аналагі (*вадзянік – waterman*), тлумачэнні (*Іардан – Jordan River*) і апісанні (*Смерць – the one who pays you the final visit*). Назіраем і спалучэнне розных спосабаў (*Дзяды – All Saints’ Day, called Dziady in Belarus* (аналаг і паралельнае тлумачэнне). Часта дзеля рыфмы слоўнікавы парадак элементаў трансфармаваўся (*Патайнае вячэра – Supper Last*). Розныя спосабы перадачы выкарыстоўваліся ў залежнасці ад кантэксту, формы верша і іншых фактараў. Алюзія *Каляды*, напрыклад, перадавалася як *Christmas Carols, Christmas time, Holy Christmas*.

Такім чынам, пераклад алюзій з паэзіі – справа цяжэйшая з цяжэйшых. Вельмі часта дзеля захавання галоўнага – зместу і вобразнасці, перакладчыку даводзіцца ісці на парушэнне парадку слоў, на апушчэнні або дабаўленні і на розныя трансфармацыі.

Д. Букаеў

НЕКАТОРЫЯ АСАБЛІВАСЦІ ПЕРАКЛАДУ ВЕРСЭТА
А. РАЗАНАВА «СТАРЭЙШЫ БРАТ» НА НЯМЕЦКУЮ МОВУ

Версэт «Старэйшы брат» належыць да ранняга перыяду творчасці А. Разанава, але ўжо ў ім праявіліся пэўныя элементы характэрнага аўтарскага стылю, якія вымагаюць творчых пошукаў пры перакладзе на іншыя мовы. Эльке Эрб, перакладчыца версэта на нямецкую мову, добра знаёмая з асаблівасцямі творчага почырку беларускага паэта, таленавіта перастварае ягоныя творы, выбіраючы найбольш адэкватныя прыёмы літаратурнага перакладу.

У пачатку верша аўтар ужывае устойлівае параўнанне – (*надобныя*), як *дзе кроплі вады*. На першы погляд, перакладчыца павінна была б скарыстацца нямецкім фразеалагічным адпаведнікам: *wie ein Ei dem anderen*. Аднак яна пайшла шляхам літаральнага перакладу, ужыўшы выраз *wie zwei Tropfen Wasser*. Наколькі гэта апраўдана?

Вада – стыхія, якая увесь час знаходзіцца ў руху, увесь час змяняецца. Калькіраваннем беларускага фразеалагізма перакладчыца, як і аўтар, падкрэсліла, што героі версэта – два браты – гэта часткі адной стыхіі, нягледзячы на ўсе перамены, якія з імі адбываюцца. Адпаведны нямецкі фразеалагізм прагучаў бы ў гэтым кантэксце безумоўным дысанансам.

Двойчы перакладчыца адмаўляецца і ад літаральнага перакладу лексем. Так, дзеяслоў *зрадніліся* ў другой страфе перакладзены як *hatten sich gewöhnt*. Гэта не сінонім беларускага дзеяслова, тым не менш, працэс *звыкнуцца* – перадумова працэса *зрадніцца*, і таму ў гэтым выпадку можна канстатаваць адэкватную лексічную замену. У апошняй страфе важнае значэнне мае слова *спакой*, якое перакладзена на нямецкую мову назоўнікам *Stille*, а не больш дакладным *Ruhe*. У пэўным сэнсе перакладчыца тут звузіла семантыку слова, бо *Ruhe* – паняцце з больш шырокім семантычным дыяпазнам, яно мае дачыненне не толькі да наваколля, але і да ўнутранага свету лірычнага героя. Аднак тут трэба ўлічваць, што ў паэзіі А. Разанава вельмі важную ролю іграе гукапіс – і, відаць, менавіта гэтым кіравалася перакладчыца. Для перадачы адчування цішыні больш надаецца слова з двума глухімі гукамі, чым тое, якое пачынаецца з раскацістага [р].

У трэцяй страфе перакладчыца ўжывае пры дзеяслове *abstürzen*, якім яна пераклала *разбіўся*, дадатковае слова *tödlich*, што неабходна для перадачы беларускай лексемы з захаваннем яе семантыкі.

Трэба памятаць, што пераклад лірыкі – гэта працэс, які ўяўляе сабою хутчэй стварэнне новага верша з аналагічным зместам на іншай мове. І для таго, каб ён па сваіх літаратурных якасцях набліжаўся да арыгінала, трэба вельмі тонка адчуваць слова, як сваё, так і чужое. Пераклады Эльке Эрб сведчаць пра тое, што такое адчуванне ў перакладчыцы ёсць.

ТИПЫ ПРАГМАТИЧЕСКОЙ АДАПТАЦИИ ПЕРЕВОДА

Под прагматикой текста следует понимать его коммуникативный эффект, т.е. воздействие текста на рецептора или реакция рецептора на содержание текста.

В переводческой практике наиболее часто используются *четыре вида прагматической адаптации*.

Первый вид прагматической адаптации имеет целью обеспечить адекватное понимание сообщения рецепторами перевода. Ориентируясь на «усредненного» рецептора, переводчик учитывает, что сообщение, вполне понятное читателям оригинала, может быть не понятным читателям перевода, вследствие отсутствия у них необходимых фоновых знаний. В таких случаях переводчик чаще всего вводит в текст перевода дополнительную информацию, восполняя отсутствующие знания. Иногда это требует значительных добавлений. Особенно часто это происходит в связи с использованием в оригинале имен собственных, географических названий и наименований разного рода культурно-бытовых реалий.

Второй вид прагматической адаптации имеет целью добиться правильного восприятия содержания оригинала, донести до рецептора перевода эмоциональное воздействие исходного текста. Необходимость такой адаптации возникает потому, что в каждом языке существуют названия каких-то объектов и ситуаций, с которыми у представителей данного языкового коллектива связаны особые ассоциации. Если подобные ассоциации не передаются или искажаются в переводе, то прагматические потенциалы текстов перевода и оригинала не совпадают даже при эквивалентном воспроизведении содержания. Стремление добиться желаемого прагматического отношения к тексту перевода у его рецепторов и делает необходимой соответствующую адаптацию (Комиссаров, 1999).

Третий вид прагматической адаптации – переводчик ориентируется не на усредненного, а на конкретного рецептора и на конкретную ситуацию общения, стремясь обеспечить желаемое воздействие. Поэтому подобная адаптация обычно связана со значительным отклонением от исходного сообщения.

1. В конкретной ситуации переводчик находит целесообразным передать не сказанное, а подразумеваемое. 2. Переводчик решает, что для достижения желаемого воздействия на данного рецептора необходимы иные средства, нежели те, которые использованы в оригинале. 3. Прагматическая адаптация этого типа нередко встречается при переводе названий литературных произведений, кинофильмов, телевизионных передач с целью сделать такие названия привычными и естественными.

Четвертый вид прагматической адаптации – решение «экстрапереводческой сверхзадачи». Всякий перевод – это текст, создаваемый перевод-

чиком для достижения определенной цели. В большинстве случаев эта цель заключается в обеспечении адекватности перевода.

Таким образом, в конкретной ситуации переводчик выбирает тот или иной прагматический подход к своей деятельности.

И. Власихина

СИНХРОННЫЙ ПЕРЕВОД НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ В СФЕРЕ АТОМНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ

Рассмотрим особенности синхронного перевода в контексте указанной ситуации на примере выступления Виталия Чуркина, постоянного представителя России при ООН на 64-й сессии Генеральной Ассамблеи ООН на тему ядерной и энергетической безопасности в мире.

Такой доклад имеет определенную структуру (вступление – основная часть – заключение), что облегчает его перевод. В тексте также присутствует много клише (*значительный вклад – important contribution; глобальная инициатива – global initiative, позвольте выразить признательность господину Эль Фарадю за работу, проделанную за двенадцать лет на посту генерального директора МАГАТЭ – Let me express our appreciation to Mr. Al Faraday for his working over twelve years as agency's secretary general*) и терминов (*обогащенный уран – enriched uranium*), знакомых опытным переводчикам. Однако существенную трудность представляет темп речи оратора. Он читает ее с листа, произнося в среднем 80 слов в минуту. Иногда он сокращает слова (*техсотрудничество, генсек*) и спонтанно вводит аббревиатуры (*ЯТЦ – ядерный топливный цикл, ВОУ-топливо – высокообогащенное урановое топливо*), увеличивая тем самым темп речи и усложняя задачу переводчика, перед которым встает ряд психофизиологических и лингвистических трудностей. Прежде всего, на него всегда действуют стрессообразующие факторы (заданность темпа речи извне, острый дефицит времени). Кроме того, существуют трудности, связанные с распределением внимания: переводчик не удерживает в памяти переведенные фрагменты. Однако в данном случае он должен успевать полностью переводить сокращения, мгновенно идентифицировать аббревиатуры и вспомнить соответствия на английском языке. Помимо этого, оратор, используя сложные предложения, часто вставляет придаточную часть внутрь главной (*в Россию вывезено... свыше четырехсот семидесяти килограмм сырого и четыреста пятнадцать, в пересчете по урану, облученного ВОУ-топлива*). На лексическом уровне восприятие речи усложняется употреблением нескольких существительных подряд (*в этом году Россия впервые примет миссию агентства по оценке деятельности органов регулирования безопасности при использовании атомной энергии*). Помимо этого оратор часто использует конструкцию «причастие + существительное», свойственную русскому языку, но не английскому (*подтверждена привязанность*). Из-за этого пере-

водчик вынужден прибегать к страдательному залогу, меняя на ходу структуру предложения (*loyalty is confirmed*). В данной ситуации переводчик может прибегнуть к таким приемам, как генерализация, перефразирование, компрессия (*объекты, поставленные под гарантии – objects under guarantee*). При этом основное внимание следует уделять изучению клише и терминологии.

О. Воронова

УЧЕТ ПРАГМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ТЕКСТА ПРИ ПЕРЕВОДЕ ПЕСЕН

(из опыта перевода песен музыкальной группы “Queen”)

Перевод песен предполагает несколько этапов. Рассмотрим этот процесс на примере песни «Too much love will kill you» (Brian May, Frank Musker, Elizabeth Lamers). Прежде всего, мы переводим каждый куплет и припев как абзац обычного текста с целью передачи основного смысла.

<i>Too much love will kill you</i>	<i>Слишком много любви убьет тебя,</i>
<i>If you can't make up your mind</i>	<i>Если ты не можешь определиться,</i>
<i>Torn between the lover</i>	<i>Разрываясь между любовником</i>
<i>And the love you leave behind.</i>	<i>И любовью, которую ты оставляешь позади.</i>

Далее нам необходимо учесть подтекст, который передается в отдельных фразах, например, *Too much love will kill you*, дословный перевод которой звучит так: *Слишком много любви убьет тебя (вас)*. В начале каждого припева этот текст является утверждением, которое нужно доказать, а затем становится выводом. В начале и в конце припева эта фраза несет разные смысловые оттенки. В этой связи, нам необходимо проанализировать весь текст припева, чтобы их передать верно.

Выражение *Слишком много любви* не очень свойственно русскому языку. Мы понимаем, что, используя его, автор хотел преувеличить, показать глобальность, масштабность своих переживаний, поэтому нужно использовать другие средства преувеличения, например, придать эмоциональную окраску последующему тексту, хотя он и не имел ее в оригинале, например: *мука, погибаешь*. Таким образом, предлагаем несколько переводов одной и той же фразы в зависимости от контекста: *Любя всех, ты погибаешь; Если любишь – это мука; Умирает тот, кто любит*.

С целью создания стихотворного варианта перевода, мы фиксируем ритмическую структуру каждой строки: *If you 'can't make 'up your 'mind*. Далее мы определяем, каким образом рифмуются строки:

<i>Too much love will kill you</i>
<i>If you can't make up your mind</i>
<i>Torn between the lover</i>
<i>And the love you leave behind.</i>

Наконец, мы пишем стихотворный текст каждого куплета и припева по отдельности. Иногда приходится жертвовать точностью перевода для того, чтобы передать смысл песни. На последнем этапе мы анализируем, есть ли смысловая связь между куплетом и припевом и соответствуют ли выбранные варианты перевода стилю и эмоциональной окраске текста оригинала.

Ю. Глинский

НАУЧНЫЙ ВКЛАД Г.В. ЧЕРНОВА В СИНХРОННЫЙ ПЕРЕВОД

Г.В. Чернов известен переводческому сообществу как лингвист, доктор филологических наук, профессор, применивший теорию «вероятностного прогнозирования» к синхронному переводу, автор монографий и словарей, переводчик ООН, один из основателей известных Курсов переводчиков ООН, Высших курсов переводчиков, Московской международной школы переводчиков, преподаватель, воспитавший не одно поколение советских и российских синхронистов.

Известны монографии Г.В. Чернова «Теория и практика синхронного перевода», «Основы синхронного перевода», докторская диссертация, несколько изданий карманного англо-русского и русско-английского словарей, словарь «Американа», бесчисленные статьи в научных журналах.

В 1976 г. Г.В. Черновым было получено авторское свидетельство на изобретение прибора для анализа речевого сигнала при синхронном переводе. Суть действия прибора состояла в том, что на двухканальный магнитофон записывалась речь оратора, синхронизированная с параллельным синхронным переводом, и затем проводился акустический анализ речи. Этот анализ позволил установить, что синхронист говорит одновременно с оратором в течение 70 % времени, пусть даже не синхронно, а синфазно.

В середине 70-х гг. Г.В. Чернов ставит уникальный по тем временам эксперимент для доказательства действенности своей модели вероятностного прогнозирования как основного механизма синхронного перевода. В результате эксперимента выяснилось, что сила вероятностного прогнозирования настолько велика, что подавляющему большинству переводчиков не удалось преодолеть ложные подсказки, заложенные в контрольных фразах. Сегодня метод «контрольных фраз» (planted items) широко используется лингвистами, но тогда он был применен впервые в истории исследований синхронного перевода.

Чем бы Г.В. Чернов ни занимался, он никогда не боялся конкуренции со стороны коллег, с удовольствием делился своим опытом и знаниями, помогал переводчикам в самых разных ситуациях, щедро делился своими научными идеями с аспирантами.

Важно подчеркнуть, что Г.В. Чернов сделал множество научных открытий в лингвистике и в синхронном переводе стал не просто блестящим

переводчиком-синхронистом, но и человеком, изменившим взгляды многих на профессиональный труд переводчика. Г.В. Чернов трудолюбивый, целеустремленный человек, интересующийся самыми мельчайшими деталями перевода, через изучение культуры различных народов. Личность Г.В. Чернова стала для всех переводчиков образцом настоящего профессионала своего дела.

К. Гулевский

НЕОБХОДИМОСТЬ УЧЕТА КОММУНИКАТИВНОЙ СИТУАЦИИ И СЕМАНТИКО-СМЫСЛОВОЙ СТРУКТУРЫ СООБЩЕНИЯ ПРИ СИНХРОННОМ ПЕРЕВОДЕ

Механизм вероятностного прогнозирования требует учета коммуникативной ситуации и семантико-смысловой структуры сообщения, которые находятся в тесной взаимосвязи при осуществлении синхронного перевода.

Понятие *коммуникативной ситуации* синхронного перевода включает в себя совокупность экстралингвистических факторов, оказывающих влияние на процесс синхронного перевода. К данным факторам относятся: форум (информация о происходящей конференции, встрече или собрании), тема сообщения, или «тематические реалии» (Г.В. Чернов), событийные рамки сообщения (события, связанные с проведением форума), временные рамки сообщения, аудитория, оратор, а также цель и мотив сообщения.

Указанные факторы тесно связаны между собой. Владение информацией о них создает основу для механизма вероятностного прогнозирования на уровне смысла. Под *семантико-смысловой структурой* сообщения подразумевается такая его структура, на уровне которой воспринимается значение и смысл содержащихся в нем понятий. Семантико-смысловая структура сообщения включает в себя следующие компоненты: предметно-пропозитивный (мысленная картина, состоящая из предмета мысли и пропозиции), дейктический (составляющая, упорядочивающая предметно-препозитивную структуру во времени и пространстве), модально-фактический (составляющая, изображающая событие как состоявшийся факт, либо как событие, которое произойдет в будущем), оценочный (составляющая, проявляющаяся в субъективной оценке действия) и прагматический (составляющая, указывающая в данной ситуации на взаимоотношение говорящего и слушающего). Данные компоненты также тесно связаны между собой.

Как факторы коммуникативной ситуации, так и семантико-смысловая структура сообщения формируют его общую картину. Первичный анализ данной картины позволяет, исходя из имеющейся информации, делать смысловые выборы и, соответственно, составляет основу вероятностного прогнозирования как важнейшего механизма осуществления синхронного перевода.

ЛИНГВОСТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НОВОСТНЫХ СООБЩЕНИЙ ВВС

Информационные сообщения несут двойную функциональную нагрузку: информирование и воздействие на читателя. Публицистический стиль характеризуется эмоциональностью, оценочностью, призывностью, поэтому в нем широко используются фразеологизмы и слова с богатым коннотативным шлейфом. Однако главными принципами Корпорации ВВС являются «объективность и непредвзятость в подаче информации». Журналисты не имеют права давать оценок или выражать свое мнение об освещаемых проблемах. Их цель – представить читателю как можно более точную, подробную картину событий. Это следующим образом отражается в текстах статей, посвященных войне России и Грузии в 2008 г.

1. **Лексическое наполнение.** В текстах преобладают слова, относящиеся к семантическим полям «Война, военное дело»: (*войско, военная база, troops, military base*), «Дипломатия и международные отношения» (*мировое сообщество, мирные переговоры, world community, peaceful talks*). Часто встречаются имена собственные. Функция таких единиц – создать реальную картину событий, поэтому они используются в прямом значении, максимально нейтральны (не содержат дополнительных коннотаций).

2. **Оценочные слова.** Важно не вносить никакой оценочной нагрузки в текст, стараясь использовать нейтральные слова без оценочных коннотаций. Слова, имеющие оценочные коннотации могут появиться в текстах лишь как цитата.

3. **Введение цитат.** В оригинальных статьях цитаты вводятся преимущественно при помощи глагола *to say*, реже встречается глагол *to claim*. В переводе чаще всего встречаются такие варианты, как *сказал, заявил, сообщил, по словам...* Таким образом, цитаты вводятся нейтрально, без каких-либо оценок.

4. **Объективность.** Цель службы ВВС – избегать одностороннего освещения событий. Поэтому часто в статьях можно встретить сложносочиненные или идущие подряд простые предложения, в которых дается позиция каждой из сторон.

5. **Надежность.** В текстах часто можно найти указание на возможную неточность данной информации: *There was no independent confirmation of, In the absence of independent verification, получить независимое подтверждение не представляется возможным, эти утверждения пока не удалось ни подтвердить, ни опровергнуть из независимых источников.*

Таким образом, объективность и непредвзятость в подаче информации достигается при помощи использования нейтральной лексики, употребления слов в прямом значении, использования эмоционально окрашенных слов лишь в качестве цитат. Фразеологизмы, метафоры и другие художественных средства используются крайне редко, за счет чего стиль текста сохраняется сдержанным, «сухим» и максимально точным.

А. Делендик

ТЕРМИНЫ И РЕАЛИИ В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ
(на основе анализа структурно-лингвистических характеристик
раздела «Бизнес и финансы» газеты «Таймс»)

Целью нашего исследования является анализ лингвистических особенностей раздела «Бизнес и финансы» газеты «Таймс» и особенностей перевода материалов раздела с английского языка на русский.

Многие английские термины, даже сложные и многокомпонентные, зафиксированы в двуязычных словарях и имеют постоянные эквиваленты в русском языке. Такие термины практически не представляют собой сложностей при переводе, например: *gross national product (GNP)* – *совокупный (валовой) общественный продукт*. Описательный перевод позволяет передать на русском языке понятие, выраженное безэквивалентным термином, например: *money market* – *краткосрочные займы между банками*. Переводческая практика показывает, что наиболее применимыми для перевода терминов на лексическом уровне оказываются соответствия-эквиваленты, заимствования посредством транскрипции и транслитерации, калькирование, лексические замены (генерализация, конкретизация).

Хотя базовым признаком термина является его однозначность, без глубокого анализа контекста порой тяжело добиться адекватности перевода. Зачастую анализ контекста позволяет выявить так называемых «ложных друзей» переводчика, избежав, таким образом, ошибок в переводе.

Таким образом, владение базовыми теоретическими знаниями в области терминоведения и теории перевода, а также наличие необходимых фоновых знаний по тематике перевода поможет переводчикам более осознанно подходить к выполнению заданий по переводу, а также подготовит их к будущей профессиональной деятельности, требующей умений и навыков понимания особенностей и перевода англоязычной специальной терминологии.

Д. Домнич

ОСОБЕННОСТИ ТОПОНИМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ США
И ИХ УЧЕТ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ГЕОГРАФИЧЕСКИХ НАЗВАНИЙ

Прикладным аспектом топонимики является передача географических названий транскрипцией или транслитерацией для нормирования форм написания и произношения топонимов, их унификации и стандартизации.

Топонимическая лексика имеет ряд характерных отличий от общей лексики, включая: вторичность ономастических номинаций; индивидуальность каждого акта номинации; особо тесную связь имени с именуемым объектом; отсутствие непосредственной связи имени с понятием; отсутствие

связи смысловых компонентов имени со смысловой линией текста, в котором она употребляется; повышенную связь имени с культурно-историческим фоном, на котором оно возникло.

Одним из свойств топонимов является их неоднородность. В США можно заметить самый большой процент географических названий на разных языках: *La Grange* (фр.) в штате Кентукки, *Gott* (нем.) в штате Мэн, *Catskill Mountains* (голл.) в штате Нью-Йорк, *Cabazon* в штате Калифорния, *Milwaukee* (индейс.) штат Висконсин.

Наиболее полным и точным подходом к классификации топонимов является выделение следующих лексико-семантических особенностей американских географических названий, предложенное американским исследователем Р.Л. Рамсеем (R.L. Ramsey): 1) заимствованные названия, куда входят названия, перенесенные из других стран (*New Madrid, Moscow*) и местные переносы названий (от *Cedar Creek* → *Cedar Prairie, Cedar Church* и т.д.); 2) названия, связанные с историей как всего государства, так и отдельно взятого штата. К ним относятся: а) названия, связанные с жизнью индейских племен (*Missouri*); б) французские, испанские и прочие иноязычные названия, отражающие деятельность колонизаторов Америки (*St. Louis*); в) названия, связанные с борьбой за независимость американских колоний (*Bunker Hill, McDonald*); г) названия, связанные с мексиканской войной и захватом Калифорнии (*Vera Cruz*); 3) названия, происходящие от имен собственных (*Fulton, Elizabeth*); 4) названия, связанные с физико-географическими характеристиками штата (*Pineville, Bee Creek*); 5) субъективные названия, т.е. названия, по своему происхождению связанные с литературой, рекламой, различными лозунгами, эмблемами, религией и т.п. (*Concord, Eureka, Sodom, Avalon*).

Передача американских топонимов с английского языка на русский язык может представлять определенные трудности. В большинстве случаев у географических названий есть устойчивые эквиваленты, которые можно найти в словарях, справочниках и географических пособиях. В тех случаях, когда названия не имеют русских эквивалентов, устоявшихся во времени, предпочтительным вариантом передачи топонима остается транскрипция. Однако иногда контекст требует дополнительных пояснений, которые позволяют избежать недопонимания у русскоязычной аудитории. Для адекватного восприятия географического названия часто даются пояснения в примечаниях переводчика.

М. Дрозд

ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Поскольку в русском языке отсутствуют некоторые из присущих научным экономическим текстам грамматических явлений, а именно: герундий, инфинитивные и причастные комплексы, абсолютная номинативная конст-

рукция, артикль, и лишь частично совпадают формы пассивных конструкций, категория числа, а также наблюдаются различия в выражении модальности, то при их переводе приходится прибегать к грамматическим трансформациям:

Вид грамматической трансформации	Пример
Изменение структуры предложения	The reserve requirement is assumed to be 10 %. – Предполагается, что резервные требования составляют 10 %.
Изменение порядка слов	The U.S. Treasury has previously performed this function. – Прежде эту функцию выполняло Министерство финансов.
Замена частей речи и членов предложения:	The appendix to this chapter considers the relation between bond prices and interest rates in some detail . – Подробно связь между курсом облигаций и процентной ставкой будет рассмотрена в приложении к этой главе.
Существительного	
Прилагательного	
Наречия	Searching for a job is expensive in terms of time and money. – Поиск работы требует затрат как времени, так и денег.
Наречия	An individual who is currently unemployed and is actively looking for work is counted as unemployed. – Человек, который на текущий момент не трудоустроен и ищет работу, считается безработным.
Добавление слов (лексико-грамматическая трансформация)	But other non-member countries have also prospered over the same period. – Но и другие страны, не входящие в состав ЕЭС , также успешно развивались в этот период.
Опущение слов (лексико-грамматическая трансформация)	Our purpose in this chapter is to see how business firms are organized and financed, and to try to understand why this occurs in the way it does . – Цель данной главы состоит в том, чтобы рассмотреть как устроены и как финансируются коммерческие фирмы, а также попытаться понять, почему это происходит именно так.

М. Ермолович

БРИТАНСКИЕ РЕАЛИИ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

Переводоведение как наука по мере своего развития включает в сферу своего внимания все большее количество проблем и спорных положений.

Одной из наиболее актуальных проблем в переводоведении являются языковые реалии и способы их перевода.

Реалии, относясь к несовпадающим элементам языка и обозначая понятия, свойственные определенным культурам и отсутствующие в других культурах, всегда представляют в процессе перевода особую сложность, что обеспечивает интерес к данной проблеме.

Реалия – предмет, вещь, материально существующая или существовавшая. Согласно словарным определениям, реалии – это «предметы материальной культуры». В лингвистике и переводоведении реалиями называют слова и выражения, обозначающие эти предметы, а также устойчивые выражения, содержащие в себе такие слова.

Отличительными чертами реалии являются характер ее содержания (связь обозначаемого предмета с определенной страной, народностью, социальной общностью) и принадлежность ее к определенному периоду времени. На основе этих признаков исследователями были предложены предметная, временная и местная классификация реалий.

Прежде чем приступить непосредственно к переводу, необходимо осмыслить незнакомую реалию в подлиннике, т.е. место, занимаемое ею в контексте, – как она подана автором и какими средствами он пользуется, чтобы довести до сознания читателя ее семантическое и коннотативное содержание.

Возможности передачи реалий, фактически встречающиеся в процессе перевода, сводятся к четырем основным случаям: транслитерация или транскрипция (рус. *пельмени* и англ. *pelmens*), создание нового (или сложного) слова на основе уже существующих в языке элементов (*небоскреб*, образованное от англ. *skyscraper*), уподобляющий перевод, уточняемый в условиях контекста (*Извините, но мы не можем подать Вам ни консоме, ни профитроли, ни фльоранси. У нас нет итальянской кухни – I'm sorry, but we don't have the dishes you have ordered*) и гипонимический перевод (замена видового понятия на родовое) (*...he took up his quarters in the inn*, что в переведено на русский язык как *...незнакомец поселился в трактире*).

Таким образом, решение вопроса о выборе определенного приема а при переводе реалии будет напрямую зависеть от задачи, которая стоит перед переводчиком: сохранить колорит языковой единицы с возможным ущербом для семантики или передать значение – неологизма, утратив при этом колорит. Кроме того, переводчик выбирает тот или иной прием, полагаясь на свое переводческое чутье, опираясь на полученные знания и накопленный в процессе работы опыт. Таким образом, окончательное слово, независимо от теоретических исследований, в большинстве случаев остается за переводчиком-практиком.

Е. Жаворонкова

СПЕЦИФИКА ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ЮРИДИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

В последние десятилетия резко возрос интерес лингвистов и специалистов различных отраслей науки и техники к проблемам частно-отраслевых терминосистем, что объясняется возрастающим потоком научной и технической информации, процессами интеграции, стыковки наук, усилением процессов терминовтвораства. Последний фактор особенно важен для терминологии сферы экономики и юриспруденции в связи с усилением процесса глобализации, созданием общих рынков и зон свободной торговли, принятием в последнее время большого количества новых законов. Терминологическая лексика призвана обеспечивать взаимопонимание между специалистами сходных сфер и родственных дисциплин.

Все компоненты терминологической системы должны отвечать определенным требованиям.

Это, во-первых, *однозначность* терминов. Термины должны обеспечивать четкое указание на реальные объекты и явления, устанавливать однозначное понимание специалистами передаваемой информации.

Во-вторых, высокая *точность* термина, т.е. степень отражения существенных признаков понятия на определенном уровне развития определенной области человеческого знания. Точность зависит от того, насколько термин фиксирует существенные признаки понятия.

В-третьих, высокая *системность* соотношения с теми научными понятиями, для номинации и дефиниции которых они служат. Системность терминов достигается их классификацией при установлении определенных соответствий между предметно-логическими отношениями, существующими в понятийной системе науки, и способами языкового выражения.

В-четвертых, термины отличаются от других разрядов слов своей большой *информационной насыщенностью*. В термине дано наиболее точное, концентрированное и экономное определение понятия. В лингвистической литературе отмечается, что термины также должны обладать *нейтральностью*, т.е. эмоциональностью, экспрессивностью и модальностью в словах-терминах должны быть сведены к минимуму, однако относительно этого среди исследователей нет единого мнения.

Юридические термины с национально-правовым компонентом отличаются от других юридических терминов маркированностью в национальном плане содержания термина. В таком маркированном значении термин с национально-правовым компонентом употребляется только в рамках определенной национальной терминологической системы; в нем содержится дополнительная информация о национально-правовой системе определенного государства.

Изучение вариантности юридических терминов и иных лексических единиц языка права, которые обозначают правовые реалии национальных правовых систем, позволяет эффективнее осуществлять перевод этих терминов и повышать результативность международной коммуникации в сфере юриспруденции.

К. Забаровская

ПЕРЕВОД ОБРАЗНОЙ ЛЕКСИКИ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА
НА РУССКИЙ НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕВОДА ПРОИЗВЕДЕНИЯ
ДУГЛАСА АДАМСА “THE HITCHHIKER’S GUIDE TO THE GALAXY”

Проблема перевода образной лексики непосредственно связана с передачей образности единиц в языке оригинала средствами языка перевода. *Образность* – это компонент лексического значения слова, актуализиру-

ющий чувственные ассоциации, связанные с определенным словом, а через него и с конкретным предметом, явлением, называемым данным словом. Эти ассоциации могут быть зрительными, звуковыми или связанными со словообразовательной мотивированностью слова. На практике образность зачастую обусловлена присутствием в слове ярко выраженной одной или нескольких коннотаций (эмоциональной, оценочной либо интенсивно-экстенсивной). В связи с этим мы разграничиваем понятия стилистической образности, выраженной в речи метафорами, сравнениями и эпитетами, и лексической, которая присутствует в слове изначально, вне контекста.

В данной работе рассматривается понятие лексической образности, практическая классификация образной лексики, особенности переводческих стратегий и трансформаций, связанных с ее переводом.

Основной задачей перевода образной лексики является сохранение ее эмоционального воздействия. Переводчику необходимо донести до читателя те эмоции, чувства и образы, которые пытался выразить в словах автор и которые наверняка заметили бы носители языка при чтении произведения. Асимметрия языков и всех их элементов делает данную творческую задачу весьма сложной. В процессе перевода образной лексики неизбежны потери и добавления, и переводчику приходится прибегать к заменам и перестройкам для сохранения художественного потенциала оригинала. Основным методом перевода в данной работе было использование двухэтапной переводческой модели Н.К. Гарбовского, основанной на построении синонимических парадигм.

Несмотря на сложность поставленной задачи и неизбежные потери, переводчик вынужден отказаться от методов генерализации и нейтрализации в переводе с целью сохранения эстетической функции текста.

Е. Заводник

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В ЯЗЫКЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ

Англоязычные заимствования проникали в русский язык на протяжении многих лет. В разные исторические периоды наблюдаются разные языки-доноры. В допетровские времена это латинский, греческий, тюркский, скандинавский и финский языки. Позднее – это французский, английский, немецкий, польский, голландский, итальянский, испанский. Тенденция заметно усилилась в конце XX – начале XXI в. в связи с развитием социально-экономических и культурных отношений между народами и странами. Особую популярность использование англицизмов получило в языке СМИ, которые оперативно комментируют важнейшие события в мире. Английские заимствования в газетно-публицистических текстах можно сгруппировать по предметно-семантическому признаку следующим образом. Это слова, относящиеся к сферам политического дискурса:

- номенклатурные наименования лиц (чиновников) (*президент, премьер, спикер*), ведомств, органов и т.п. (*парламент*), территорий (*регион*);
- терминология электоральных и смежных технологий (*баллотироваться, лоббисты*);
- наименования политических партий, движений, течений и их членов (*плюралисты*);
- политический жаргон (*кланово-олигархическая система, мандат, олигарх*);
- собственно термины (*легитимный, федеральный*);
- правовой жаргон (*грин-кард, прайвэси*);
- экономические термины (*бизнес, брэнд, ваучер, дефолт*);
- религиозные термины (*вахи, талибы*);
- этнографические термины (*тейп, туркмен-баши*);
- технические термины (*Интернет*);
- философские, культурологические, социологические, лингвистические и психологические термины (*истеблишмент, менталитет, психфактор, популизм*).

По степени ассимиляции английские заимствования также неоднородны. Можно провести следующее таксономическое различие новых английских заимствований по степени ассимиляции:

- 1) англицизмы, грамматически оформленные средствами русского языка (*киллер*);
- 2) англицизмы с ограниченной областью употребления, семантически недостаточно освоенные (*бренд, медиахолдинг, пресс-релиз, стичрайтер*);
- 3) англицизмы, имеющие специализированный характер (*онлайн, секьюрити*);
- 4) сохранившие исходную синтаксическую форму английские выражения, нередко предстающие в виде полужаковок (*фьючерсная сделка, дисконтная карточка, реалити-шоу*);
- 5) англицизмы в английской или полуанглийской графике, свидетельствующей о начальном этапе их проникновения в речевой обиход (*PR-сервис, type-in трафик, ID*).

На основе проведенного исследования мы пришли к следующим выводам. Современное языкознание является продуктом познавательной деятельности, которая осуществлялась усилиями представителей многих этнических культур; в связи с прогрессивным развитием языкознания как науки в начале XX в. стали функционировать слова и словосочетания иноязычного, а именно английского, происхождения; круг новых понятий и явлений, имеющих русское происхождение, ограничен. Поэтому более простым и эффективным считается заимствование уже существующей номинации вместе с заимствуемым понятием и предметом; так как передовые технологии сконцентрированы на Западе, а английский язык является международным, следовательно, русский словарный запас пополняется за счет англо-американизмов.

КОНТЕКСТУАЛЬНАЯ СИНОНИМИЯ В НЕМЕЦКОМ ЭКОНОМИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

Как показывает практика, передача слов, вступающих в определенном контексте в отношения синонимии, представляет собой нелегкую задачу для переводчика. Контекстуальные синонимы – это авторские новации, несущие большой заряд экспрессивно-стилистической информации. Семантика контекстуального синонима имеет сложную имплицативно организованную структуру, которая является единством его денотативного, мотивационного, коннотативного и прагматического значений, реализованных в контексте. Именно окказиональное, необычное употребление слова и причины, побуждающие к этому автора оригинала, должны обязательно учитываться переводчиком.

В следующих высказываниях можно наблюдать пример контекстуальной синонимии: *Wie wird diese **Riesensumme** wirken? – Wird der **Milliarden-Regen** so wirken, wie US-Präsident Barack Obama versprochen hat?* В целях достижения адекватного перевода в первом случае необходимо прибегнуть к такому переводческому приему как лексическая трансформация, так как в родном языке нет прямых словарных соответствий для лексических единиц исходного текста. Исходя из этого, существительное *Riesensumme* было переведено словосочетанием *колоссальное количество денег*. Для передачи второго синонима, который не имеет непосредственного эквивалента в русском языке, использовался метод калькирования, т.е. слово было переведено по частям с последующим соединением переведенных частей. Поэтому языковая формула *Milliarden-Regen* звучит в языке получателя как *миллиардный дождь*. Использование приема калькирования позволяет переводчику учесть метафорическое употребление немецкой лексики *Regen* и передать тем самым экспрессивно-стилистическую нагрузку броской единицы.

Для адекватной передачи смысла контекстуальных синонимов переводчик должен учитывать специфику оригинала, а также знания и восприятие получателей информации. Главная цель при передаче таких синонимов заключается в воспроизведении того коммуникативного эффекта, который намеревался достичь составитель оригинального текста. А для этого переводчику необходимо тщательно исследовать исходное сообщение и постараться уловить и донести до адресата ту прагматическую функцию, которая была первоначально заложена в оригинал.

Е. Карачун

РОЛЬ СЛОВАРНО-ПОИСКОВОГО ФАКТОРА В ПРОЦЕССЕ ПЕРЕВОДА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Одной из проблем, представляющей отдельный интерес для лингвистов, является роль словарно-поискового фактора в процессе перевода. Большинство специалистов сходятся во мнении, что словари являются неотъемлемым помощником переводчика в процессе передачи текста с одного языка на другой, источником необходимой информации, способствуют наиболее полному и точному осмыслению текста оригинала и, следовательно, достижению адекватности перевода.

В своем исследовании мы продолжили развитие этой мысли путем сопоставительного анализа английских и русских текстов юридической тематики для выяснения роли лексикографических аспектов перевода. Источником послужили английские варианты резолюций и их русские переводы, выполненные профессиональными переводчиками и взятые с официального сайта ООН [1].

Выбор материала обусловлен тем фактом, что перевод юридических текстов является одним из самых трудных, поскольку переводчик сталкивается с рядом трудностей, к примеру, терминологические лакуны (отсутствие терминов), несоответствие конвенций исходного текста конвенциям текста перевода в силу культурных особенностей, отсутствие в языке перевода прямых эквивалентов языковым конструкциям исходного языка. В связи с этим в задачу переводчика входит нахождение конструкций в языке перевода, имеющих функции, аналогичные функциям конструкций исходного языка. Именно поэтому, по нашему мнению, анализ данных текстов позволит нам наиболее точно определить роль словарей в процессе перевода.

Принимая во внимание результаты проведенного исследования, можно сделать вывод, что словари играют важную роль в процессе перевода, так как их использование на протяжении всей переводческой деятельности помогает ориентироваться в информации, смысловой структуре текста, способствует критическому пониманию текста оригинала, является источником необходимой информации. Все это, наряду с учетом анализа микро- и макроконтекста, различных приемов и применением фоновых знаний, определяет наибольшую переводческую эквивалентность текста и наилучшее его восприятие.

ЛИТЕРАТУРА

1. Организация Объединенных Наций [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа : <http://www.un.org/russian/document/gadocs/gares.htm>. – Дата доступа : 10.03.2010.

Е. Касперович

СПЕЦИФИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ И ПРОБЛЕМА ПЕРЕДАЧИ ИХ ПРИ ПЕРЕВОДЕ

Основной задачей рекламы является воздействие на вероятного покупателя за счет обращения к его психологии, учитывая при этом самые разнообразные моменты. Основным принципом рекламы является информативность и оригинальность презентации. Поэтому в наше время в рекламе стали все чаще употребляться неологизмы.

Уже давно не возмущают немцев латинские слова *Fenster, circa*, греческие *Katastrophe, Analyse* или французские *Premiere, Dessert*. Из английского языка в немецкий язык вошли многочисленные синонимы и новые понятия с их обозначениями, получившие названия англо-американизмов.

Чаще всего англо-американизмы употребляются в рекламе, чтобы пропагандировать чужой образ жизни и представить своим клиентам дух другого далекого мира. Речь идет о словах из различных сфер жизни: продукты питания и быта (*Snacks, Muffins, Donuts, Drops, Conditioner, Lotion*); техника и Интернет (*E-Mail, Online, Provider, mailen, zoomen, digital, downloaden*); спорт и досуг (*Cross, Freestyle, chillig, Feature, pur, Pay-TV, sensible, Fashion, shoppen, Dress, fit, Look, Top, checken*).

При переводе неологизмов обычно не возникает особых проблем. Они переводятся либо с помощью эквивалентного неологизма, имеющегося в языке перевода, либо транскрибируются, транслитерируются (*pager – пейджер, PR – пиар*), калькируются (*laser printer – лазерный принтер, voice recognition systems – системы распознавания голоса*), либо переводятся описательно.

Для многих практиков рекламной деятельности текст, в котором присутствуют неологизмы, часто пишется заново на языке страны потребителя с учетом его национальной специфики. В противном случае рекламный текст не окажет запланированного воздействия и вследствие этого будет обречен на неудачу.

И. Каташ

ОСОБЕННОСТИ АТРИБУТИВНЫХ СОЧЕТАНИЙ В АНГЛИЙСКИХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

Атрибутивные словосочетания – один из наиболее распространенных типов свободных словосочетаний в современном английском языке. Статистический анализ показывает, что на страницу печатного экономического текста приходится 18 атрибутивных словосочетаний. Подобные словосоче-

тания бывают двучленными и многочленными. Многочленные атрибутивные конструкции разнообразны по своему составу и по количеству входящих в них элементов: *5 economic English-language magazines are published in Dubai* (числительное, прилагательное, существительное в общем падеже, определяемое прилагательным); *the corporation's economic intervention committee* (существительное в притяжательном падеже, прилагательное, существительное в общем падеже).

Атрибутивные словосочетания часто распадаются на отдельные смысловые группы: *National Security Council's Washington Special Action Group*. Они могут иметь своеобразный морфологический характер: *a special temporary non-pensionable cost-of-living adjustment* (3 прилагательных и терминологическое словосочетание *cost-of-living*).

Из двучленных атрибутивных сочетаний некоторые превратились в термины (*take-home pay*) и могут состоять из: 1) двух существительных как в ед., так и во мн. числе (*the bank cooperation forum*); 2) двух существительных, связанных между собой предлогом *of*, союзом *and* или *than* (*meeting of heads of government*); 3) существительного и прилагательного (*a bilateral economic contract*); 4) числительного, которое определяет второй элемент определения, с которым оно тесно слито (*a 5-man meeting*); 5) предлога, образующего своего рода сочетание с последующим существительным (*after crisis activities*); 6) существительного и причастия прошедшего времени (*analysts proposed measures*); 7) прилагательного в сравнительной или превосходной степени (*lower-level production*).

Самый большой класс образуют словосочетания NprN, затем следует класс NN. В классе словосочетания NprN зафиксировано наибольшее количество элементов, его составляющих, поскольку словосочетания этого класса отличаются наибольшей вариативностью, информативностью.

Базовые структуры распространяются с помощью прилагательных, местоимений, числительных, первого и второго причастия и их различных комбинаций. Базовые и расширенные варианты структур различаются внутри каждого типа словосочетания своим удельным весом, причем их значимость для той или иной структуры различна.

А. Коготько

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОВ

(на материале текстов по современным направлениям моды)

При переводе современных терминов моды возникают сложности с передачей их смысла на другой язык. По этой причине многие термины очень часто заимствуются, их могут оставить непереуведенными либо транслитерировать, не поясняя смысл. В итоге при чтении статьи на тему современной моды человек, не знакомый с английским языком, может ее не понять.

Основываясь на текстах по современным направлениям моды, можно выделить наиболее часто употребляемые термины, которые не переводятся и могут быть непонятны читателю перевода.

Buyer обычно передается как *байер*. Следует пояснить, что речь идет о человеке, который контролирует закупку ассортимента. Ему нужно знать по меньшей мере английский и итальянский языки, свободно ориентироваться в брендах и тенденциях. Вариантом перевода, на наш взгляд, может стать *закупщик модной одежды*.

Guideline традиционно переводится как *гайд-лайн*. Это – каркас, смыслообразующий стержень показа, ключевой образ коллекции или ее лейтмотив. Более адекватный вариант перевода: *главная тематика коллекции*.

Last season в переводе звучит как *ласт сизон* (то, что было модно в прошлом сезоне). Вариант перевода: *коллекция прошлого сезона*.

Must-have переводится как *маст-хэв* (вещь, для которой модная индустрия не скупится на эпитеты *культовый, знаковый, правильный и актуальный*). Вариантами перевода могут быть *культовая вещь сезона, последний писк моды*.

Limited edition встречается в переводе как *лимитед эдишн* (лимитированные линии крупных брендов, как правило, либо социально-проблемные проекты, либо бесстыдно роскошные вещи, дорогостоящие в производстве). Данный термин следует переводить, как *ограниченная коллекция, лимитированная линия*.

Fake переводится словом *фейк* (подделка, выполненная тщательно и аккуратно, но из менее дорогих материалов). Между фейком и действительно дорогой вещью можно не найти никаких внешних отличий, но у поддельных туфель будет куда менее удобная колодка, поддельное платье будет сделано не из итальянского шелка, а корейского полиэстера. В русском языке этому термину соответствует вариант *реплика*.

Таким образом, используя выше указанные варианты перевода, тексты о моде можно сделать более понятными и доступными для читателя.

Н. Коношенко

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА СЛЕНГА В АМЕРИКАНСКИХ ТЕЛЕСЕРИАЛАХ (на примере сериала «Клиника»)

За последние годы в области сленга произошли существенные изменения: цензура в его отношении ослабла, и он стал свободнее употребляться в речи, книгах, фильмах, газетах и пр. Его перевод наиболее сложен и интересен, потому что помимо денотативного значения отдельная единица передает эмоции говорящего, коннотации, дополнительные смыслы, играя большую роль в создании эмоциональной атмосферы. Продемонстрируем специфику перевода данной лексики на материале отдельных высказываний из сериала «Клиника».

Как известно, главной задачей переводчика является сохранить денотат и сделать высказывание понятным для зрителя, даже если это предполагает замену сленгизма единицей литературной речи и влечет за собой потерю экспрессивности. Кроме того, необходимо сохранить стилистический уровень высказывания, ориентируясь на литературные нормы языка перевода. Так, единица грубого сленга *one-woman freak show* передана в более характерной для русской экспрессивно-образной лексики форме как *ходячее шоу уродов* с подбором функционального аналога для реалии американской культуры *freak show*.

Еще один аспект, который желательно соблюсти при переводе, это сохранить образ, стоящий за сленгизмом, и способ его образования. Некоторые единицы допускают калькирование (*take your blah-blah to the blah-blah-ologist – беги со своим «ля-ля-ля» к лялялогу*), другие требуют отхода от буквализма и замены образа тем, который будет более понятен в русскоязычном социокультурном пространстве: фраза *you've got to replace the captain of your brain ship* передана как *твоему центру управления полетами срочно нужен новый оператор*, так как у русского *корабль* нет вторичного переносного значения *человеческий мозг*.

Подводя итог, следует еще раз подчеркнуть оригинальность сленга для передачи дополнительных оттенков смысла, которые переводчик обязан в полной мере передать на язык перевода, для чего он должен обладать не только глубоким знанием иностранного и родного языков, но также творческим чутьем и умением уловить скрытую интенцию автора. Так как игнорируя разговорную лексику, заменяя ее элементами литературного стандарта, невозможно передать кинематографическое или литературное произведение на другой язык во всей его полноте и богатстве.

И. Корень

СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ МОДАЛЬНОСТИ В ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОМ СТИЛЕ В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

Модальность относится к проблемам современного языкознания, которые являются в силу их сложной природы еще недостаточно исследованными. Этим объясняется постоянный интерес лингвистов к модальности – к выяснению ее сущности как языковой категории, разграничению видов модальности и систематизации средств выражения.

Анализируя особенности проявления модальности в текстах газетно-публицистического стиля, необходимо учитывать его жанровую классификацию, согласно которой выделяют информационные, аналитические и художественно-публицистические жанры.

Анализ употребления модальных языковых средств в отдельных типах текстов информационного характера, а именно в новостной заметке (тип 1) и

интервью (тип 2), показал следующее процентное соотношение предложений с модальными компонентами и предложений модально не маркированных (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Тип текста	Предложения с модальными компонентами, %	Предложения модально не маркированные, %
1	52,3	47,7
2	71,0	29,0

Результаты анализа употребления отдельных модальных компонентов в обоих типах текстов представлены в табл. 2.

Т а б л и ц а 2

Модальные компоненты	Тип 1, %	Тип 2, %
Модальные глаголы	25,3	66,0
Модальные слова	3,3	18,2
Модальные частицы	6,7	15,8
Форма конъюнктива в функции косвенной речи (включая модальные глаголы)	64,7	–

Как свидетельствуют полученные результаты, наибольшим разнообразием средств выражения субъективно-модальных характеристик отличается текст интервью, где доминируют модальные слова, в частности, *tatsächlich, wohl, vielleicht, offenbar, klar*; модальная частица *ja*; модальные глаголы *können, müssen* практически во всех случаях в сочетании с инфинитивом смыслового глагола.

Сложность при переводе представляет не только текст интервью, в котором нужно правильно передать все средства с яркой эмоционально-оценочной окраской, но и текст заметки с имплицитным выражением субъективной модальности, которая не должна быть оставлена без внимания со стороны переводчика.

В. Коршук

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА НЕМЕЦКИХ БАНКОВСКИХ ТЕРМИНОВ С ЗАИМСТВОВАННЫМИ ЭЛЕМЕНТАМИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Банковская система формировалась как система интернациональная, что нашло свое отражение и в банковской терминологии, изобилующей заимствованиями: в немецкой банковской терминосистеме их доля составляет почти половину. Подобная тенденция наблюдается и в русской банковской сфере общения. Задачей данного исследования стало установление характера

русских соответствий для заимствованной немецкой банковской терминологии, что имеет практическое значение для перевода специализированных текстов на русский язык. Анализу была подвергнута выборка немецких банковских терминов, включающая 683 лексемы с заимствованными элементами. Русские эквиваленты банковских терминов получены из специальных немецко-русских словарей.

В ходе данного исследования установлено, что способ передачи немецкого банковского термина на русский язык определяющим образом зависит от его словообразовательной структуры. Так, *однокорневые* производные слова часто имеют русский эквивалент, состоящий из одного слова (*Zentralisation – централизация*). *Сложные* немецкие слова могут передаваться на русский язык также сложными словами, полученными способом калькирования (*Kreditfähigkeit – кредитоспособность*), однако гораздо чаще для их перевода используются словосочетания (*Sparkasse – сберегательная касса, Kreditgeschäft – кредитная операция*), что связано с большим количеством сложных слов в немецком языке в целом, в то время как возможности словосложения в русском языке ограничены.

Для достаточно большого количества немецких банковских терминов в словаре зафиксированы несколько вариантов перевода: иноязычный вариант (для специалистов банковского дела) наряду с исконно русским развернутым толкованием слова (для наивных носителей русского языка).

Анализ материала показывает, что почти для 1/3 немецких банковских терминов даже в немецко-русских специальных словарях не существует официально зафиксированных русских эквивалентов. Для их перевода в текстах переводчикам приходится опираться на значение отдельных корней и прибегать к переводческим трансформациям, что открывает практическую нишу для переводческой деятельности в данной сфере экономики.

Таким образом, анализ перевода немецких банковских терминов с заимствованными элементами на русский язык показывает, с одной стороны, большую интернационализацию данной сферы экономики, с другой стороны – использование самых разных приемов достижения адекватности при переводе немецких терминов на русский язык, с третьей – наличие актуальных задач для дальнейшей переводческой деятельности в данной сфере.

В. Костюк

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ РЕАЛИЙ НАЦИОНАЛЬНОГО ФОЛЬКЛОРА

Проблема связи языка и культуры всегда представляла и представляет большой интерес для теории и практики перевода. Любой язык не только отражает культуру какой-либо общности, группы людей, но также хранит и передает ее из поколения в поколение. Именно поэтому язык играет значительную роль в формировании личности и национального характера.

Языковая картина мира отражает реальность через культурную картину мира. Разница культурных картин мира у разных народов очень ярко проявляется при знакомстве с чужой, иностранной литературой, особенно с фольклором.

Литературоведы и мастера художественного перевода отмечают, что национальная окраска литературного произведения часто выражается через национальные реалии. Чем ближе произведение по своей тематике к народной жизни, а по стилистике – к фольклору, тем ярче проявляется его национальный колорит, поскольку за фольклорным творчеством стоит народ, не один автор с его субъективной оценкой, а коллектив, относящийся к той или иной нации. Фольклорное произведение – это достояние народа: оно долго живет, передается из поколения к поколению.

Наиболее ярко национально-культурный компонент выражен в словах-реалиях, и их перевод исключительно важен при передаче культурных особенностей. Ведь цель перевода состоит в сохранении содержания, стилистических, коммуникативных и художественных ценностей оригинала.

Также среди проблем перевода фольклорного текста можно выделить вопросы, связанные со спецификой художественно-изобразительных средств фольклорного произведения: устойчивые формулы в эпосе и сказке, параллелизм строк в стихотворных текстах, архаические слова, вышедшие из употребления в современном языке оригинала, лексическая многозначность, идиоматические выражения, особая фольклорная образность, для которой нет однозначного соответствия в языке перевода.

Таким образом, в процессе художественного перевода фольклорных текстов следует учитывать рассмотренные особенности с целью успешного преодоления возникающих переводческих трудностей.

М. Красавина

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ЗАПИСИ В ПРОЦЕССЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ УСТНОГО ПЕРЕВОДА

В ходе осуществления устного перевода мы рассматриваем следующие психологические механизмы: *внимание, восприятие, вероятностное прогнозирование, память, мышление*. Те же механизмы находят свое проявление в момент фиксации, однако акценты в последовательности доминирования того или иного механизма будут несколько смещены. Переводческая запись способствует также более успешному функционированию данных психофизиологических механизмов.

Главным объектом внимания при устном переводе является содержание высказывания, а в процессе фиксирования информации при помощи переводческой записи и ее расшифровки – сами записи. Записи играют главную роль в тот момент, когда помогают фиксировать внимание.

Процесс устного перевода предполагает слуховое смысловое однократное восприятие, однако с ведением записи при порождении текста перевода имеет место также зрительное восприятие. Результатом слухового восприятия является понимание (непонимание) исходного высказывания.

Для успешной реализации профессиональной переводческой деятельности вероятностное прогнозирование играет немаловажную роль. Процесс фиксации исходного текста при устном переводе зависит от правильности переводческого прогноза при восприятии речи.

Мы уделяем особое внимание функции переводческой записи как опоры для памяти переводчика. Память занимает особое место в устном последовательном переводе, с одной стороны, недостаток данного механизма может компенсировать универсальная переводческая скоропись, с другой стороны, она сама оказывает влияние на успешность фиксирования информации, а, следовательно, и перевода. Запись должна осуществляться таким образом, чтобы стимулировать смысловое запоминание (одновременно слуховое, зрительное и моторное) и способствовать быстрому извлечению информации.

Предметом речевой деятельности, в том числе и переводческой, является мысль, именно поэтому немаловажную роль в переводческом процессе играет мышление. Из всех процессов мышления для переводческой деятельности с использованием записи наиболее важны анализ, синтез, сравнение, абстрагирование, обобщение, систематизация, классификация.

Таким образом, на основании данных процессов мышления разработаны переводческие приемы ведения записи, которые могут использоваться переводчиком с целью повышения качества выполняемого устного последовательного перевода.

А. Крассий

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ ПЕРЕВОДА РУССКОЙ ПОЭЗИИ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Данная статья посвящена изучению явлений межкультурной и межъязыковой асимметрии и представляет собой описание результатов исследования лингвокультурного аспекта перевода поэтического текста. Объектом изучения при сопоставительном анализе русских классических стихотворных произведений и их английских переводов являлись характер и степень потерь лингвокультурной информации.

Как отмечают исследователи, особую трудность при переводе русской поэзии представляют универсальные философские концепты, актуализирующие ключевые идеи русского самосознания: «тоска», «неправда», «мир», «душа», «воля», «доля».

Для выявления степени адекватности передачи национально-культурной специфики нами было проведено исследование оригинальных русских стихо-

творных текстов, относящихся к XIX–XX вв., и их переводов, сделанных такими признанными мастерами перевода поэзии как Питер Темпест, Алекс Миллер, Дориан Роттенберг, Ольга Шарце и др. Наряду с общим высоким уровнем перевода, касающимся формальных признаков структуры стихов (соблюдения требований эквиритмии и эквилинеарности, сохранения стихотворного размера, структуры строф и рисунка рифм, а также адекватного перевода выразительных и изобразительных средств), именно передача лингвокультурной информации, содержащейся в произведениях русских поэтов, во многом случаях является камнем преткновения практически для всех указанных переводчиков.

Представляется, что прием транскрипции наиболее адекватен для перевода поэзии (например, *старовер* передано как *starover*). В случаях, когда вместо транскрипции употребляется дефиниция, т.е. прием описательного перевода (например, в *горнице* – *in homes of medieval Russian boyars*; *черкеска* – *a broad-shouldered cloak*), такой метод перевода представляется неоправданным, так как подобная дефиниция отвлекает на себя внимание читателя, а также утяжеляет структуру строфы. В отличие от транскрипции прием калькирования, применяемый переводчиками, достаточно часто оказывается неадекватным или неточным для определенного контекста (например, *дворничиха* – *yardwoman*). В ряде случаев используется прием смыслового развития, который может приводить к образованию слов, семантическая структура которых далека от семантической структуры русского слова (например, *участковый* – *night patrolman*). Английские эквиваленты русских лингвоспецифических слов в большинстве случаев нельзя признать удачными (например: *ухарский* – *gallant*).

При переводе поэтических текстов ошибочная трактовка, неточная передача предметных ситуаций, опущение культурных концептов ведут к искажению смысла произведения или отдельных его частей, а также примитивизации фрагментов текста.

А. Курилович

ХАРАКТЕРИСТИКИ ЯЗЫКА АНГЛИЙСКОГО КОРОТКОГО РАССКАЗА (на материале рассказов Джеффри Арчера)

Во все времена перед переводчиками стояла проблема перевода и адаптации художественного текста.

Известно, что от перевода зависит уровень понимания оригинального текста и заинтересованности читателя. Вместе с тем ошибки, допускаемые переводчиком, являются результатом

- 1) недостаточного владения языком оригинала и языком перевода;
- 2) недостатка знаний у переводчика о ситуациях, о которых идет речь в оригинальном тексте;
- 3) недооценки особенностей текста оригинала; его сюжета и индивидуального стиля автора.

Методы и приемы, применяемые переводчиком, во многом зависят от языка оригинального текста, что можно подтвердить анализом рассказов современного английского писателя Джеффри Арчера. Рассказы этого автора написаны довольно просто, что способствует легкому пониманию их содержания, идеи и упрощает работу переводчика. Автор использует профессиональные термины; некоторые из них стали интернациональными, не составляют трудности в понимании и исключают перевод: *Jury box* – скамья присяжных, *speedometer* – спидометр; *milometer* – счетчик пройденного расстояния; *dock* – скамья подсудимых.

Кроме того, автор употребляет многозначные слова: *shoulder* – обочина; *spot* – место, местность; *to drop* – бросать.

Автор рассказов использует различные языковые средства для описания одного и того же предмета или явления, что заставляет переводчика употреблять большое количество синонимов. Например, *the mounds/the bumps* может быть переведено как ухабы, холмы, насыпи. В тоже время слово *pothole* переводится и как яма, рытвина, выбоина, так и ухаб. В текстах наблюдается большое количество предложений, начинающихся местоимениями, как стилистический прием, что усиливает семантику текста. Например: *And then she saw it, lying on the grass verge – a cat that had crossed the road for the tenth time. She stepped out of the car, and walked towards the lifeless body. She suddenly felt sick. She had two cats of her own, and she knew she would never be able to tell the children what she had done. She picked up the dead animal and laid it gently in the ditch by the roadside.* Это и делает язык рассказов Джеффри Арчера доступным и понятным читателям всех возрастов и степени образованности.

Выделенные факторы и составляют особенности языка и стиля автора.

В. Кушнарёв

НЕОЛОГИЗМЫ В КОМПЬЮТЕРНОЙ СФЕРЕ

Научно-технический прогресс породил огромное количество новых изобретений, одним из которых является компьютер. Наряду с наименованиями аппаратно-технических средств и программного обеспечения в язык внедрилось большое число новой лексики.

В основном пополнение компьютерного словаря идет за счет заимствований из американского варианта английского языка, поскольку компьютеры пришли из Америки. Превалирующими способами перевода заимствований являются транслитерация (*modem* – модем, *internet* – интернет), транскрипция (*bite* – байт, *chip* – чип, *site* – сайт, *frame* – фрейм), калькирование (*hard disk* – жесткий диск, *parent directory* – родительский каталог, *scroll bar* – полоса прокрутки), а также сочетание этих приемов передачи англоязычного термина (*provider* – провайдер, *bit* – бит).

Вторую группу слов представляют примеры, относительно которых можно говорить уже о своеобразной “русификации” оригинала: *Голдед* или *Голый дед* (разг.) (от *GoldEd* – редактор сообщений) – название наиболее популярного редактора сообщений.

Интересно отметить, что неологизмы могут развивать многозначность. Например: *думать* (от “*DOOM*” – название компьютерной игры) – 1. Проводить время за популярной компьютерной игрой DOOM. 2. Работать (о компьютере). 3. Размышлять (редко употребляется).

Третью группу составляют новые слова, имеющие омонимы в составе литературного языка.

Во-первых, это русские слова, выбранные из соображений фонетического подобия английским оригиналам (*винт* – жесткий диск компьютера).

Во-вторых, это гораздо более многочисленная группа слов, получивших новое значение в результате иронического переосмысления уже существующей лексики (*блин* – компакт-диск).

Четвертая группа слов представлена акронимами типа *AFAIK* – *as far as I know* ‘насколько мне известно’.

Иллюстрацией совмещения графических систем является появление в компьютерном жаргоне сокращений типа *ЗЫ* (*PS* – *Post Scriptum*). Вместо замены шрифта проще, нажимая на те же клавиши (латинская буква *P* расположена на той же клавише, что и русская *З*, а *S* – на *Ы*), принять новое условное обозначение.

Для компьютерного жаргона постановка проблемы “латинизации русского языка” актуальна и правомерна. Тексты, изобилующие английскими словами, данными без перевода и в оригинальном написании, – его отличительная особенность. При этом подразумевается, что перевод не требуется по причине общеизвестности написанных “не по-русски” слов.

А. Літвінава

АСАБЛІВАСЦІ ПЕРАКЛАДУ СУЧАСНАЙ АНГЛАМОЎНАЙ ПАЭЗІІ (на матэрыяле творчасці Дылана Томаса)

Тэорыя паэтычнага перакладу з англійскай мовы на беларускую мае пачатак з таго часу, як пачалі перакладаць з англійскай мовы. Тэарэтыкамі ў агульнафілалагічным плане былі самі перакладчыкі (Ю. Гаўрук, Я. Семяжон і г.д.). Навуковых лінгвістычных прац па праблеме ў беларускай лінгвістыцы наогул лічаны адзінкі (С. Скамарохава, А. Таболіч). З мэтай удасканалення працэсу паэтычнага перакладу перакладчыкі павінны кіравацца пэўнымі прынцыпамі, якія забяспечваюць найбольш глыбокае, эквівалентнае перастварэнне. Сярод іх – прынцып міжкультурнай камунікацыі і прынцып узаемадзеяння літаратур; прынцып адзінства факталагічнай і эстэтычнай інфармацыі, формы і зместу і прынцып шматзначнасці і права чытача на інтэрпрэтацыю; а таксама прынцып адноснай вольнасці і адказнасці перакладчыка.

Валійская паэзія амаль зусім невядомая беларускаму чытачу. Ёсць толькі некаторыя пераклады вершаў Дылана Томаса ў выкладанні Х. Грамавовіч і В. Гапеевай. На рускай мове перакладаў значна больш – С. Ганчарэнкі, М. Гумілёва, У. Брытанішкага, А. Штэйнберга і іншых. Вершы Дылана Томаса з-за сваёй “неперакладальнасці” вымагаюць ад паэта выканання шэрага няпростых правілаў рыфмоўкі, рытмічнай і нават сэнсавай арганізацыі верша. У такіх умовах выбар мастацкіх прыёмаў для перакладу павінен ажыццяўляцца вельмі адказна.

Супастаўляльны аналіз вершаў Дылана Томаса на беларускую і рускую мовы паказаў, што захаванне зместу, ідэі і вобразнасці твора можа паспяхова рэалізавацца пры перастварэнні на абедзве мовы. Нават калі мастацкія сродкі не могуць быць перакладзены дакладна, вобраз можна захаваць пры дапамозе кампенсацый і цэлага шэрага перакладчыцкіх трансфармацый: кантэкстуальна-сінанімічная замена *my youth* – мая *вясна*, генералізацыя: *roots of trees* – карэнне *лесу*, *I am dumb to tell* – ня ў змозе, нейтралізацыя: аксюмаран *wintry fever* – зіма, метафара: *lips of the time* – час, метанімія: *weather's wind* – *вetry ў сьцюжу*. Рускі пераклад таксама адметны шырокім выкарыстаннем рознага віду трансфармацый, але з меншай ступеняй дакладнасці: прыём генералізацыі: *green fuse* – *зелень*, канкрэтызацыі: *a weather's wind* – *шторм*, гіпербалізацыі і пераасэнсавання вобразу: *red blood* – *рэчкі вен*. Наяўнасць шматлікіх дабаўленняў: *quicksand* – *пескі в пустынях*, *crooked wart* – *жадныя, кишацце черви*.

А вось захаванне формы залежыць ад тыпалагічных асаблівасцяў мовы перакладу. Так, напрыклад, характар рыфмы ў англійскім перакладзе (мужчынская) немагчыма перанесці на беларускі пераклад. З гэтага вынікае, што пераклад паэзіі з генетычна аддаленых моў дае перакладчыку больш магчымасцяў для перадачы эстэтычнай інфармацыі як сукупнасці вобразаў і формы, што і ўдалося прадэманстраваць пры аналізе перакладаў.

М. Литвинко

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ РУССКИХ НАРОДНЫХ СКАЗОК НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Сохранение национального своеобразия подлинника при переводе – одна из основных задач переводчика художественного текста. Эта задача значительно усложняется, когда объектом перевода становится текст, основанный на культурных и национально-специфических образах того или иного народа, ярким примером чего является текст народной сказки.

С целью установления способов перевода культурно-специфической лексики из текстов русских сказок были отобраны безэквивалентные единицы: имена собственные (имена персонажей), названия реалий, географические названия, например: *The Baba Yaga, Gorynych the dragon, Koschei the Immortal/Deathless, The Fire-Bird, Ivan the Fool, The Frog Princess, Hut on Chicken's legs, Finist the Bright-Hawk, The Flying Ship, kaftan, verst, gusli, kvass, boyars, kissel, The holy land of Russia*.

Подобные наименования представляют трудности при переводе, не имеют традиции перевода на английский язык (так как каждый переводчик использует разные варианты) и требуют определенных трансформаций при переводе на английский язык.

Анализ переводов русских народных сказок на английский язык позволил выявить три типа подобных трансформаций – *замену* (функций действующих лиц, некоторых волшебных средств и др.), *добавление* (характеристик героев, их функций) и *опущение* (семантически избыточных слов).

Способ *добавления* при переводе русских сказок на английский язык применяется, в основном, для характеристики не знакомых носителям английского языка русских сказочных персонажей и социально-бытовых, культурных реалий: *Prince Ivan went in and saw on the stove, on the thrice-ninth brick, the Baba Yaga lying with her nose through the ceiling and grinding her teeth; then she turned her face to the wall and began to snore as before; and went to cook pancakes, as is the Russian tradition; the old woman was following the old custom and cooking pancakes in Tereshechka's memory.*

Способ *замены* применяется в отношении функций действующих лиц, или выполняемых ими действий, также волшебных средств – предметов и объектов, обладающих волшебной силой: *All three brothers were handsome and brave, but the best of them, the finest of them, was the youngest brother [Ivan the Fool]; [The Frog Queen threatens Ivan the Fool] "Come to me and take your arrow, else you will never escape from the bog!; ступа – mortar, метлы – pestle: she [the Baba Yaga] stormed along in a mortar, she whipped it up with her pestle; щука – sturgeon; щи – soup; Машенька – little Masha.*

Опущение – явление, прямо противоположное добавлению. При переводе опущению подвергаются чаще всего слова, являющиеся семантически избыточными, с точки зрения их смыслового содержания: *Мачеха раздала всем трем девушкам вечерние работы: одну заставила кружева плести, другую чулки вязать, а Василису прясть, и всем по урокам. – The stepmother one time gave the three girls their evening's work to do: she bade one to make woven lace, and the second to knit stockings, but she set Vasilisa to spinning.*

Таким образом, можно сделать следующий вывод: добавление, замена и опущение являются теми средствами, применение которых позволяет как можно более точно передать всю информацию, заключенную в тексте оригинала, при соблюдении соответствующих норм переводящего языка.

Е. Логинович

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЭМОЦИОНАЛЬНО ОКРАШЕННОЙ ЛЕКСИКИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

В ряде исследований, проведенных отечественными и зарубежными учеными, показано, что использование языка определяется не только собственно языковыми нормами и требованиями (произношение, лексика,

грамматика), но и теми условиями, в которых он применяется: целями высказывания, типом ситуации, темой сообщения, социальными и психологическими отношениями собеседников, общей окраской речи. В свете этого при переводе усиливается значение категории эмотивности, которая служит основанием единой модели глобального описания всего множества эмоционально окрашенной лексики и может выражаться в тексте через фонетические, лексические, грамматические и стилистические средства. Эмотивность – одна из наиболее неопределенных характеристик человека, при этом данная проблема является актуальным объектом не только психологических, но и лингвистических исследований. На уровне языка эмоции трансформируются в эмотивность.

К частным текстовым функциям эмотивной лексики относятся:

- создание психологического портрета образа персонажей (описательно-характерологическая функция);
- эмоциональная интерпретация мира, изображенного в тексте, и его оценка (интерпретационная и эмоционально-оценочная функции);
- обнаружение внутреннего эмоционального мира образа автора (интенциональная функция);
- воздействие на читателя (эмоционально-регулятивная функция).

В переводе при передаче экспрессивной функции ставится задача достижения экспрессивного эквивалента.

В связи с тем, что применение эквивалентных стилистических средств может привести к снижению коммуникативного эффекта, приходится использовать другие средства, позволяющие оставить экспрессию на прежнем уровне. Коммуникативный эффект может быть ослаблен в тех случаях, когда использование эквивалентных стилистических средств ведет к эмоциональной перегруженности текста перевода.

Слова, описывающие эмоциональную сферу, представляют собой многочисленную и разнообразную группу; они трудны для перевода и в то же время открывают перед переводчиком большие возможности, так как выявление эмоционального значения нередко зависит от контекста.

А. Лозовский

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «ЯЗЫК ЧЕЛОВЕКА» В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Тема нашей работы находится на перекрестке важнейших дисциплинарных областей современной лингвистики: лингвокультурологии, лингвоконцептологии, этнолингвистики и обращена к рассмотрению *вербализованных* представлений о внутреннем мире человека как носителя определенной культуры в рамках антропоцентрической парадигмы гуманитарной

науки. Цель исследования состоит в выявлении и классификации лексико-фразеологических средств объективации концепта «Язык человека» в английском языке и его моделировании.

Актуальность данного исследования объясняется необходимостью изучения концепта «Язык человека» как важного элемента целостного этнического самосознания говорящего индивида и коллектива в условиях прогрессирующего межкультурного диалога.

Материалом исследования явились тексты художественной и публицистической прозы англоязычных авторов. Источником языкового материала послужили толковые, энциклопедические, этимологические, фразеологические, паремиологические словари.

В лексической системе современного английского языка концепт «Язык человека» представлен лексемами *language*, *tongue* и *speech*. В лексикографических определениях всех этих лексем представлены дефиниционные признаки манифестации в речи и этничности, при этом для лексем *tongue* и *speech* признак этничности выражен более отчетливо.

В анализируемых текстах лексемы *language* и *tongue* могут встречаться в одном предложении как абсолютные синонимы: *It was impossible to identify the language, though Floyd felt certain, from the intonation and rhythm, that it was not Chinese, but some European tongue* (Clarke).

В корпусе англоязычных текстов лексема *speech* в базовом значении ‘язык’ встречается редко и, как правило, с уточняющим определением: *Would Abrah continue to be with them, or would they be left to the mercy of these strangers of alien speech, without means of request or protest beyond the point to which signs might avail?* (Wright).

Может быть констатирована большая семантическая близость этих лексем между собой по сравнению с русскими лексемами (*язык, речь*), выражающими базовое значение концепта.

Учитывая низкую частотность употребления лексемы *speech* в данном значении, представляется возможным сделать вывод, что ядерной лексемой, организующей концепт «Язык человека», является лексема *language*. Можно выделить ближнюю периферию – лексему *tongue* и дальнюю – лексему *speech*.

Е. Лугина

ПЕРЕДАЧА ПРАГМАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОИЗВЕДЕНИЙ ДЛЯ ДЕТСКОЙ АУДИТОРИИ В ПРОЦЕССЕ ПЕРЕВОДА МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫХ ФИЛЬМОВ

Язык детской мультипликации представляет собой довольно сложный материал для перевода прежде всего потому, что тексты данного типа сочетают в себе элементы художественного и разговорного стилей и ориентированы на детскую аудиторию.

Работая с детской мультипликацией, необходимо учитывать специфику детского восприятия. Особое значение имеет умение переводчика распознать детскую психологию, ориентироваться на интересы, пристрастия детей, возможности восприятия ими тех или иных фактов. Для перевода текстов такой мультипликации необходимо сохранить детское видение мира, позволяющее отчетливо представлять себе свойства и качества детского восприятия.

При переводе произведения собственно детской мультипликации учитывается специфика возраста ребенка. Ведь мультипликационные фильмы для трехлетнего ребенка будут сильно различаться с мультфильмами, например, для первоклассников. Таким образом, говоря о возрастной специфике детской мультипликации, выделяют несколько групп на основании возраста читателя: мультфильмы для самых маленьких, мультфильмы для детей 4–7 лет, мультфильмы для младших школьников, мультфильмы для подростков.

При переводе текста мультипликации специально для детей используется достаточно распространенный прием, связанный с особой позицией переводчика произведения, – он смотрит на окружающий мир как будто из детства, которое описывает. Автор не наблюдает за своими героями со стороны, а рассматривает события их глазами. Именно взгляд на мир из детства сообщает содержанию этих мультфильмов одно из самых существенных для перевода произведений детской мультипликации качеств – качество достоверности описанного, понятности для читателя. Более того, при всей литературности данного языка, он должен оставаться живым языком, не отрываться от языковой среды искусственным образом.

Что касается юмора в детской анимации, то он не должен быть семантически трудным для восприятия. Переводчик должен соблюдать адекватную передачу особенности речи персонажей, игру слов и не только передать смысл комического, но и семантически не перегрузить его.

Таким образом, переводчику нельзя не учитывать специфику возраста детской аудитории, ее психологические особенности восприятия материала в целом и юмора в частности.

Е. Лугина

УЧЕТ ОСОБЕННОСТЕЙ ВИДОВ МУЛЬТИПЛИКАЦИИ В ПРОЦЕССЕ ПЕРЕВОДА

С точки зрения техники создания мультипликации, различают следующие техники: *рисованная, объемная, пластилиновая, компьютерная, масляная, бескамерная, песочная, анимэ, “игольчатый экран”, ротоскопирование.*

Р и с о в а н н а я а н и м а ц и я является самым древним и распространенным видом, также самым трудоемким, поскольку приходится делать тысячи рисунков. Примером может служить “Винни-Пух” Ф. Хитрука.

Принцип объемной мультипликации заключается в покадровой съемке объемных предметов и кукол, “живущих” в пространстве макета-декорации (“Жизнь и страдания Ивана Семенова” В. Курчевского и Н. Серебрякова).

Пластилиновая анимация осуществляется путем покадровой съемки пластилиновых объектов с их модификацией в промежутках между кадрами (“Пластилиновая ворона” А. Татарского).

Компьютерная анимация создается при помощи техник 2D и 3D. 2D использует плоские изображения, в то время как в 3D-анимации применяются объемные фигуры (“Алеша Попович и Тугарин Змей”).

Масляная анимация представляет собой технологию создания мультфильмов на стекле с использованием масляной краски. Будучи заснятым на кинопленку, изображение тут же стирается и на его месте возникает другое (работа режиссера А. Петрова “Корова”).

При использовании техники бескамерной анимации мультфильмы создаются без камеры. Изображение наносится прямо на пленку (работа Н. Макларена “Горизонтальные линии”).

Песочная анимация рассматривается как технология создания анимационных фильмов при помощи порошка. На подсвеченном стекле художник руками рисует картины песком, солью или кофе (работа К. Лиф “Филин, который женился на гусыне”).

Анимэ, или японская анимация, обладает своей культурной спецификой. Существует реалистичное и “кавайное” анимэ. У “кавайных” персонажей большие глаза, а остальные черты лица мелкие.

Техника анимации “иглы и экран” выполняется на вертикальной плоскости, через которую проходят длинные тонкие иглы. Число игл может быть от десятков тысяч до миллиона. Выдвинутые иглы отбрасывают тени разной длины. Изображение получают перемещением источника света и движением иглы (“Ночь на лысой горе” А. Алексеева).

Ротоскопирование представляет собой технику, при которой мультфильм создается путем обрисовки кадр за кадром натурального фильма с реальными актерами и декорациями.

А. Лысенко

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕНИЙ В ТУРИЗМЕ

Сегодня Интернет стал серьезным рекламным ресурсом. Это произошло благодаря тому, что он обладает рядом преимуществ: оперативность, интерактивность, объемность, а также точный охват целевой аудитории.

Сфера туризма обширна по охвату и представлена различными областями (от гостиничного бизнеса до транспортных услуг), нуждающимися в эффективной рекламе, которая в последнее время все чаще размещается в

Интернете. Однако, несмотря на высокую эффективность рекламы посредством сети, из 339 белорусских туристических фирм лишь 22,7 % имеют свой собственный сайт.

Туристские рекламные тексты, размещенные в Интернете, отличаются особым разнообразием и множеством форм – статьи, слоганы, каталоги, девизы, тексты для сайтов. Каждой из этих форм присуща своя структурная организация и наличие целого ряда стилистических и лексических особенностей. И именно данные особенности создают трудности при передаче текста рекламного сообщения с английского языка на русский.

Рекламный текст включает в себя целый ряд компонентов и адекватно воспринимается при их гармоничном сочетании. Пренебрегая такими компонентами, как графика, образы, звуки, не удастся перевести рекламный текст с наибольшей эффективностью.

Так как английский язык до сих пор является универсальным международным средством общения в туризме, и многие зарубежные туристические компании стремятся выйти на международный рынок, перевод рекламных сообщений с английского языка на русский, прежде всего, необходим переводчикам узкой специализации, работающим в области туризма.

Выделяется ряд особенностей при переводе интернет-рекламы в туристической сфере, обусловленных как общими характеристиками рекламных текстов, так и спецификой самой интернет-рекламы и особенностями туристического продукта, к которым относятся информационная насыщенность, неопределенность с точки зрения измерения эффекта от рекламируемой услуги, броскость и способность к убеждению. В языке рекламы это отражается в специфической терминологии, большом количестве туристских реалий, сокращенных формах слов и выражений, зависимости от оформления. Помимо применения универсальных приемов перевода, от переводчика требуются богатые фоновые знания, умение грамотной организации рекламного текста в соответствии с внешним оформлением, учет особенностей зарубежного туристического рынка, в частности, изучение туристических реалий, специальной туристической терминологии, системы единиц измерения. Владение соответствующими знаниями позволит справиться с любыми трудностями, представленными в туристских рекламных интернет-текстах.

Т. Мальцева

К ВОПРОСУ О РЕКЛАМЕ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Реклама выходит за рамки экономической сферы и становится явлением культуры. Сегодня реклама как объект изучения обладает огромной притягательной силой. Ее изучением в той или иной степени занимается целый ряд наук: журналистика, социология, психология, лингвистика,

экономика, история, правоведение и др. Все это говорит о многогранности рекламы как явления, находящегося на стыке наук. Существуют разнообразные определения рекламы. Словарь С.И. Ожегова дает следующее определение: «Реклама – это оповещение различными способами для создания широкой известности, привлечение потребителей, зрителей». Профессор маркетинга Северо-Западного университета США Ф. Котлер пишет: «...реклама представляет собой неличные формы коммуникации, осуществляемые посредством платных средств распространения информации с четко указанным источником финансирования». По мнению доктора филологических наук Почепцова, реклама – это позитивный рассказ о конкретном объекте для конкретной аудитории. Американский психолог Р. Харрис подчеркивает, что для более полного восприятия информации необходимо ее правильно подать аудитории, которая должна правильно воспринять и отреагировать на нее. Для этого, как он полагает, необходимо соблюдать пять основных принципов рекламы:

- 1) в памяти дольше удерживается та информация, которая была воспринята сознательно;
- 2) обычно, лучше запоминается начало и конец сообщения, чем его середина;
- 3) материал разнообразный и необычный воспринимается и запоминается лучше;
- 4) информация лучше запоминается, если она не противоречит сложившимся понятиям, мнениям, взглядам;
- 5) необходимо чувствовать направления тенденции современной жизни.

Американский маркетолог Л. Перси выделяет “золотые” правила рекламы: она должна быть краткой; информационно-насыщенной; оригинальной, чем-то отличающейся от других и хорошо запоминающейся; наглядной; должна показывать отличительные черты рекламируемого; научно обоснованной; и, наконец, просто красивой; реклама не должна быть: глупой и навязчивой; длинной; непонятной простому человеку.

Лингвисты А.М. Вейзе, А.А. Киреев, Л.К. Латышев выделяют особенности рекламных текстов: специфический подбор лексики, характеризующейся богатым коннотативным шлейфом, обилием значений; слова часто стилистически окрашенные, что привлекает внимание воспринимающего текст; употребление лексики не в прямом значении для усиления образности; многочисленное употребление идиом для создания образности; использование низкочастотных слов; употребление инверсии и пассивных конструкций; редкое использование отрицательных форм; преимущественное употребление глагола по сравнению с другими частями речи; использование конструкций приглашения к совместному действию; использование эллиптических конструкций.

Основной целью языка рекламы является возможность произвести впечатление, оставить о тексте яркий эмоциональный след. Именно образность и импрессивность являются основой рекламы и способами создания указанных характеристик рекламных текстов.

Проблема изучения языка рекламы и специфики перевода рекламных текстов стала интересовать лингвистов и людей, не связанных с филологией. Но именно сейчас он становится особенно актуальной. Таким образом, внимание к вопросам языка вообще и рекламного языка в частности поможет повысить коммуникативную ценность рекламы.

А. Маркевич

СТАТУС НЕОЛОГИЗМОВ КОНВЕРСИОННОГО ТИПА В СИСТЕМЕ ФРАНЦУЗСКОГО СЛОВООБРАЗОВАНИЯ И ИХ ПЕРЕДАЧА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Объектом настоящего исследования является *конверсия* как способ словообразования в современном французском языке. Внимание к явлению конверсии вполне объяснимо: благодаря легкости образования единиц по конверсии, их выразительности, их ярко выраженной «неогенности» словари фиксируют необыкновенно высокую степень продуктивности конверсии.

В настоящей работе предметом исследования стали конверсионные образования (конверсивы), появившиеся в языке за период приблизительно в 100 лет, и особое внимание было уделено новейшим образованиям, которые были выявлены в результате анализа современной французской прессы. Основной целью явилось обозначение статуса конверсии в системе словообразования современного французского языка и выявление степени ее продуктивности.

Несмотря на то, что конверсия считается словообразовательным, а не семантическим способом обогащения лексики, необходимо отметить особую роль семантических, а также синтетических процессов, сопровождающих конверсию.

В отличие от транспозиции, конверсия является более узким языковым явлением, а именно морфологической транспозицией, имеющей словообразовательный характер. Конверсия – это не семантический, а словообразовательный способ; при словообразовании, как и при семантической эволюции, происходит изменение семантики слова, однако в процессе словообразования, кроме смыслоизменения, участвует словообразовательное средство, что обеспечивает процесс словопроизводства.

Изучение тенденций в развитии конверсии по материалам прессы последних лет показало, что наиболее продуктивными являются наречия (*rouler sécurité* ‘ездить, соблюдая все правила безопасности на дороге’, *manger équilibré* ‘сбалансировано питаться’, *s’habiller décontracté* ‘непринужденно (одеваться)’, *rouler terrible* ‘великолепно, т.е. очень быстро ехать’).

Относительно широкая распространенность конверсии в газетно-публицистическом стиле, в стилистически сниженной сфере определяется стрем-

лением языка к аналитизму, к экономии языковых средств, а при создании терминов вычислительной техники появляется ряд дополнительных факторов, которые связаны с влиянием английского языка.

Для передачи на русский язык различных видов конверсивов используется целый ряд переводческих приемов, поскольку эти образования многоплановы, и применить какой-либо один специальный или универсальный прием перевода не представляется возможным.

При переводе неологизмов конверсионного типа основная трудность заключается в определении значения переводимого слова, поскольку далеко не все лексические инновации зафиксированы в словаре. Однако значение новых лексических единиц, включенных в словарь, помогает определить контекст и/или же макроконтекст (широкий контекст).

Но даже если лексическая инновация остается неизвестной, переводчику следует учитывать языковую традицию и внутренние закономерности языка.

О. Мацулевич

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ В ТЕКСТАХ ПО АРХИТЕКТУРЕ

Терминология архитектуры представляет собой обширный и специфичный пласт лексики, который содержит информацию о различных архитектурных стилях, школах, течениях, направлениях и предметах материального и духовного мира народов разных стран и эпох. Вопрос о функциональном статусе терминологии архитектуры является достаточно проблематичным. По мнению многих исследователей, причисление данной терминологии либо к терминологии искусства, либо строительства является несостоятельным, поскольку в этих случаях не учитываются специфические особенности ее терминологического аппарата, развившегося в результате синтеза науки, техники и искусства.

Терминология архитектуры носит смежноотраслевой характер, что обусловлено интеграцией смежных с ней терминосистем. Под терминосистемой понимают упорядоченное множество терминов с зафиксированными отношениями между ними, отражающими отношения между называемыми этими терминами понятиями. Архитектурные термины характеризуются тематической закрепленностью за конкретными разделами архитектуры.

С точки зрения плана содержания, архитектурные термины представляют собой комплекс семем, а планом их выражения служат терминоэлементы. Семема представляет собой наименьшую единицу системы содержания, которая соотносится с соответствующим ей элементом системы выражения.

Около 96 % архитектурных терминов словообразовательно мотивированы. В основе структурной организации терминологии архитектуры лежит комплекс словообразовательных способов: *терминологизация* (*bell*

‘звонок, колокол’ – *bell* ‘капитель коринфской колонны без листьев’); *специализация* (*harmony* ‘созвучие тонов звука’ – *harmony* ‘сочетание архитектурных линий и пропорций’); *метафоризация* (*mansard* ‘французский изобретатель Ф. Мансард’ – *mansard* ‘мансарда’ – жилое помещение на чердаке под скатом крыши). Весьма продуктивным способом словообразования является лексико-семантическое заимствование (этимологическое и структурно-семантическое). По этимологическому составу термины-заимствования подразделяются на *классицизмы* (*abacus* ‘абака’, *atlantes* ‘атланты’); *постклассицизмы* (*parapet* ‘парапет’, *minaret* ‘минарет’) и *неоклассицизмы* (*skiagraph* ‘вертикальный разрез здания’).

По структурно-семантическим характеристикам выделяют *лексические заимствования* (*decor* ‘декор, элемент архитектурной композиции’), *кальки* (*royal door* ‘царские врата’), *парафразы* (*keystone* (фр. *voussoir*) ‘клинчатый кирпич свода’).

Таким образом, вышеперечисленные особенности терминов, характерных для письменных текстов в области архитектуры, должны учитываться в процессе их перевода с целью повышения адекватности продукта переводческой деятельности.

А. Медведская

ПРИЕМЫ ПЕРЕВОДА КАЛАМБУРА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ АНЕКДОТАХ

Каламбур – стилистический оборот речи, основанный на комическом использовании разных значений одинаково или сходно звучащих (графически оформленных) слов, а также на разных значениях одной и той же из названных единиц. Абсолютно точного перевода (то есть передачи содержания и формы), к которому мы стремимся при переводе каламбура, можно добиться скорее в виде исключения; как правило, здесь не обходится без потерь. Вот почему переводчик должен в первую очередь задать себе вопрос: чем жертвовать? Передать содержание анекдота, отказавшись от игры слов, или же сохранить каламбур за счет замены образа?

На решение переводчика, как передавать игру слов, влияет также и то, насколько широко она используется в переводящем языке.

При переводе каламбура в анекдотах выделяем следующие приемы: *опущение слов, компенсация и калькирование*.

При приеме *о п у щ е н и я* слов игра слов, однако, теряется. Например: *To some – marriage is a word ... to others – a sentence!* – Для одних «замужество» всего лишь слово, для других – наказание!

К о м п е н с а ц и я – это замена непереданного элемента подлинника аналогичным или каким-либо иным элементом, восполняющим потерю информации и способным оказать аналогичное (или подобное) воздействие на читателя. Например: *There was a sign on the lawn at a drug rehab center that*

said «Keep off the Grass!» – Табличка перед лужайкой реабилитационного центра для наркозависимых людей: «К траве не приближаться!» Компенсация иными приемами (частичная компенсация) чаще применяется вместо не переданного приема подлинника и восполняет потерю лишь частично.

К а л ь к и р о в а н и е – построение лексических единиц по образцу соответствующих слов иностранного языка путем точного перевода их значимых частей или заимствование отдельных значений слов. Например: *To write with a broken pencil is pointless.* – *Писать сломанным карандашом – тупо.*

Таким образом, можно выделить три основных подхода к переводу каламбуров в англоязычных анекдотах:

– переводить буквально и кратко объяснять игру слов в сноске и более подробно в комментарии;

– подбирать игру слов в языке перевода и использовать ее, даже если она не содержит точно таких же слов как в языке оригинала, а другие слова в близком контексте;

– подбирать другие средства в языке перевода, которые могли бы отразить в переводе дух оригинала.

Д. Мельник

КАЛЬКИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПЕРЕВОДА ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Язык публицистических текстов, как и любой язык, представляет собой сплав исконного и заимствованного и является источником различных языковых новообразований. Данная тема является актуальной, так как одним из способов перевода и образования производной лексики является *калькирование*. Наиболее активно оно используется в сфере экономики и финансов, политики, культуры и шоу-бизнеса, медицины и биологии, спорта и туризма и др.

С целью выявления скалькированной лексики на основе анализа журналов “Belarus”, “The Economist” и “Time” и, частично, из текстов сайтов в Интернете методом сплошной выборки было зафиксировано 103 кальки.

Придерживаясь существующей классификации, было отмечено, что 74 % выборки составили фразеологические кальки: *a miracle of the world – чудо света, to tight smb’s belt – затянуть ремень, The Holy Land – Святая земля*, что однозначно свидетельствует о преобладании такого вида калек в данных текстах; 15 % было представлено словообразовательными кальками: *undoubtedly – несомненно, intramuscular – внутримышечный*. Выявление данного типа калек представляет собой не простую задачу, так как словообразовательные кальки быстро включаются в лексическую систему языка и не выделяются ни своими структурными, ни семантическими особенностями. Полукальки составили 7 %: *mini-skirt – мини-юбка, anti-recessionary – антикризисный, thermonuclear – термоядерный*. Остальные 4 % составили семан-

тические кальки, слова которые кроме присущих им значений, получают новые значения под влиянием другого языка: *round – раунд* (но не только как термин бокса, но и отдельная встреча или этап переговоров).

Как и для любого явления, для калькирования характерны как преимущества, так и недостатки. Преимуществом данного приема являются краткость, простота и осмысленность получаемого эквивалента, а также сохранение колорита переводимой реалии с минимальными потерями смысла. Но калькирование не всегда является самым удачным способом перевода, поскольку может возникнуть не слишком удобная для восприятия языковая единица, и если в языке перевода нет соответствий, то калька не может полностью раскрыть понятие, и в этом случае необходимо прибегать к другому способу перевода.

Е. Мельникова

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ВИДЕОВЕРБАЛЬНЫХ ТЕКСТОВ (на примере американского комедийного телесериала «Офис»)

Любой фильм может быть определен как видеовербальный текст, состоящий из знаков двух семиотических систем – лингвистической и нелингвистической, которые интегрируются и образуют сложно построенный смысл.

О.В. Мишина выделяет шесть типов отношений между вербальными и иконическими составляющими видеовербального текста: репетиционные, аддитивные, выделительные, изобразительно-центрические, оппозитивные, интегративные.

В работе над переводом американского фильма «Офис» специфика видеовербального текста была осложнена наличием юмористической составляющей. Переводной текст необходимо было представить максимально удобным для дубляжа, т.е. длина реплик в переводе не должна по времени превышать длину реплик на языке оригинала. Необходимо было сохранить все междометия, паузы-хезитации, а также ориентироваться на оригинальную манеру речи персонажей, их невербалику и паравербалику.

В эпизоде, где герой фильма Майкл Скотт думает над тем, что написать в поздравительной открытке для сотрудницы Мередит по случаю ее дня рождения, в кадре видна поздравительная открытка с «мультишной» птичкой с надписью *HAPPY BIRD-DAY*. Игра слов основывается на фонетической схожести английского слова *birthday* и словосочетания *Bird Day – День птиц*. Так называется праздник, часто отмечаемый в США. Мы имеем дело с привычной для американской культуры реалией, которую невозможно передать на русский язык без потери рифмы в существующем клише «С днем рождения!». После тщательного анализа возможных вариантов перевода, нами был выбран вариант «С днем кряхтенья!», где помимо фонетической схожести с русским клише, можно проследить ссылку на контекст, а именно

риск того, что сотрудники предпенсионного возраста будут уволены в первую очередь при сокращении штата. А поскольку кряхтение ассоциируется в нашей культуре с различными проявлениями пожилого возраста, фраза воспринимается как не особо удачная попытка посмеяться над возрастом именинницы. Именно эта двусмысленность и дает комический эффект и обуславливает адекватность перевода с учетом репетиционных отношений между составляющими видеовербального текста (открыткой и текстом поздравления).

Таким образом, при переводе видеовербального текста необходимо установить, передается ли юмористическое сообщение только на вербальном или только на невербальном уровне, или на обоих уровнях сразу, и какой из уровней превалирует в процессе передачи сообщения. Такой анализ позволит выполнить наиболее адекватный перевод.

А. Міцкевіч

СПОСАБЫ ПЕРАКЛАДЗЕ «НОВАЙ ЗЯМЛІ» Я. КОЛАСА НА АНГЛІЙСКУЮ І ПОЛЬСКУЮ МОВЫ

Мастацкі пераклад – адзін з самых складаных відаў перакладу. А калі прыступаеш да перакладу менавіта вершаванага твора, то задача ўскладняецца яшчэ больш таму, што трэба перакласці так, каб словам было цесна, а думкам прасторна. Тым не менш нават такія аспекты, як несуднаснасць моў і літаратурных сістэм не з’яўляюцца непераадольнай перашкодай для перакладу: яго якасць непасрэдна залежыць ад таго, наколькі ўсе асаблівасці моў улічваюцца перастваральнікам.

Таму натуральна, што ўсе перакладчыкі павінны кіравацца пэўнымі прынцыпамі, сярод якіх самымі важнымі з’яўляюцца: захаванне формы, гучання і вобразнасці; прынцып міжкультурнай камунікацыі, адзінства фактуальнай і эстэтычнай інфармацыі; прынцып вольнасці і адказнасці перакладчыка; прынцып узаемадзейння літаратур; прынцып шматзначнасці і права чытача на інтэрпрэтацыю. Таму і атрымоўваецца, што пераклад вершаванага твора – гэта своеасаблівае балансаванне паміж захаваннем зместу, ідэі, вобразнасці твора і яго формы.

Цяжкасці пры перакладзе паэзіі заключаюцца ў тым, што яна насычана сімваламі, вобразамі, рознымі мастацкімі сродкамі, алюзіямі, гульнёй слоў і г.д., і таму патрабуе ад перакладчыка не толькі паэтычнага таленту, але і фонавых ведаў, вялікай эрудыцыі і вынаходлівасці.

Перакладчык заўсёды павінен памятаць: чым больш інфармацыі яму атрымалася перадаць, тым вышэй якасць гэтага перакладу; перакладчык мае права і павінен трансфармаваць толькі тыя кампаненты фактуальнай інфармацыі, якія па моўных прычынах не могуць быць перададзены ва ўзноўленым творы; патрэбна перакладаць не асобныя элементы тэксту, а ўвесь тэкст у цэлым, як адзіны моўны твор.

Супастаўляльны аналіз перакладаў «Новай зямлі» Якуба Коласа на польскую і англійскую мовы паказаў, што захаванне зместу, ідэі, вобразнасці твору можа паспяхова рэалізавацца пры перастварэнні на абедзве мовы. Нават калі некаторыя мастацкія сродкі не могуць быць перакладзены эквівалентна, вобраз можна захаваць пры дапамозе кампенсацый і трансфармацый. А захаванне формы больш залежыць ад тыпалагічных асаблівасцяў мовы перакладу.

У цэлым, хацелася б зазначыць, што амаль ніводзін вобраз не быў страчаны падчас перакладу «Новай зямлі» на англійскую і польскую мовы. Больш таго, амаль цалкам захавана форма арыгінала. Нягледзячы на значныя адрозненні ў мовах перакладу чытаюцца нязмушана. Але варта сказаць, што для англамоўнага перакладу В. Рыч характэрны больш ўзвышаны паэтычны стыль, у той час, як Ч. Сенох перакладаў паэму больш вольна – шмат апускаў дадатковую інфармацыю або дадаваў словы дзеля рыфмы, замяняў словы аддаленымі сінонімамі.

И. Недзельская

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Тексты экономической тематики имеют ряд особенностей, которые позволяют выделить их в отдельный тип. Поскольку тематически данные тексты относятся к той или иной области экономики, характерным для них является наличие экономических терминов. Именно «популярные экономические термины» составляют первую, наиболее многочисленную группу лексических единиц текстов данной тематики: *stocks* – *акции*; *fund* – *фонд*; *retail trade* – *розничная торговля*; *currency reserve* – *валютный резерв*; *financial crisis* – *финансовый кризис*; *inflation* – *инфляция* и т.д.

Вторую группу составляют экономические термины, использующиеся в определенных ситуациях повседневной жизни: *goods* – *товары*; *services* – *услуги*; *client* – *клиент*; *customer* – *потребитель*; *business* – *бизнес, коммерческая деятельность*; *cash* – *наличные деньги* и другие.

Третью группу составляют специальные профессиональные экономические термины. Для того чтобы упростить их восприятие, специальные термины либо расшифровываются в статье, либо становятся понятными из данного контекста.

The equilibrium price of gold was \$350 an ounce for the last 20 years (Newsweek, 2006). – *На протяжении последних 20 лет равновесная цена на унцию золота составляла \$350;*

When the recession is generated from within the economy by the collapse of asset prices, it's much more difficult to gauge the length of the recession. (Newsweek, 2008). – *Когда общий спад в экономике вызван коллапсом цен на рынке ценных бумаг, тогда еще сложнее определить продолжительность этой рецессии.*

В четвертую группу слов и выражений, относящихся к категории экономика, входят экономические клише, штампы, шаблонные выражения, регулярно повторяющиеся в данном составе, в основе которых лежат стертые метафоры: *capital flow* – движение капитала; *free market* – свободный рынок; *potential market* – потенциальный рынок; *dollar falls or dollar rises* – доллар падает или поднимается; *to cut spending* – урезать затраты; *cheap money* – дешевые деньги (предоставляемые в кредит под низкую ставку процента) и другие.

Пятая группа лексем, имеющих экономический смысл, – это аббревиатуры, которые известны широкой аудитории, либо расшифровываются в тексте, либо становятся понятными в контексте статьи:

GNP – *gross national product* (валовой национальный продукт); *PLC* – *public limited company* (в некоторых странах – обязательное окончание названия фирмы, которая является открытой компанией с ограниченной ответственностью); *GDP* – *gross domestic product* (валовой внутренний продукт).

Характерной чертой текстов экономической тематики является употребление разговорных, нередко неформальных слов и оборотов.

Predictably, the market has started to murmur “bubble,” but the bulls are unfazed. (Newsweek, 2006). – Как и ожидалось, рынок начинает превращаться в так называемый мыльный пузырь, однако биржевых спекулянтов это нисколько не смущает.

Таким образом, в настоящее время экономическая тематика является актуальной во всех цивилизованных странах, привлекает большое внимание общественности; средства массовой информации регулярно обращаются к данной теме, интенсивно ее разрабатывают. Специфика лексического оформления популярных экономических статей проявляется во взаимодействии трех подсистем: общеупотребительной лексики, общенаучной и специальной терминологической. При этом лексика экономического характера представляет собой несколько особых групп, определяющих специфику популярного экономического текста.

Ю. Нежевец

ОБ ОСОБЕННОСТЯХ ПЕРЕВОДА БУХГАЛТЕРСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Специфика перевода терминов заключается в том, что важнейшим условием достижения эквивалентности является сохранение в переводе содержательной точности единиц ИЯ, обеспечение абсолютной идентичности понятий, выражаемых терминами ИЯ и ПЯ.

1. Различие в грамматическом строе языков является основной причиной расхождений в морфо-синтаксической структуре английских терминов, состоящих из двух и более имен существительных (N+N), что при переводе

на русский язык соответствует конструкции ‘имя прилагательное + имя существительное’ (Adj+N): *consumer demand* – *потребительский спрос*; *credit rating* – *кредитный рейтинг*; *interest income* – *процентный доход*; *investment policy* – *инвестиционная политика*; *subscriber base* – *абонентская база*; *tax basis* – *налоговая база*; *market capitalization* – *рыночная капитализация*.

2. При сопоставлении английских составных терминов и их русских эквивалентов отмечаются расхождения в лексическом значении ядерных или определяющих компонентов. Вследствие различных традиций номинации основой для формирования составных терминологических единиц в ИЯ и ПЯ служат разные ключевые термины. Например, *accounting convention* (буквально: *правило бухгалтерского учета*) – *метод бухгалтерского учета*; *utilization of losses* (буквально: *использование убытков*) – *погашение убытков*.

3. Сопоставительный анализ английских и русских терминов бухгалтерской терминологии на формально-семантическом уровне показывает, что различается и их морфосинтаксическая структура, и лексический состав. При этом в большинстве случаев термины ИЯ и ПЯ характеризуются также различным числом компонентов. Расхождения, в зависимости от их причин, можно разделить на следующие разновидности.

Расхождения в лексико-грамматической структуре терминов ИЯ и ПЯ вследствие невозможности передать семантику каждого терминологического элемента одним аналогичным компонентом возникают при переводе однословных терминов, которым соответствуют русские составные термины: *maintenance* – *техническое обслуживание*, *proceeds* – *денежные поступления*, *research* – *научные исследования*, *security* – *ценная бумага*. В некоторых случаях лексико-грамматическая структура русского составного термина отражает сложный характер английского термина, образованного сложением двух слов (*leaseback* – *возвратный лизинг*); на основе составного термина (*rentals* – 1. *затраты на аренду*; 2. *арендная плата* (от *rental expenses, rental payments*)).

Д. Нехайчик

ОСОБЕННОСТИ СИНХРОННОГО ПЕРЕВОДА СПОРТИВНОГО КОММЕНТАРИЯ КАК ЖАНРА УСТНОЙ РЕЧИ

Существует три основные группы особенностей спортивного репортажа (*структурно-композиционные, коммуникативно-функциональные и языковые*), которые необходимо учитывать при синхронном переводе данного типа текста с целью обеспечения адекватности выполнения перевода.

В отношении структурно-композиционных особенностей спортивного комментария следует отметить, что структура репортажа включает в себя три основные части: введение, основную часть, заключение.

Во введении комментатор приветствует телезрителей, представляется. Также описываются экстралингвистические факторы ситуации: комментатор рассказывает о спортивном событии, о месте проведения матча, также называет прецизионную информацию: составы команд, имена арбитров матча и т.д.

В основной части репортажа комментатор описывает ход игры, рассказывает о достижениях команды, отдельных игроков, делится со зрителями информацией о погоде, исторических местах, указывает разницу во времени и др.

В заключении репортажа комментатор подводит итоги игры, еще раз называет спортивное событие, его результат, сообщает информацию о себе и о своих коллегах, прощается с телезрителями.

Что касается коммуникативно-функциональных особенностей спортивного репортажа, то здесь можно выделить три основные функции: 1) описание событий; 2) представление фоновой информации для болельщиков; 3) привлечение внимания.

В отношении языковых особенностей спортивного комментария нужно подчеркнуть, что в данном виде переводческой ситуации выделяют языковые особенности как на грамматическом, так и на лексическом уровнях.

К грамматическим особенностям спортивного репортажа можно отнести: обратный порядок слов в предложениях, наличие двойных подлежащих, незаконченных высказываний и др.

Что касается лексических особенностей спортивного комментария, следует подчеркнуть, что основу речи комментатора составляет *общеупотребительная* и *разговорная* лексика. Помимо этого, широко используются *термины*, *лексические образные средства*, к которым относятся эпитеты, метафоры, сравнения и др.

Отмеченные нами особенности значительно усложняют осуществление синхронного перевода спортивного комментария и должны учитываться переводчиком с целью предварительной подготовки для повышения качества выполненного перевода.

Ф. Пакуш

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ КАК СПОСОБ ДОСТИЖЕНИЯ АДЕКВАТНОСТИ ПЕРЕВОДА

Главная цель перевода – достижение адекватности. Основная задача переводчика при достижении адекватности – умело произвести различные *переводческие трансформации* (ПТ), чтобы текст перевода как можно более точно передавал всю информацию, заключенную в тексте оригинала, при соблюдении соответствующих норм переводящего языка. Суть трансфор-

маций заключается в изменении формальных (лексические или грамматические трансформации) или семантических (семантические трансформации) компонентов исходного текста при сохранении информации, предназначенной для передачи. В настоящее время существует множество классификаций переводческих трансформаций. Рассмотрим некоторые из них.

Л.К. Латышев дает классификацию ПТ по характеру отклонения от межъязыковых соответствий, в которой все ПТ подразделяются на: *морфологические* – замена одной категориальной формы другой или несколькими; *синтаксические* – изменение синтаксической функции слов и словосочетаний; *стилистические* – изменение стилистической окраски отрезка текста; *семантические* – изменение не только формы выражения содержания, но и много содержания, а именно тех признаков, с помощью которых описана ситуация; *смешанные* – лексико-семантические и синтактико-морфологические.

В классификации Л.С. Бархударова ПТ различаются по формальным признакам: *перестановки, добавления, замены, опущения*. *Перестановки* называются изменения расположения языковых элементов в тексте перевода по сравнению с текстом оригинала. *Подзаменами* понимаются как изменения при переводе слов, частей речи, членов предложения, типов синтаксической связи, так и лексические замены (конкретизация, генерализация, антонимический перевод, компенсация). *Добавления* подразумевают использование в переводе дополнительных слов, не имеющих соответствий в оригинале. *Опущения* имеют в виду опущение тех или иных слов при переводе. Я.И. Рецкер пишет, что “хотя не всегда можно классифицировать каждый пример перевода из-за переплетения категорий, в общем можно выделить 7 разновидностей лексических трансформаций: *дифференциация значений; конкретизация значений; генерализация значений; смысловое развитие; антонимический перевод; целостное преобразование; компенсация потерь в процессе перевода*”.

Л.С. Бархударов, Л.К. Латышев, Т.Р. Левицкая, А.М. Фитерман, В.Н. Комиссаров, Я.И. Рецкер подразделяют ПТ на лексические, грамматические, стилистические. Трансформации могут сочетаться друг с другом, принимая характер сложных комплексных трансформаций.

Ф. Парфененко

БЕЗЭКВИВАЛЕНТНАЯ ЮРИДИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА ВО ФРАНЦУЗСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Среди терминосистем всех областей человеческой деятельности терминосистема закона, делопроизводства и юриспруденции отличается наибольшей стабильностью. Также юридические терминосистемы обнаружи-

вают стремление к максимально возможной лексической общности при взаимодействии различных языков. Это объясняется как необходимостью единства интерпретации юридических текстов на различных языках, так и общностью происхождения юридических терминологий в языках, которые вряд ли можно назвать близкородственными. Эта общность обусловлена тем, что языком дошедших до нас юридических текстов, относящихся к функционирующей и в наши дни системе римского права, была латынь, широко использовавшаяся в европейской юридической практике от Античности и до XIX в. Кроме того, недавно проявившимся, но очень влиятельным фактором является глобализация мировой экономики, требующей теснейшего взаимодействия отдельных юристов и целых правовых систем разных стран, а также взаимодействия юристов с представителями других областей знания.

И все же некоторые факторы обуславливают присутствие и довольно значительное *безэквивалентных юридических терминов* в паре русский язык/ французский язык. Отсутствие эквивалентов для многих значений объясняется экстралингвистическими факторами: различиями в законодательстве, юридической практике, делопроизводстве и так далее. При анализе систем права мы обнаруживаем, что при всем сходстве кодифицированных систем Франции и Республики Беларусь существуют реалии, не присущие как одной, так и другой системе. Это объясняется различной историей развития этих систем, в случае с Беларусью – ее наследием советской системы права.

При переводе подобные безэквивалентные термины могут передаваться либо при помощи развернутых пояснений, либо при помощи фонетической транслитерации или кальки. Последний вариант представляется менее предпочтительным, поскольку, во-первых, может быть непонятен адресату, что недопустимо в юридически значимом тексте, а во-вторых, может быть воспринят как экзотизм. Тем не менее как калькирование, так и транслитерация могут применяться, если семантическая лакуна, имеющаяся в языке перевода, связана с широкой практикой международных экономических и иных отношений. В этом случае подобный способ перевода способствует ассимиляции терминов-интернационализмов, понятных большинству специалистов в различных странах.

О. Пашкевич

ЛИНГВОЭТНИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА

К лингвоэтническому барьеру при переводе относится все то, что не позволяет носителю ПЯ непосредственно воспринимать текст на ИЯ и реагировать на него так же, как если бы он был носителем ПЯ.

В случаях с отсутствием соответствия той или иной лексической единице одного языка в словарном составе другого языка мы говорим о безэквивалентной лексике. Сюда относятся в основном следующие группы

слов: имена собственные, географические наименования, названия учреждений, организаций, газет, пароходов и пр., не имеющие постоянных соответствий в лексиконе другого языка. Слова, обозначающие разного рода предметы материальной и духовной культуры, свойственные только данному народу, например, названия блюд национальной кухни, видов народной одежды и обуви, народных танцев, видов устного народного творчества. Сюда же входят слова и устойчивые словосочетания, обозначающие характерные только для данной страны политические учреждения и общественные явления, торговые и общественные заведения. В процессе перевода приходится прибегать к следующим приемам.

1. Введение в текст дополнительной информации в виде сносок и комментариев, использование примечаний переводчика. Зачастую авторы переоценивают фоновые знания читателей, не объясняя реалию, чужую или свою, но явно не знакомую читающей публике.

2. Транслитерация, транскрипция и калькирование при передаче иноязычных реалий. В настоящее время эти приемы при переводе художественной литературы используется гораздо реже, чем прежде. Это вполне обосновано – передача звукового или буквенного облика иноязычной лексической единицы не раскрывает ее значения.

3. Описательный перевод заключается в раскрытии значения лексической единицы ИЯ при помощи развернутых словосочетаний, раскрывающих существенные признаки обозначаемого данной лексической единицей явления.

4. Также в процессе перевода применяются «аналоги», но следует иметь в виду, что они лишь приблизительно передают значение исходного слова и в некоторых случаях могут создать не вполне правильное представление о характере обозначаемого ими предмета или явления.

5. Прием «смыслового развития» заключается в замене словарного соответствия при переводе контекстуальным, логически связанным с ним.

Зная описываемую действительность, умея взглянуть на нее глазами читателя другой страны, с одной стороны, а с другой – зная своего читателя и представляя себе, как он примет ту или иную реалию, переводчик должен поддерживать равновесие между ними. Это, пожалуй, самое важное в преодолении лингвоэтнического барьера.

Д. Полуда

МЕЖЪЯЗЫКОВЫЕ И МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ БАРЬЕРЫ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Понимание сообщения в коммуникативном процессе может быть ограничено целым рядом помех или барьеров.

Первая причина, осложняющая межъязыковую коммуникацию, кроется в избыточности языка, с одной стороны, и его недостаточности – с другой.

Слова разных языков, обозначающие одно и то же понятие, могут различаться семантической емкостью, что проявляется в явлениях избыточности или недостаточности форм выражения одного и того же понятия на иностранном языке по сравнению с родным языком. Крайним случаем языковой недостаточности, например, является отсутствие эквивалента для выражения того или иного понятия, часто вызванное отсутствием и самого понятия в данном языке. Сюда относится так называемая безэквивалентная лексика.

Следующая причина, которая осложняет и препятствует эффективной коммуникации, относится к перестройке мышления. С новым иностранным словом мы транспонируем в свое сознание понятие из другого мира, из другой культуры. Именно эта необходимость перестройки мышления, изменения собственной, родной картины мира по чужому образцу и представляет собой один из главных барьеров при осуществлении межъязыковой и межкультурной коммуникации.

Затрудняет межъязыковую коммуникацию также тот факт, что каждое слово имеет свой, присущий только данному языку, круг лексической сочетаемости, что нередко осложняет процесс перевода. Так, представляется полезным заучивать иностранные слова не в отдельности, по их значениям, а в естественных, устойчивых сочетаниях, характерных для данного языка.

Ввиду того, что язык – динамичное явление, и каждый день появляются новые слова и выражения, профессиональным переводчикам для преодоления межъязыкового барьера необходима постоянная готовность повышать свою межъязыковую и межкультурную грамотность, более детально и тщательно изучать мир носителей языка, их образ жизни, национальный характер, менталитет, потому что речепроизводство определяется в первую очередь знанием социальной и культурной жизни говорящих на данном языке людей.

Регулярное чтение периодических изданий, ведение собственной картотеки и переводческих блокнотов, расширение фоновых знаний за счет изучения информационных справочников, энциклопедий – реальный путь к преодолению межъязыковых и межкультурных барьеров.

Н. Пристром

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ЛЕКСИКИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФОРУМОВ

В настоящее время развитие национальных языков обусловлено значительным влиянием Интернета, которое настолько масштабно, что лингвисты уже говорят о возникновении сетевого языка, а Интернет называют социальной виртуальной реальностью.

Необходимо помнить, что стандарты языка, используемые в интернет-общении, зависят от ряда факторов: уровня качества сайта, степени его популярности, формата обсуждения, темы и индивидуальных характеристик авторов сообщений. В зависимости от преобладающего фактора на первый план выходят различные особенности языка интернет-коммуникации, которые можно рассмотреть на примере отрывка, размещенного на веб-странице под названием «The Ask Attack!». Текст представляет собой краткий пересказ одного из эпизодов телесериала «Остаться в живых» и излагается в сатирико-пародийном стиле, то есть доминирующей функцией использованной разговорной лексики является функция создания комического эффекта, языковая игра. В нем встречается как общий сленг, так и специфический интернет-жаргон.

К элементам интернет-жаргона можно отнести понятие *рекапс*, искаженное транслитерированное *recap*, имеющее то же значение, что и оригинал: 'краткий пересказ, резюме'. Из жаргона массмедиа в разряд интернет-жаргона переходит также слово *spin-off* ('фильм, основными действующими лицами которого являются персонажи, ранее фигурировавшие в исходной картине с тематически другим сценарием'), которое чаще всего используется в транслитерированном виде *спин-офф*. Многозначное английское слово *upgraded* передается как *апгрейженный*, так как последнее уже довольно давно вошло в русский интернет-жаргон и понятно целевой аудитории.

Анонимность и дистантность интернет-коммуникации часто приводят к использованию стилистически сниженной лексики. При передаче ненормативной лексики следует учитывать литературные нормы языка перевода, поскольку русскоязычные словарные аналоги многих английских стилистически сниженных единиц звучат намного грубее и вульгарнее, чем в языке оригинала.

Использование сленга для языковой игры заметно во фразе *How much con can a con man con if a con man's wife cons him?*. В ней можно узнать английскую скороговорку «How much wood would a woodchuck chuck if a woodchuck could chuck wood». Образ и связь с поговоркой передать невозможно, однако лексические средства русского языка позволяют сохранить смысл высказывания и его запутанность: «*Вор ли вор, ворующий у жены вора, если жена вора ворует у вора?*».

Таким образом, перевод текстов компьютерной коммуникации зачастую требует от переводчика умения нетрадиционно и творчески подходить к переводческой задаче, искать новые пути для адекватной передачи смысла высказывания, сохраняя при этом оттенки значений, коннотации и скрытые смыслы.

Т. Рафалович

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЛЕКСИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ
В ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ
И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК
(на материале французской прессы)

Трудно переоценить значение периодической печати в современном мире, ведь она является элементом четвертой, так называемой «информационной ветви власти». В первую очередь это определение касается общественно-политической публицистики, так как именно этот вид прессы наиболее широко освещает важнейшие события, происходящие в мире, и остро реагирует на актуальные проблемы.

Газетно-публицистический стиль весьма разнообразен, что и определяет необычайную широту его лексики.

Функционирование лексических единиц во французской периодической печати имеет свои особенности. Для газетных материалов характерна высокая насыщенность стереотипными средствами языкового выражения, которые, как правило, относятся к общелитературной нейтральной лексике (*deborder le vase, porter les fruits*). Одной из наиболее характерных особенностей языка современной прессы является аббревиация, которая объединяет в себе основные принципы газетно-публицистического стиля: стремление к стандарту и экспрессии. Использование стилистически маркированной лексики (специальных терминов, книжной и разговорной лексики) является непременным атрибутом газетного дискурса, необходимым для реализации его воздействующей функции. Неологизмы, как общеязыковые, так и окказиональные (*le droit-de-l'hommisme, le post-11-Septembre*), придают авторскому тексту эмоциональную экспрессивность и выразительность. Принципиальное отличие публицистического стиля заключается в большой роли в нем эмоциональной составляющей, которая находит свое выражение в лексических единицах с оценочной коннотацией (позитивной, негативной, иронической окраской). Значительную роль в газетных материалах играет образность текста, которая создается посредством различных стилистических приемов (метафор, зачастую развернутых; метонимий; олицетворений).

При переводе с французского языка на русский следует принимать во внимание тот факт, что образность характерна в большей степени языку французской, нежели русской прессы. Кроме того, дискурс русской общественно-политической прессы является более клишированным и нейтральным со стилистической точки зрения. При переводе французских аббревиатур зачастую требуется дополнительная их расшифровка для русскоязычного читателя.

Таким образом, при осуществлении перевода французских газетных материалов на русский язык необходимо учитывать как различия между дискурсом русско- и франкоязычных периодических изданий, так и особенности целевой аудитории.

ПЕРЕВОД СОКРАЩЕНИЙ И АББРЕВИАТУР С ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

При переводе на русский язык французского текста переводчик часто сталкивается с проблемой перевода сокращений и аббревиатур: ОТАН (НАТО), OSCE (ОБСЕ), AIEA (МАГАТЭ) и т.д. Только текст, в равной мере насыщенный аббревиатурами, способен вызвать у русского читателя сходную реакцию. В особенности это касается текстов научного и официально-делового стилей, документации, текстов приказного и уставного характера. Они отличаются наличием большого количества разнообразных терминов и связанных с ними сокращений. Дело в том, что некоторых эквивалентов этих языковых единиц в русском языке не существует. На примере французских военных сокращений можно выявить основные способы их передачи.

1. Если эквивалент существует, то необходимо один раз указать полное название понятия, далее использовать эквивалент сокращения или аббревиатуры:

arme blindée cavalerie (ABC) – бронетанковые войска (БТВ);

état-Major des armées EMA – генеральный штаб вооруженных сил (генштаб ВС).

2. Если эквивалента не существует, а понятие используется редко, то сокращением (аббревиатурой) можно пренебречь, оставив лишь полное название понятия:

peloton de surveillance et d'intervention de la gendarmerie (PSIG) – патрульный и боевой взвод жандармерии;

Brigades Departementales de Renseignements et d'Investigations Judiciaires (BDRIJ) – департаментские следственные бригады судебной полиции.

3. Если эквивалента не существует, а понятие встречается часто, то с целью достижения наибольшего соответствия переводного текста тексту оригинала, а также для упрощения сложных фраз целесообразно использовать импровизированные сокращения. Такие случаи должны быть отмечены в переводческом примечании:

bataillon de mar ins-pompier de Marseille (BMPM) – марсельский морской противопожарный батальон (ММПБ);

service des systemes d'information de la Marine (SERSIM) – служба информационных систем ВМС (СИС ВМС).

Для поиска в русском языке эквивалента французской терминологии, сокращений и аббревиатур необходимо использовать терминологические и энциклопедические словари, специализированные по сферам деятельности периодические издания, электронные словари, энциклопедические статьи, а также ресурсы сети Интернет.

Е. Сазонова

СЛОЖНОСТИ ПЕРЕВОДА ИНСТРУКЦИЙ К РОЛЕВЫМ КОМПЬЮТЕРНЫМ ИГРАМ В СТИЛЕ ФЭНТЕЗИ

Одним из самых популярных видов развлечений являются компьютерные игры. По мере того, как растет количество выпускаемых компьютерных игр, все больше и больше требуются услуги переводчиков, которые переводили бы тексты игр и инструкции к ним на различные языки, расширяя игровую аудиторию.

Тексты инструкций к ролевым компьютерным играм в стиле фэнтези относятся к официально-деловому стилю и имеют следующие лексические особенности.

1. Многозначные английские слова приобретают новые значения в контексте компьютерной игры: например, существительное *quest* в ролевых компьютерных играх обозначает задание, которое необходимо выполнить игроку.

2. В текстах отмечается большое количество слов, образованных по следующим словообразовательным моделям:

а) сложные существительные, образованные по схемам: **n+n=N**: *side + quest = side-quest* ‘побочный квест’; **v+prt=N**: *level + up = level-up* ‘повышение уровня’;

б) слова, образованные по конверсии: *to save – a save*; *to cast – a cast*;

в) большое число слов-сокращений, e.g. аббревиатуры: *NPC*, *RPG*, *DB*;

3. В компьютерных играх широко используются имена собственные, которые являются заимствованиями из литературных источников; *vampire*, *goblin*, *orc*, но также часто названия участников игр являются авторскими творениями: *atronach*, *dremora*, *daedra*.

Указанные лексические особенности текстов инструкций к ролевым компьютерным играм в стиле фэнтези требуют и особых подходов к их переводу. Наиболее часто используются следующие приемы перевода.

1. Перевод сложных существительных словосочетаниями: *gameplay – интерфейс игры*, *add-on – дополнение к игре*, *savegame – сохраненная игра*.

2. Перевод аббревиатур с помощью заимствования в исходном виде: *NPC – NPC*, *RPG – RPG*; транслитерации: *NPC – НПС*; создания адекватной аббревиатуры из русских слов: *DB (Dark Brotherhood) – ТБ (Темное Братство)*.

3. Использование уже введшихся вариантов перевода для перевода аллюзий: *vampire – вампир*, *goblin – гоблин*, *orc – орк*.

4. Перевод с помощью транскрипции или транслитерации имен собственных, созданных авторами игры: *atronach – атронах*, *dremora – дремора*, *daedra – даэдра*.

Таким образом, при переводе инструкций к ролевым компьютерным играм в стиле фэнтези необходимо учитывать особенности стиля данного типа текстов и использовать наиболее подходящие для передачи его адекватности способы перевода.

МОТИВИРОВАННОСТЬ БРЕНДОВ В ТИПОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Появление нового слова в языке, в том числе и бренда, подчинено языковым законам, то есть всегда обоснованно, или мотивировано. Цель данного сообщения заключается в установлении закономерностей мотивированности брендов-наименований кофейных напитков в типологически разных языках (в частности, английском, немецком, норвежском, итальянском, испанском, греческом, русском и др.), актуальность исследования которых подтверждается постоянным обновлением данного класса слов, их переходом в разряд имен нарицательных и соответственным переносом своих номинативных закономерностей в языковую систему.

Анализ брендов-наименований напитков на основе кофе в языках разных типов, отобранных методом сплошной выборки из статей Интернета и словарей, позволил сделать следующие выводы.

1. Анализируемый класс наименований характеризуется наличием общих номинативных закономерностей, которые проявляются в существовании определенного ограниченного набора мотивировочных признаков, положенных в их основу.

2. Основными мотивировочными признаками брендов-наименований кофейных напитков явились:

- ‘локативный признак’, отражающий информацию о месте появления данного напитка – англ. *Middle Eastern coffee/Turkish coffee, Irish coffee*; греч. *ελληνικός καφές (Greek coffee)*; рус.: *кофе по-венски, кофе по-ирландски, кофе по-восточному*;
- ‘цвет’, репрезентирующий знание о цвете готового продукта – англ. *black coffee, white coffee*; итал.: *cappuccino chiaro (white cappuccino)*; иврит *קפה שחור (black coffee)*; вьетн. *cà phê đen nóng (hot black coffee)*;
- ‘основной ингредиент/наличие добавок/их соотношение’, свидетельствующий о доле кофе и дополнительных ингредиентов (молока, ликера и др.) – англ. *brandy coffee, Bailey’s coffee*; итал. *caffè latte, caffè e panna*;
- ‘способ приготовления’, отражающий знание об особенностях приготовления данного типа напитка – англ. *drip coffee*; нем. *Lauf*; норв. *karsk*; итал. *affogato al cafe (drown in coffee)*; рус. «Капельница»;
- ‘температура’, репрезентирующий знание о том, подается ли данный напиток горячим или холодным – англ. *iced cappuccino*; итал. *caffè freddo, cappuccino freddo*; исп.: *café con hielo*; яп.: *アイスコーヒー aisu kōhī (iced coffee)*;
- ‘другое’. В эту группу вошли наименования, мотивированные именем создателя рецептуры, брендом кофе-машины, сосудом, в котором готовится или подается кофе и др. – нем. *Obermaier, Beduinenkaffee, Häferl-Kaffee*; итал. *caffè al bicerin (small glass)*.

3. Многие из проанализированных наименований, в особенности английские, имеют характер интернационализмов, что типично для брендов в

целом, поскольку широко заимствуются другими языками. Это, вероятно, ведет к унификации типов мотивировочных признаков класса брендов в разных языках.

Таким образом, проведенное исследование показало, что в названии бренда отражаются основные характеристики товара, которые важны для потребителя: происхождение, состав, особенности приготовления или преимущества – что, с точки зрения маркетинга, облегчает узнавание товара, а значит, и выбор, а с точки зрения лингвистики, свидетельствует о наличии типологических номинативных закономерностей в определенном классе слов разных языков.

А. Сардарова

СПОСОБЫ ОБРАЗОВАНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИ КОРРЕКТНЫХ ЭВФЕМИЗМОВ

Проведенное исследование политкорректной лексики, выделенной на основе анализа речей американских политических деятелей, показало, что данная лексика представлена в основном простыми словосочетаниями (*undocumented people*) и сложными словосочетаниями (*people of limited means*).

Слова-эвфемизмы составляют 24 % исследованного материала и могут быть представлены практически любой частью речи: существительным (*growth – опухоль, Nick – дьявол*), прилагательным (*soft – глупый*), причастием (*shelved – безработный*), глаголом (*to fall – умереть*). Количество политкорректных аббревиатур-эвфемизмов в анализируемом материале незначительно – 1 % (*D and C – аборт*).

Как показал анализ, основным способом образования политкорректных эвфемизмов является семантический (86 %). Наиболее продуктивным типом выступает описательный перифраз, который выглядит как словарная дефиниция. Так, например, политически некорректное слово *poor* представлено целым рядом эвфемистических эквивалентов: *low income, in need, of modest economic means*. Другим продуктивным способом образования политически корректных эвфемизмов является генерализация, увеличивающая референциальную неопределенность высказывания. Наиболее подверженными ей оказались эвфемизмы, направленные на исключение дискриминации по половому признаку. Гендерно маркированное слово *man/men* заменяется словами с более общим значением, включающим представителей как мужской, так и женской части населения, *person, human being, member, individual*. Не менее продуктивным способом является использование синонимических замен. В качестве таковых выступают слова-синонимы, имеющие более положительную коннотацию: *crime – offense, immigrant – guest worker*.

К более редким семантическим способам образования можно отнести метафору (*economically crippled*), эллипсис (*choice of women*), сужение значения (*assistance – финансовая поддержка*).

Морфологические способы эвфемизации (аббревиация, аффиксация, словосложение) отвечают за относительно небольшой процент политкорректной лексики (9 %). Следует отметить, что возможно сочетание семантического и морфологического способов: *garbologist* (*garbage collector*), *low-incomers*.

О. Серёгина

ИДЕНТИФИКАЦИЯ И ПЕРЕВОД ПСЕВДОИНТЕРНАЦИОНАЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ

Под «ложными друзьями» переводчика понимают группу слов, которая имеет сходную форму написания с интернациональными словами и заимствуется в своем неосновном значении. Они фиксируют реалии в новой культурноязыковой среде, а также служат основой для образных выражений, и в процессе перевода таких значений иногда происходит выбор слов, которые находятся на самой периферии. Переходя из одного языка в другой, пары «ложных друзей» переводчика расходятся в понятийном содержании, реалиях, стилистических характеристиках и лексической сочетаемости.

В результате анализа экономических текстов было отобрано 233 единицы слов, относящихся к группе интернациональной и псевдоинтернациональной лексики. В качестве материала исследования были взяты экономические статьи из журнала «Economist», газет «Moscow Times» и учебника по экономике «Economics» под редакцией К. Макконелла, С. Брю.

Выбор экономических текстов для анализа переводческой проблемы объясняется тем, что в условиях ускорения процессов экономической глобализации повышается потребность в переводе экономической и научной литературы.

Учитывая цели перевода, а также специфику области и терминологию, очень часто дословный перевод с максимальным сохранением интернационализмов оказывается наиболее точным и понятным, например:

The company is involved with manufacturing and sales of chemical equipment for industrial clients. – Компания занимается производством и продажей химического оборудования промышленным клиентам.

В то же время использование интернациональных значений при переводе английских интернационализмов на русский язык зачастую приводит к разного рода ошибкам. Так, слово *direction* ложно отождествляется эквивалентом *дирекция* вместо правильного *направление*, а слово *data* – эквивалентом *дата* вместо правильного *данные* или *сведения*, например:

Based on available data, the distribution of income has moved generally in the direction of greater equality, at least since 1929.

В экономических текстах постоянно встречается множество употреблений лексических единиц, специализировать значения которых приходится с учетом контекста. Например:

*The latest models of many **capital** goods, including most buildings and pieces of equipment, differ substantially from older units.* – Постоянно появляются новые **средства производства**, включая здания и единицы оборудования, которые существенно отличаются от тех, что существовали раньше.

Употребление стилистически окрашенных интернациональных лексических средств является еще одной особенностью экономических текстов. Например:

*Gazprom has jacked up prices in its domestic market to give it more **muscle** internationally.* – Компания «Газпром» подняла цены на внутреннем рынке, чтобы придать дополнительный **вес** своим требованиям на международном рынке.

Н. Симонович

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СТРАДАТЕЛЬНОГО ЗАЛОГА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

Сравнительный анализ русских и английских публицистических текстов указывает на гораздо более низкую распространенность страдательного залога в русском языке, поэтому переводу этих конструкций следует уделить особое внимание с точки зрения адекватности и предложить наиболее приемлемые приемы и методы, обеспечивающие точность и адекватность перевода. Существуют различные возможности передачи на русском языке английской пассивной конструкции, которые можно свести к следующим основным способам перевода.

Способ перевода	Пример
<p>1. Перевод английской страдательной конструкции русской активной конструкцией.</p> <p>а) Часто используется, если в английском предложении есть указание на лицо или предмет, которым было совершено действие.</p> <p>б) Перевод пассивной безагентной конструкции русским действительным залогом имеет место при условии, что подлежащее в языке оригинала и перевода находятся в отношении части и целого.</p>	<p>а) Stones and bottles were showered upon a Negro demonstration in Milwaukee by white racialists. Белые расисты обрушили град камней и бутылок на негритянскую демонстрацию в Милуоки.</p> <p>б) His eyes were reverted to the pyramid. Он посмотрел на пирамиду.</p>

в) Когда в русском языке существуют устойчивые словосочетания, состоящие из глагола и существительного (такие как <i>получить доступ, возлагать надежды, взять на себя обязанность</i>), то пассивная английская конструкция также переводится на русский язык активной.	в) He also added, that his hopes were set upon the coming trip. Он также добавил, что возлагает надежды на предстоящую поездку.
2. Перевод пассивного залога неопределенно-личным предложением. Данная модель встречается наиболее часто. Характерно использование глаголов говорения.	Magdalene's story has been shouted from the rooftops for centuries in different languages. На протяжении веков об истории Марии Магдалины кричали на каждом углу на разных языках.
3. Для глаголов-сказуемых конкретного физического действия распространен перевод сочетанием глагола-связки <i>быть</i> в соответствующем времени, лице и числе + краткое причастие.	Tickets to the concert had been sold out a month before. Билеты на концерт были распроданы уже месяц назад.
4. Перевод предложения с глаголом в пассивном залоге предложением с глаголом с суффиксом <i>-ся</i> . Чаще встречается при номинализации: полнозначный глагол + именная часть.	Westminster Abbey is considered neither cathedral nor parish church. Вестминстерское аббатство не считается ни кафедральным собором, ни просто церковью для прихожан.
5. Перевод пассивной конструкции одиночным причастием или причастным оборотом. Применяется чаще всего для характеристики внешнего вида предмета или эмоционального состояния человека.	The boats were scratched up some of their timbers cracked; they looked to me as if they'd been fighting with one another. Поцарапанные и потрескавшиеся лодки выглядели, будто после сражения друг с другом.
6. Перевод глагола-сказуемого пассивной безагентной конструкции деепричастием или деепричастным оборотом. Встречается в случаях сложных предложений или простых, осложненных однородными членами (чаще сказуемыми), чтобы избежать нагромождения глаголов.	He told about his favourite childhood toy – a rod threaded with lettered tumblers that could be rotated to spell different words. Он рассказал о любимой игрушке детства, трубочке, состоявшей из нескольких «стаканчиков» с буквами, вращая которые можно было составлять разные слова.

В. Соболева

ВОЗМОЖНОСТИ ПЕРЕВОДА ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЙ В СОВРЕМЕННОЙ ИНДУСТРИИ МОДЫ

Перевод текстов из области индустрии моды относится к творческому процессу, но для его оптимизации при работе с цветовыми оттенками удобно пользоваться имеющейся классификацией цветов. Нами была предложена собственная классификация, разработанная на основе модели В.К. Харченко, с внесением изменений, обусловленных спецификой текстов, относящихся к индустрии моды.

В первую очередь мы выделяем **базовые цвета** – условно говоря, цвета радуги с добавлением черного и белого. Перевод базовых цветов не представляет трудностей и осуществляется дословно: *красный – red, синий – blue, белый – white*.

Группа **градуальных оттенков** – это оттенки цвета, выделяющиеся по степени выраженности основного тона. К этой группе нами были также добавлены оттенки цвета, относящиеся к одной «семье». Например, для зеленого цвета это такие оттенки, как *сосновый* – *evergreen* или вердигри – *verte-et-gris*. Перевод градуальных оттенков осуществляется посредством кальки или через использование оттенков, относящихся к другим группам: *сероватый* – *grayish*, *бледно-голубой* – *pale blue*, *нежно-розовый* – *baby pink*.

Светлотные оттенки различаются по степени освещенности основного тона. К этой группе относятся в том числе оттенки, отражающие свет. При переводе чаще всего используется калька: *светло-голубой* – *light blue*, *мерцающе-серый* – *shimmering gray*, *неоново-рыжий* – *neon orange*, *матово-черный* – *dull black*.

В группу **прототипических оттенков** входят оттенки, возникшие в проекции на природные объекты или артефакты, а также устойчивые блоки цветохарактеристик, традиционные сравнения и фразеологизмы. Перевод осуществляется посредством кальки или, редко, использования оттенков из других групп: *персиковый* – *peach*, *цвет арбузной мякоти* – *watermelon*.

В группу **двухцветно-слиянных оттенков** входят два оттенка в совмещении и слиянии. Как правило, они относятся к одной «семье» и переводятся посредством кальки или оттенка из другой группы: *изумрудно-бирюзовый* – *emerald turquoise*.

В группу двухцветно-слиянных оттенков входят оттенки, находящиеся в смежности, единстве аккордового восприятия, но полностью не сливающиеся. Перевод производится посредством кальки или оттенка из другой группы: *розово-бежевый* – *pink beige*, *красно-синий* – *red and blue*, *зеленовато-голубой* – *teal*.

Группа **цветообъектных** оттенков включает оттенки, имеющие условные названия, которые во многих случаях не дают непосредственной информации о цвете. Переводятся они методом кальки с внесением пояснений по мере необходимости: *сухие травы* – *dried herb*, *аврора* – *aurora*.

Таким образом, калькирование используется как наиболее частотный способ перевода цветообозначений и их оттенков в текстах индустрии моды.

А. Стельмашонок

АДАПТАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ФРЕЙМОВ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ПЕРЕВОДА

В последние годы проблема межкультурной адаптации текста становится все более актуальной в силу широкого развития межкультурных связей. Переводчикам приходится все чаще сталкиваться с реалиями, которые непросто передать на другой язык. Помимо культурно детерминированных реалий в теории семантики выделяется понятие *фрейма*, который, с одной стороны, конвенционален на уровне породившей его культуры, с другой стороны, специфичен и уникален. Фреймы организуют понимание мира в целом,

поэтому для переводчика особенно важно чувствовать и знать разницу перцепции различных понятий в различных культурах. Выраженная в тексте оригинала национально окрашенная лексика передается на иностранный язык таким образом, чтобы она стала понятной представителю иной культуры.

Пьеса Евгения Гришковца «Как я съел собаку» является весьма показательным примером для перевода с русского языка на иностранные, так как имеет ярко выраженный русский национальный колорит. В том случае, если поставленный по пьесе спектакль показывают в другой стране, переводчик интерпретирует исходный текст с учетом социокультурных особенностей обеих стран.

В тексте пьесы встречается множество фреймов, которые воспринимаются на ассоциативном уровне. Например, один из самых ярких фреймов в пьесе – «зимнее утро глазами школьника». Для человека, рожденного в климатических условиях России и Великобритании, это не одно и то же. Так, при переводе описания зимней дороги в школу переводчик пользуется интенсификатором *very*, переводя состояние ‘холодно’ как *very cold*.

Переводчик не может не учитывать замысел автора, который выражается во внимательном выборе лексики в тексте перевода. Например, в пьесе «Как я съел собаку» автор выражает тоску по детству и иногда говорит от лица маленького ребенка, поэтому при переводе даже такого простого слова, как *мама*, переводчик должен проявить определенные знания социокультурных явлений страны-реципиента.

Трудности межкультурного взаимопонимания могут скрываться в простейших номинациях и на уровне элементарных ассоциаций. Поскольку для вербализации действительности в различных культурах участвуют разные механизмы, переводчик должен постоянно следить за выбором грамматических, лексических и иных средств, заранее готовиться к переводу и быть точным в любых мелочах, чтобы донести до целевой аудитории адекватную интерпретацию авторского текста.

А. Стельмашонок

РАБОТА СИНХРОННОГО ПЕРЕВОДЧИКА В УСЛОВИЯХ ТЕАТРА

При подготовке к синхронному переводу для театральной сцены в связи с особенностью художественного стиля и авторского замысла тексты многих современных пьес не являются неизменными от спектакля к спектаклю. Следовательно, переводчик должен готовить себя к возникновению различий между сценарием и текстом, воспроизводимым на сцене каждый раз по-новому. Текст современной пьесы для театра обладает рядом уникальных характеристик, в том числе динамичностью, главная особенность которой заключается в возможности для автора и режиссера менять текст пьесы непосредственно по ходу действия, к чему переводчик должен быть предварительно подготовлен.

В частности, некоторые смысловые части могут удлиняться, другие – опускаться, что не должно вводить переводчика в заблуждение, так как в любом случае пьеса остается целостным произведением.

Для того, чтобы успешно подготовиться к переводу, желательно провести предварительную беседу с автором пьесы и режиссером спектакля, чтобы иметь общее представление о тех темах, которые могут быть изменены, тех структурных и смысловых частях, которые могут быть добавлены или опущены, так как только автор и режиссер решают, что и каким образом должно быть отражено в пьесе в предлагаемых обстоятельствах с учетом социальных, политических и культурных условий, которые отличаются динамичностью развития.

Необходимо помнить о том, что переводчик постоянно пополняет свои знания культурологического характера, чтобы в случае возможного межкультурного конфликта суметь дать автору определенный совет по коррекции формы или содержания высказывания, чтобы привести в соответствие текст оригинала и перевода во время синхронного перевода спектакля. В современных условиях синхронный переводчик должен уметь минимизировать эффект неожиданности для успешной реализации прагматических установок автора пьесы в условиях межъязыкового и межкультурного общения.

В практически экстремальных условиях осуществления синхронного перевода на театральных подмостках «домашние переводческие заготовки» становятся своеобразным спасательным кругом. В идеале этот механизм должен быть отработан до автоматизма.

Можно констатировать, что переводчику-синхронисту нужно овладеть не только секретами своей профессии, но и секретами актерского ораторского мастерства, что поможет поставить устный перевод на качественно новый уровень, сделать его максимально приятным и комфортным для восприятия зрителями. В этом и помогает освоение переводчиком секретов актерского мастерства, в частности, возможностей по коррекции и усовершенствованию собственных голосовых параметров и характеристик.

Е. Стефанова

СПОСОБЫ СОЗДАНИЯ ЭКСПРЕССИВНОГО И ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОЦЕНОЧНОГО ЗНАЧЕНИЯ ПРОЗВИЩНЫХ НОМИНАЦИЙ

Впервые слово *прозвище* встречается в XV в. (*an eke name, OE eke, also*). В лингвистике существует мнение, что прозвища древнее фамилий, так как фамилии развились из прозвищ – именовании людей по их роду деятельности и т.д. В подтверждение можно привести фамилии XIII в.: *William le Boteler (Butler – a bottle-maker); John de Cruce (Cross – someone who lived near an outdoor cross)*. Под *прозвищной номинацией* понимается любое дополнительное имя или наименование человека, обладающее узнаваемостью со стороны употребляющего его сообщества.

Существуют разные способы создания экспрессивного и эмоционально-оценочного значения, среди которых выделяют: использование *суффиксов с отрицательной (-ard, -ster, -aster) и положительной оценочной коннотацией (-ian, -esque), метафору и метонимию.*

Процесс *м е т а ф о р и з а ц и и* осуществляется посредством различных образов: 1. образ другого человека: *stargazer (астроном) – stargazer (мечтатель, созерцатель)*; 2. ассоциации, связанные с вещами: *pepper-pot (вспыльчивый, раздражительный человек)*; 3. образ мифологического героя: *Greek god (очень красивый человек)* и др.

М е т о н и м и я основана на ассоциации по смежности, т.е. вместо наименования одного объекта используется имя другого. Человек может быть обозначен посредством: 1. определенных частей тела: *butterfingers (растяна)*; 2. предметов окружающей действительности: *big cheese (большая шишка)*; 3. абстрактных понятий: *walking disaster/area (ходячее несчастье)* и др.

Прозвища создаются путем ассоциативно-семантического отражения свойств и особенностей человека. Субъективные оценки могут иметь положительные или отрицательные коннотации, поэтому при переводе прозвищ необходимо в той же мере сохранить их ориентированность на определенную ситуацию, а также заложенные в них характеристики и эмоциональную силу.

О. Супрунович

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛАТИНСКИХ ВЫРАЖЕНИЙ В ТЕКСТАХ ОФИЦИАЛЬНО-ДЕЛОВОГО СТИЛЯ И ИХ ПЕРЕВОД

Официально-деловой стиль обслуживает правовую и административно-общественную сферы деятельности. Он используется при написании документов, деловых бумаг и писем в государственных учреждениях, суде, а также в разных видах делового устного общения.

Для данного стиля характерно употребление международной терминологии и терминологии международного права, в основном латинского и французского происхождения, например: *консул, конвенция, атташе, демарш, коммюнике*. Иногда в дипломатических текстах латинские термины и выражения употребляются в латинском написании: *persona non grata, status quo, право veto* и т.д.

В настоящее время романские языки, а также английский используют латинские юридические термины практически без изменения их орфографической структуры. Многие из этих слов были взяты напрямую из языка-первоисточника в эпоху Ренессанса, когда возник интерес к латыни не только церковной, но и классической: *alibi, bona fide, habeas corpus, memorandum, veto*.

В русском языке наиболее часто первоначальное написание сохраняют выражения *a prima facie*, *ad hoc*, *inter alia*, *per se*, *pro et contra*. В остальных случаях используется транскрипция: *кворум*, *мандат*, *министр*, *нотариус*, *плебисцит*, *республика*, *юриспруденция* и т.д. Как видим, латынь сыграла немалую роль в обогащении русской юридической терминологии, связанной преимущественно с гражданским правом, а также со сферой общественно-политической жизни.

Многие из латинских заимствований принадлежат к так называемой интернациональной лексике, то есть повторяются в языках многих народов, объединенных между собой общими чертами культурного и общественного развития. По этой причине принципы и основополагающие понятия международного права излагаются на латинском языке: *lex loci delicti commissi* («закон места причинения вреда»), *lis alibi pendens* («одновременное рассмотрение гражданского дела судами разных государств»), *pacta sunt servanda* («договоры следует соблюдать») и др.

Латинизмы являются основой терминологического фонда многих языков. Слова латинского происхождения актуальны и для современного дискурса, так как они служат номинациями политических, экономических, юридических и других реалий, которые вызывают повышенный интерес у носителей языка.

Н. Тамкович

РЕФЕРАТИВНЫЙ ПЕРЕВОД НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Реферат – это семантически адекватное изложение основного содержания первичного документа, отличающееся экономной знаковой оформленностью и постоянством лингвистических и структурных характеристик.

Реферирование представляет собой интеллектуальный творческий процесс, включающий осмысление, аналитико-синтетическое преобразование информации и создание нового документа – реферата, обладающего специфической языковой и стилистической формой.

Основными функциями рефератов являются следующие: информативная, поисковая, индикативная, справочная, коммуникативная. Основным назначением реферата является оперативное распространение важнейшей научно-технической информации в максимально сжатом виде.

Процесс работы над текстом первоисточника складывается из нескольких этапов:

- 1) ознакомительное (ориентирующее) чтение;
- 2) подбор энциклопедических, отраслевых словарей, справочной и специальной литературы;
- 3) изучающее чтение текста;
- 4) разбивка текста на «аспектные блоки»;

- 5) анализ вида первоисточника и выбор аспектной схемы изложения материала (общий план изложения и т.д.);
- 6) конструирование новых высказываний на родном языке, передающих основное смысловое содержание по каждому аспекту;
- 7) запись фрагментов перевода, полученных в результате вышеописанных преобразований, в последовательности, заданной планом изложения;
- 8) критическое сравнение текстов реферата и первоисточника с позиции потребителя;
- 9) оформление и редактирование реферата.

Все, что в первичном документе не заслуживает внимания потребителя реферата, должно быть опущено. Так, в реферат не включаются: общие выводы, не вытекающие из полученных результатов; информация, не понятная без обращения к первоисточнику; общеизвестные сведения; второстепенные детали, избыточные рассуждения; исторические справки; детальные описания экспериментов и методик; сведения о ранее опубликованных документах и т.д.

Таким образом, реферирование учит рационально подходить к процессу чтения, развивает систему обратной связи и самоконтроля, приводит к формированию навыков и умений собственно чтения, т.е. извлечения научной информации из оригинальной литературы.

Я. Тишкевич

ВИДЫ ИНТЕРТЕКСТУАЛЬНОСТИ В РОМАНЕ ДЖОНАТАНА КОУ «WHAT A CARVE UP!»

В связи с возрастающим интересом к исследованию индивидуально-авторского стиля, к проблеме интертекстуальности как к культурному феномену и как текстовой категории, а также в связи с необходимостью исследования закономерностей ее реализации в текстах разных функциональных стилей, созданных в разных культурно-языковых сообществах, актуальным представляется выявление и изучение закономерностей представления интертекстуальности в текстах разных жанров. Целью данного сообщения является выявление особенностей представления интертекстуальных связей в современном художественном стиле на примере романа Джонатана Коу «What a carve up!».

Проведенное исследование позволило выявить интертекстуальность на *текстовом* и *лексическом* уровнях. Примерами текстовой интертекстуальности могут служить переплетенность текста романа с сюжетом книги Агаты Кристи «Десять негритят», когда каждый из героев убит по сценарию совершенных им преступлений: продажная журналистка придавлена грудой собственных статей, торговец оружием лишился рук (что можно рассматривать как аллюзию к произведению «A Farewell to Arms»), использующий свое служебное положение владелец галереи утонул в краске и др.

На лексическом уровне интертекстуальность представлена именами собственными – именами лиц (*Саадам Хусейн, Маргарет Тэтчер*), географическими названиями (*Кювеит, Лондон, Баттерси*), а также именами, относящимися к политической лексике (*Фолклендский конфликт, Поднебесная*), научной (*лактоза, эмульгаторы*) и публицистической (*BBC1, BBC2, the Guardian*). Подобное разнообразие средств интертекстуальности актуализирует в сознании читателя национальные стереотипы и разнообразные ассоциации, что позволяет автору не только не вдаваться в подробности при описании героев, но и предоставить возможность читателю составить собственное мнение о них.

Роман “What a carve up!” является блестящим образцом литературы постмодерна, сочетая в себе все разнообразие стилистической палитры языка и представляя интертекстуальность на текстовом и лексическом уровнях. Выявленные в рамках проведенного исследования интертекстемы свидетельствуют о высокой степени цитатности и погруженности произведения в культуру с целью передачи сложности, хаотичности и децентрированности современного мира средствами английского языка.

В. Тищенко

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТЕРМИНОВ ПО СТРОИТЕЛЬСТВУ И АРХИТЕКТУРЕ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Терминология как специальная область знания привлекает все большее внимание исследователей. Термины по строительству и архитектуре создаются в своем большинстве на английском языке или заимствуются через английский язык. В русском языке терминосистема строительства и архитектуры развивается достаточно активно.

В современной лингвистике в изучении термина известны два основных подхода: нормативный и дескриптивный.

Цель настоящего исследования – выявление структурно-семантических сходств и различий терминов по строительству и архитектуре в английском и русском языках. Материалом для исследования послужили десять текстов по данной тематике на английском и десять текстов – на русском языках. Подборка материала осуществлялась из специализированного издания по архитектуре, проектированию и строительству «Архитектура и строительство» и интернет-сайта Института цемента и бетона (The Cement and Concrete Institute).

Анализ показал, что в обоих языках наиболее употребительными оказались двухкомпонентные модели, представленные следующими структурными формулами: N1+N2 (*fire resistance, water heating, изоляция стены, монтаж плиты*) и A+N (*automatic blending, lateral loading, архитектурные проекты, отопительный сезон*). Далее по употребительности следуют

трехкомпонентные модели со структурной формулой A+N1+N2 (*interior vapor barriers, exterior air barriers, герметичные оконные конструкции, модифицированные бетонные смеси*).

Семантика терминологических словосочетаний изучалась с точки зрения принадлежности их компонентов к таким обобщенным признакам как предмет, свойство, процесс, явление, качество и параметр.

Анализ приведенных выше двухкомпонентных моделей показал, что в терминологических словосочетаниях *fire resistance, fire* обозначает процесс, а *resistance* – свойство (процесс + свойство), *water heating* (предмет + процесс), *изоляция стены* (процесс + предмет), *монтаж плиты* (процесс + предмет), *automatic blending* (свойство + процесс), *lateral loading* (свойство + процесс), *архитектурные проекты* (предмет + процесс), *отопительный сезон* (свойство + процесс).

Таким образом, наиболее употребительными оказались терминологические словосочетания с семантическими моделями предмет + процесс и свойство + процесс. Это позволяет сделать вывод, что чаще всего в качестве ядерного компонента выступает категория «процесс». В этом прослеживается явная закономерность, поскольку термины описывают процесс строительства, а также процесс применения различных строительных и архитектурных методов.

А. Федоренко

МОЛОДЕЖНЫЙ СЛЕНГ И ТРУДНОСТИ ЕГО ПЕРЕВОДА

Вопрос изучения разговорно-окрашенной лексики, в частности, молодежного сленга очень актуален. Эта достаточно весомая, совершенно неотъемлемая часть лексикона находится в постоянном движении и изменении. Отсюда вытекает его значимость как с точки зрения лингвистического анализа, так и с точки зрения практики перевода.

Молодежь стремится к самовыражению при помощи своего внешнего вида, формы проведения досуга. Сленг – это также один из способов самовыражения молодых людей. Молодежный сленг – пароль членов одной группы, словесный репертуар которых отличается от общепринятого наличием типичных слов и выражений и ставших своего рода “визитными карточками” молодежной культуры. Молодежный сленг отличается от сленга других групп, во-первых, тем, что служит для общения людей именно данной возрастной категории, во-вторых, он отличается «заикленностью» на реалиях мира молодых, в-третьих, в составе лексикона молодых людей нередко встречаются и достаточно вульгарные слова.

С целью анализа источников и способов образования новых сленговых слов методом сплошной выборки было зафиксировано 250 единиц из журналов “BRAVO”, “Glamour” и “Freundin”, предназначенных для молодежи и, частично, из текстов молодежных сайтов в Интернете.

Придерживаясь существующей классификации источников и способов образования сленговых выражений, было отмечено, что 25 % единиц выборки составляют иноязычные заимствования, а именно англицизмы, например *das Feeling* ‘чувство, ощущение’, *Look* ‘внешность’.

Можно также отметить и тенденцию к максимальному упрощению молодыми людьми языка, поэтому наблюдается достаточно широкое употребление сокращений, то есть усечение корней, например, *Promi – Prominent*, *Poli – Polizei*; *Info – Information*.

С точки зрения семантических свойств, большинство проанализированных слов можно отнести к обозначениям предметов быта и окружающих людей, сопровождающимся общим выражением эмоционального отношения, например, *Klamotten* ‘шмотки, одежда’, *Grufties* ‘старика’, *Spitze* ‘замечательно’.

Говоря о проблемах перевода сленгового слова на русский язык, нужно в первую очередь указать на необходимость сохранения его эмоциональной окраски. При передаче такой языковой единицы следует в обязательном порядке искать соответствия сленговых слов в языке перевода. Некоторые соответствия представлены в словарях, и это значительно облегчает задачу переводчика. В случае отсутствия перевода в специальном словаре при адекватном понимании можно заменить просторечием либо описанием.

П. Фурс

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ АВТОМАТИЗАЦИИ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

С самого начала перевод выполнял важнейшую социальную функцию, делая возможным межъязыковое общение людей. Перевод в своем развитии прошел несколько этапов, но в настоящее время предпочтение отдается информативному переводу, в котором особенности индивидуально-авторского стиля не так существенны. XXI век ставит новые задачи в информационном пространстве человечества. Сегодня для облегчения и ускорения труда переводчика используются как различные программы, позволяющие автоматизировать процесс перевода, так и специальные устройства, выполняющие перевод самостоятельно.

В настоящее время помимо привычных всем электронных словарей и автоматических компьютерных программ широко используются устройства, напоминающие маркеры. Один из представителей – IRISPen Translator 6. Этот прибор работает по принципу обычного сканера. Его ядром служит известная система Promt, позволяющая осуществлять быстрый перевод на различные языки. Как можно догадаться, перевод, выполненный при помощи маркера, будет далеко не идеальным, подходящим более-менее для технических текстов и документов. Еще одним минусом является то, что устройство может переводить лишь построчно и не способно охватить целый смысловой блок.

Японская корпорация NEC изобрела уникальное устройство – очки-переводчики. Собеседники в очках могут общаться на разных языках и замечательно понимать друг друга. В очки встроены микрофон и мини-компьютер, который превращает устный текст на иностранном языке в текст и проектирует перевод на сетчатку глаза, откуда он с помощью зрительных нервов попадает в мозг человека. Эта новинка должна поступить в продажу уже в 2010 г. Однако точность машинного перевода сегодня далека от уровня, который имеют профессиональные переводчики. Из-за этого очки пока еще предусматривается использовать среди сотрудников предприятий или персонала магазинов, чтобы помочь им в общении с клиентами.

Таким образом, в настоящее время новые технологии стремительно развиваются, оказывая влияние на нашу жизнь. При этом, естественно, многие вещи устаревают и уходят в прошлое. Однако даже при современном довольно высоком уровне развития технологий машинный перевод очень далек от идеального, поэтому во многих областях перевода компьютер не может сравниться с человеком.

Ю. Хахель

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ОФИЦИАЛЬНЫХ ДОКУМЕНТОВ

Официально-деловые документы являются основой делового общения современного мира. Работы известных лингвистов (И.Р. Гальперин, Я.И. Рецкер, В.Н. Комиссаров) позволяют определить первоочередную функцию официально-деловых документов как строгое фиксирование информации. А главной коммуникативной задачей является определение таких условий, которые обеспечивают достижение договоренности между двумя и/или более заинтересованными сторонами. Решение данной коммуникативной задачи характерно для всех разновидностей официальных документов (дипломатических документов, коммерческой корреспонденции, юридических и военных документов). Именно функциями официально-деловых материалов определяются следующие характерные особенности языка данного стиля.

– Специфическая терминология. Существуют так называемые собственно термины, используемые в основном в деловой речи (*liability to tax, to ratify an agreement, protectorate, to hear a case, the court of justice, etc.*).

– Использование слов преимущественно в их основных предметно-логических значениях, за исключением определенных слов дипломатической сферы (*instrument means a document, party – a side of agreement, provision – a statement, etc.*).

– Характерная традиционность средств выражения, лежащая в основе официальных документов, предопределяет использование архаичной лексики (*whereupon, henceforth, hereby, aforesaid, beg to inform, etc.*).

– Использование заимствованной лексики (латинской и французской), которая не ассимилировалась, а получила специфическую терминологическую окраску (*pro tempore, fait accompli, coup d'etat, mutatis mutandis*, etc.).

– Использование множественных сокращений/аббревиатур, сложносокращенных слов является особенностью всех разновидностей делового стиля (*M.P. – Member of Parliament, R.A.F. – Royal Air Force, UNO – United Nations Organization, gvt – government, pmt – parliament*, etc.). Особенно широко сокращения употребляются в военных документах не только для достижения краткости, но и для кодирования информации.

– В стиле деловой речи отсутствуют любые средства и приемы создания образности. Однако существуют определенные условные формулы обращения, просьбы, отказа, заключения и т.д., которые, будучи эмоционально окрашенными элементами, в деловом стиле утратили свою экспрессию и образность (*I humbly subscribe, obedient servant*, etc.).

– Чрезвычайная развернутость предложений с разветвленной системой союзной связи.

– Официальные документы большого объема делятся на разделы, подразделы, параграфы, пункты, подпункты; широко используется как арабская, так и римская нумерация.

М. Хоменок

ПЕРЕДАЧА НАЗВАНИЙ БРЕНДОВ И ТОРГОВЫХ МАРОК

Причинами трудностей передачи названий данного типа могут быть неудачный нейминг или неудачная адаптация названий и слоганов в разных странах. Но все же самые распространенные ошибки в названии брендов связаны с трудностями перевода. Для освещения материала по данной теме составим схему подхода к передаче названий брендов. Шаг №1: поиск существующего, уже утвердившегося в ПЯ варианта ИС. При наличии такового берем вариант ИС в готовом виде. Если утвердившийся вариант отсутствует, то шаг №2: установить «родной» язык бренда. Передача с языка-посредника недопустима и приводит к ошибкам. Например, переданные с английского, а не с японского и корейского языка *Toshiba – Тошиба, Hitachi – Хитачи* – варианты устоявшиеся, но неправильные (правильно *Тосиба и Хитати*). Шаг №3: выбор между транслитерацией или транскрипцией исходного написания; переводом или заимствованием написания. Лидер в области перевода брендов – прямой перенос (для сохранения внешнего облика), хотя порой это приводит к возникновению бренд-ляпов (например, *Coca-Cola* на китайском означает ‘Укусите головастика’). Несмотря на это, правило продолжают соблюдать. А по необходимости название передается на ПЯ посредством практической транскрипции (распространено в художественной литературе) с большой буквы и в кавычках: «Хеннесси»

(*Hennessy*), «Хенкель» (*Henkell*), «Дуден» (*DUDEN*), «Бекс» (*BECK'S*), «Книрпс» (*Knirps*), «Магги» (*Maggi*). Исключение составляет традиция написания: *Lufthansa* – «Луфтганза», а не «Луфтханза», печенье *LEIBNIZ* – не «Лайбниц», а «Лейбниц».

Названия клея *UHU* как ‘филин’, *NIVEA* как ‘снежная белизна’, а *BMW* как БМЗ не переводятся. Логика такого подхода не однозначна. Ведь зачастую название марки несет определенную смысловую нагрузку. Например, возникают такие курьезы: напиток «*Pavian*» (по-французски ‘шик’, а по-немецки ‘бабуин’), английские ткани *Puffs* (в переводе ‘легкое дуновение’, а на немецком сленге – ‘публичный дом’), роликовые дезодоранты фирмы *Clairol* со слоганом *Mist Stick* (‘туманный дезодорант’ – по-английски, ‘навозный дезодорант’ – по-немецки).

Таким образом, для перевода любого бренда необходим индивидуальный подход, но, конечно же, с учетом уже существующих правил и норм.

Е. Цытик

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПОЛИЛЕКСЕМНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ

В данной статье рассматриваются сложные «субстантивные единицы номинации» как один из вариантов проявления языковой экономии в научно-технических текстах. Опорный компонент полилексемных конструкций (ПК) представлен девербативом, а препозитивный сформирован различными частями речи. При переводе ПК важным является распознавание структуры и истолкование внутренних синтаксических связей между компонентами.

«Двухслойная семантика» опорного компонента-девербатива определяет широкий спектр передаваемых им значений: от значения действия мотивирующего глагола (*die Ruhespannungsmessung* ‘измерение напряжения покоя’; *die Fahrzeugabrollsicherung* ‘обеспечивать фиксированное положение транспортного средства’) через значение связанное с действием (*der Bremskraftregler* ‘регулятор тормозных сил (инструмент)’; *der Funkenübersprung* ‘искровой пробой (результат)’) до значения конкретной предметности как следствия утраты связи с действием (*der Altölbehälter* ‘емкость для хранения использованного масла’; *die Widerstandsabweichung* ‘погрешность сопротивления’).

Полисемия девербативов – переводческая проблема. Способность девербативов совмещать в своей смысловой структуре значения действия и значение предметности нередко приводит к неоднозначности при переводе ПК. Так, например: *der Verpolungsschutz* ‘защита от выбора неправильной полярности’; *der Übertemperaturschutz* ‘защита от перегрева’; *der Überlastschutz* ‘защита от перегрузки’; *der Kunststoffschutz* ‘пластмассовые защитные накладки’; *der Unterbodenschutz* ‘защитное покрытие днища кузова’.

Для определения значения актуализированного в контексте следует проследить сочетаемость с лексемами-компонентами ПК.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА БЫТОВЫХ РЕАЛИЙ

Язык каждого народа представляет собой живой организм, неразрывно связанный с историей, культурой и социальной жизнью этого народа. Разные народы воспринимают мир сквозь призму своего родного языка, и это определяет формирование культурно обусловленных явлений, или реалий, характерных для этого языка. Под определение *реалии* попадают все языковые единицы, обозначающие его специфические элементы и не имеющие эквивалентов в другом языке.

Под *бытовыми реалиями* понимаются слова, использующиеся в повседневном общении в одной культуре и не имеющие эквивалентов в другом языке и другой культуре. Говоря о проблеме перевода бытовых реалий, важно отметить тот факт, что в повседневном общении человек не всегда употребляет слова, относящиеся к норме языка, т.к. сам процесс повседневного общения подразумевает употребление языковых единиц со стилистически сниженной и ярко выраженной эмоциональной окраской.

Характерные особенности разговорной речи проистекают из условий бытового общения. Так, речь не обдумана предварительно, в ней присутствует прямой двусторонний контакт, преобладает диалог. Кроме того, используются дополнительные выразительные средства (жесты, мимика, интонация). Наличие обратной связи позволяет говорящему не стремиться к большей точности и полноте выражения, поскольку контекстом его высказывания служит сама ситуация. В данном случае преобладают слова с эмоционально-оценочной окраской, например, *дылда* – *lamppost*, досл., фонарный столб; *jalory* – ‘полуразвалившийся ветхий автомобиль или самолет’, *драндулет*; *оболтус* – *blockhead* (однако *оболтус* – неряшливый ленивый человек, тогда как *blockhead* ближе к слову *дурак*).

К бытовым реалиям также относятся названия национальных блюд, танцев, одежды и т.д. Например, *балалайка* – *balalaika*, *блины* – *blini*, *борщ* – *borshch*, *кафтан* – *kaftan*, *самовар* – *samovar*, *квас* – *kvas*; *jeans* – джинсы, *rodeo* – *родео*, *rancho* – *ранчо*, *прерия* – *прерия*, *chips* – *чипсы* и пр.

Язык повседневного общения создает трудности для перевода, т.к. реалии, относящиеся к данному пласту языка, не имеют эквивалентов в языке перевода. Для разрешения данной проблемы используются различные переводческие приемы, обеспечивающие не столько эквивалентность, сколько адекватность перевода реалий, поскольку важно сохранить не форму языковой единицы, а ее содержание, сделать понятным ее смысл для читателя или слушателя. Вариантом перевода лексической единицы *авоська* является *string bag*. Несмотря на то, что он не отражает иронии (авось в магазине появится что-то, что можно будет купить), перевод может быть признан адекватным. Таким образом, переводчику для успешной работы необходимы не только отличные знания фонетики, грамматики, лексики, стилистики исходного языка, но также большой объем фоновых знаний о культуре и истории языка перевода.

МОТИВИРОВАННОСТЬ НАИМЕНОВАНИЙ ЭЛЕКТРОННЫХ АДРЕСОВ

Вопросы мотивированности отдельных групп лексики с древнейших времен интересовали ученых. В настоящее время интерес к мотивированности возрос в связи с развитием когнитивных теорий, с одной стороны, и с другой – вследствие постоянного пополнения словарного запаса современных языков новыми лексическими единицами, в частности, в связи с расширением контактов и обменом информацией между народами. Увеличение объемов информации и развитие информационных технологий привели к появлению новой группы языковых единиц, находящейся на стыке имен собственных и нарицательных, – наименований электронных адресов, или логинов. Интерес к подобным наименованиям обусловлен тем, что в нашей стране не стало традицией, как на Западе, называть почтовый адрес своим именем и фамилией. В результате в молодежном сегменте интернет-пользователей наименования адресов представляют собой не что иное, как нарицательные наименования, которые, как и все другие лексические единицы языка, появляются как мотивированные. Таким образом, целью данного сообщения является установление типов мотивировочных признаков, положенных в основу наименований электронных адресов, или логинов, образованных на базе английского языка.

Анализ наименований электронных адресов 110 белорусов в возрасте от 17 до 25 лет позволил сделать следующие выводы.

1. В основу 100 % наименований положены те или иные признаки, что свидетельствует о мотивированном характере анализируемой группы наименований.

2. Наименования электронных адресов мотивированы преимущественно именем пользователя, однако, в отличие от распространенных на Западе наименований, белорусские интернет-пользователи сокращают имя (7,27 %), используют имена с уточнениями (8,18 %), псевдонимы (20 %) или производные от своей фамилии (10 %): *nastyaaant@***.**, aleksvoj@***.**, nastyalola@***.**, nataliepo@***.**, Nas-kas@***.**, anna_sez@***.**,*

3. Одним из распространенных мотивировочных признаков является признак ‘увлечения, интересы’ (21,8 %): *Doors@***.**, Yellow_whale@***.**, Kljannn@***.**, sp_ball@***.**, flowers91@***.**, white-roses@***.**,* и др.

4. К менее распространенным можно отнести мотивировочные признаки ‘учеба и профессиональная деятельность’ (6,36 %): *tech_star@***.**, 2012band@***.**, translations@***.**,* и ‘оценка’ (5,45 %): *Ma.shutka@***.**, olasya@***.**, karolinka320@***.**,*

5. Достаточно многочисленной оказалась группа «другое» (20 %). Это можно объяснить тем, что при создании электронных почтовых адресов используется фантазия и вкладывается совершенно разная информация, которую сложно отнести к какой-либо из вышеотмеченных групп из-за единичности случаев употребления: *olya_italy@***.**, peaceagurma@***.**,*

*tvoyasovest@***.**, vazochka1987@***.**, eraserhead2002@***.**, give_some_drive0@***.*** и др.

Таким образом, можно заключить, что наименования почтовых адресов представляют собой группу языковых единиц, для которой характерны определенные номинативные закономерности и ограниченный набор основных мотивировочных признаков, положенных в их основу. Поскольку в анализируемой группе наименований представлены элементы молодежного сленга, то дальнейшим направлением исследования могло бы послужить определение его роли в номинации.

А. Шигалева

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК БРИТАНСКИХ ГАЗЕТНЫХ ЗАГОЛОВКОВ

Заголовок в английских газетах помогает кратко проинформировать читателей о содержании статьи, отражает характер и важность описываемых событий. Характерными чертами заголовков является использование лаконичных фраз, часто с нарушением языковых норм – сокращение структуры предложений, отсутствие артиклей, вспомогательных и смысловых глаголов. Все это помогает облегчить восприятие информации и привлечь внимание читателей.

Для правильного перевода заголовка на русский язык переводчику необходимо сначала прочитать статью, так как заголовок может не отражать ее основную идею. Например, в статье *“Young man in a hurry”* речь идет о молодом политике, который, не имея большого опыта, баллотировался на пост губернатора Калифорнии. Исходя из содержания статьи, данный заголовок можно перевести как *«Молодежь торопится жить»*.

Необходимо также учитывать, что при сообщении о недавних событиях используется форма Present Indefinite, а будущее время передается с помощью инфинитива, например: *“China to deploy ships off Somalia”* – *«Китай отправит эсминцы к берегам Сомали»*; *“Poisoned medicine kills dozens of children in Nigeria”* – *«Десятки детей в Нигерии умерли от ядовитого лекарства»*.

Трудность при переводе может представлять эллипсис, т.е. предложение, в котором опускаются различные служебные слова, а зачастую смысловые глаголы и другие слова. Для точного перевода следует сначала восстановить структуру предложения: *“6 [men became] dead in Somali parliament mortar attack”* – *«Шесть человек погибли во время вооруженного нападения на парламент Сомали»*.

Определенную трудность представляет передача сленга, например: *“Cops find huge Mafia gun stash”* – *«Полиция обнаружила огромный тайник с оружием мафии»*. Слова *cops* и *stash* являются сленговыми. *“Can Obama Turn*

Colorado Blue?” – «Сможет ли Обама завоевать симпатии Колорадо?». Выражение *to turn blue* используется как сленговое и означает ‘сводить с ума’.

Затруднения вызывает наличие в заголовках элементов образности, игры слов и аллюзии. Переводчику в этом случае необходимо хорошее знание истории и реалий страны. “*Expenses scandal: House of frauds*” – «Скандал вокруг расходов: палата плутов». В заголовке присутствует игра слов – под “*House of frauds*” подразумевается House of Lords. “*He’ll Beat It*” – «Он победит». Используется аллюзия на хит Майкла Джексона “*Beat It*”. “*Michael Martin ‘waged reign of terror’ over expenses*” – «Майкл Мартин заявляет о жесткой позиции в деле о расходах членов парламента». В заголовке используется ссылка на жестокую политику якобинцев во время Французской революции – Царство террора (*Reign of Terror*). В данном случае уместным является смысловой перевод этого выражения.

Таким образом, для того, чтобы придать образность и акцентировать внимание читателя, в прессе часто употребляются эмоционально окрашенные слова, коллоквиализмы, сленг, фразеологизмы и аллюзии. В заголовках также присутствует нарушение языковых норм. Для точного понимания и перевода заголовков английских газет переводчику необходимо иметь четкое представление о языковых нормах и обладать глубоким знанием реалий и культуры страны изучаемого языка.

А. Щербатюк

ФРАНКОЯЗЫЧНЫЕ ЕДИНИЦЫ В ИСКОННОМ ФОНОГРАФИЧЕСКОМ ОБЛИКЕ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В связи с расширением экстралингвистических контактов в современном английском языке широко используются галлицизмы – французские слова и словосочетания, сохраняющие исконный фонографический облик. Существование галлицизмов следует учитывать при обучении английскому языку. Они также могут вызывать трудности в англо-русском переводе.

Ассимиляция заимствований – процесс достижения частичного или полного соответствия заимствованного элемента фонетическим, графическим и морфологическим стандартам языка-реципиента и его семантической системе. Галлицизмы – заимствования с неполной степенью ассимиляции. На уровне фонетики их признаками являются сохранение начального и конечного [ʒ], сохранение конечного [j], сочетание двух губных согласных, сочетание сонорных согласных с [w], назализация гласных. К особенностям написания относят использование диакритических знаков и диграфов, не свойственных английской орфографии (*é, è, ê, ë, ç, ch, ou, qu*, непроизносимые согласные на конце слова). На уровне грамматики заимствования сохраняют некоторые морфологические особенности французских существительных и прилагательных: исходные артикли, индикаторы женского рода,

окончание множественного числа *x*, показатель множественного числа *s* в обеих частях единиц типа “существительное + прилагательное”. По критерию структурно-морфологических признаков галлицизмы делят на простые корневые заимствования, производные единицы, сложные слова и словосочетания, а по критерию части речи – на существительные, прилагательные, наречия, глаголы, междометия, предлоги и т.д., причем около 70 % исследуемых лексических единиц является существительными.

С точки зрения тематической принадлежности галлицизмов различают группы слов, характеризующих людей, психику и поведение человека: *amateur, chanteuse*; область искусства (особенно балет, театр, кинематограф, живопись: *belles letters, étude, pas de deux*); кулинарное искусство, еду, напитки: *Bordeaux, courgette*; светскую жизнь, развлечения: *thé dansant, soirée, vernissage*; область политики, дипломатии: *attaché, chargé d'affaires, coup d'état*; атрибуты быта: *chaise longue, étagère*; одежду, ткани, украшения: *bijouterie, peignoir*; область спорта, охоты: *repêchage, touché*; транспорт, средства передвижения: *coupé, fiacre*; специфические французские реалии: *lycée, TGV – train grande vitesse*. Они используются в художественных и публицистических текстах в качестве терминов, средств создания художественных образов и выражения авторской оценки, а также для воспроизведения национального и социального колорита. При этом наиболее употребительные заимствования никак не выделяются в тексте, а менее употребительные выделяются графически – при помощи кавычек, скобок, тире, заглавной буквы, курсивного шрифта.

Существуют специальные приемы подачи неассимилированных заимствований в английском тексте для облегчения их восприятия читателем. К ним относят сопровождение галлицизмов пояснением, указанием на их французское происхождение и их соотнесение с синонимичными исконными словами и полностью ассимилированными заимствованиями.

Наличие большого числа франкоязычных заимствований значительно облегчает англо-французский и французско-английский перевод, однако является одной из трудностей англо-русского перевода. Рекомендуются следующие стратегии перевода: сохранение франкоподобного написания слова и сопровождение его переводом и/или комментарием в виде сноски; в случае наличия параллельного заимствования в русском языке – его непосредственное использование; если сохранение той же пропорции галлицизмов в тексте кажется переводчику нежелательным, – воспроизведение тех из них, которые знакомы читателю по русской литературе, и перевод остальных единиц (при этом утраченный стилистический эффект может компенсироваться другими способами).

МОТИВИРОВАННОСТЬ НАИМЕНОВАНИЙ РАСТЕНИЙ В ТИПОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Мотивированность лексических единиц еще со времен Платона интересовала ученых. В настоящее время интерес к проблеме мотивированности лексических единиц еще более усилился как под влиянием когнитивной лингвистики, так и ввиду перспективности типологического анализа языковых явлений на материале разных языков. В этой связи актуальным представляется исследование мотивированности наименований одного класса в разных языках с целью выявления типологических закономерностей репрезентации опыта человека во внутренней форме лексических единиц. Целью данного сообщения является определение закономерностей мотивированности наименований одного класса на материале норвежского, английского и русского языков.

Сопоставительный анализ наименований растений в норвежском, английском и русском языках, отобранных методом сплошной выборки (всего 72, 61 и 77 единиц соответственно), позволил сделать следующие выводы о наличии общих закономерностей и различий.

Мотивированные наименования растений доминируют над немотивированными в трех исследованных языках. Это подтверждает полученные ранее учеными аналогичные выводы на материале наименований разных классов английского, русского и других языков и еще раз свидетельствует об универсальном характере явления мотивированности.

Немотивированные наименования в английском, русском и норвежском языках в основном представлены заимствованиями из латинской международной номенклатуры, представленными в заимствующих языках кальками либо транслитерациями: норв. *abelia*, *asalea*, *begonia*, *calendula*, *orkidè*; англ. *abelia*, *azalea*, *begonia*, *calendula*, *orchid*; рус. *абелия*, *азалия*, *бегония*, *календула*, *орхидея*.

В основу мотивированных наименований растений английского, норвежского и русского языков, в основном, положены одни и те же признаки соответствующих объектов окружающего мира. К общим мотивировочным признакам относятся:

- ‘форма’: норв. *løytnantshjerte* – *дицентра великолепная (сердце лейтенанта)*, *ringblomst* – *календула лекарственная (цветок-кольцо)*, *storklokke* – *колокольчик широколистный (большой колокол)*; англ. *balloon flower* – *ширококолокольчик крупноцветковый*, *sockscorb* – *петушиный гребень*; рус. *губастик*, *гвоздика*, *колокольчик*;

- ‘цвет’: норв. *gullris* – *золотарник (золотой рис)*, *blåklokke* – *колокольчик круглолистный (синий колокол)*, *hvitveis* – *ветреница дубравная (белый путь)*; англ. *blue-bell* – *колокольчик*, *basket-of-gold* – *бурачок скальный*, *black-eyed Susan* – *рудбекия*, *snowbell* – *стиракс*; рус. *лапчатка белая*. Следует

отметить, что для лексических единиц рассматриваемых языков общим свойством является также мотивированность по двум и более признакам. Например, наименование *blue-bell* – колокольчик, *gullstjerne* – гусиный лук (золотая звезда) мотивированы не только признаком цвета, но и признаком формы;

- ‘место происхождения’ или ‘место произрастания’: норв. *engfiol* (луговая фиалка) – фиалка собачья, *strandmalurt* – польнь приморская; англ. *corn flower* – василек, *Chinaberry* – мелия иранская; рус. Американская апиос, болотник, луговик;

- ‘время цветения’: норв. *novemberkaktus* – илюмбергера (ноябрьский кактус), *julestjerne* – пуансеттия (рождественская звезда); англ. *Christmas cactus* – бразильский кактус; рус. луноцвет, первоцвет;

- небольшую группу в анализируемых языках составляют растения, названные наименованиями животных, для которых они либо являются кормом, либо похожими по форме: норв. *hundekjeks* – купырь лесной (собачье печенье), *løvetann* – одуванчик лекарственный (львиный зуб); англ. *catmint* – кошачья мята, *bee-balm* – монарда двойчатая; рус. верблюжья колючка.

Наличие большого числа общих мотивировочных признаков в норвежском, английском и русском языках свидетельствует об общности основных номинативных закономерностей данных языков.

Таким образом, проведенный анализ наименований растений в норвежском, английском и русском языках позволил выявить общие закономерности их мотивированности, что свидетельствует об универсальном характере рассматриваемого языкового явления и об общности типов информации, положенных в основу наименований одного класса в разных языках.

И. Юргель

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРА ПРИ ПЕРЕВОДЕ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ С НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫМ КОМПОНЕНТОМ

Лексика отечественных и зарубежных изданий насыщена словами, содержащими национально-культурный компонент (реалии, фразеологизмы), которые можно переводить, используя различные компьютерные программы (электронные словари LINGVO, КОНТЕКСТ, МУЛЬТИЛЕКС, программы машинного перевода STYLUS, SOCRAT, RETRANS, PROMT и др.).

Однако эти программы зачастую не помогают переводчику, а, наоборот, препятствуют передаче национально-культурного компонента. Предложения, полученные в результате использования автоматических систем машинного перевода, не являются грамматически, синтаксически и семантически правильными, а большинство лексических единиц с национально-культурным компонентом передаются неверно, т.к. не были использованы адекватные лингвистические приемы перевода. Например: 1) *United Russia* (Единая Россия) – Объединенная Россия (PROMT); Соединенная Россия (Wordlingo, META); 2) *White Russians* (белая эмиграция) – белые русские (PROMT, Wordlingo, META,

Google); 3) *Russian food stores sell* (*В русских продовольственных магазинах продается*) – *Русские питательные магазины продают* (META); 4) *condensed milk* (*сгущенное молоко*) – *сконденсированное молоко* (Wordlingo); 5) *dumplings* (*пельмени*) – *вареники* (Wordlingo); *клецки* (META, PROMT).

Основываясь на этих примерах, можно сделать вывод, что наиболее эффективными вспомогательными компьютерными средствами для переводчика в процессе обработки текста, содержащего лексику с национально-культурным компонентом, являются не системы автоматического перевода, а электронные словари, которые обеспечивают перевод требуемого слова, возлагая на человека ответственность за выбор нужного варианта и смысл переведенного текста (например, использованный нами электронный словарь АBBYY Lingvo 12).

В. Юшкевич

ВЕРОЯТНОСТНОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПРИ ДВУСТОРОННЕМ ПЕРЕВОДЕ

В настоящее время проблема обучения устному, в частности двустороннему переводу является одной из наиболее интересных и менее изученных. Исследователи придерживаются разного мнения по вопросу о психологическом механизме, составляющем основу данного вида перевода и обеспечивающем восприятие на одном языке связной устной речи.

Одной из важнейших характеристик восприятия речевого сообщения является апперцепция, или влияние прошлого опыта на процесс восприятия. Под «прошлым опытом» понимается не только определенный уровень знания языка, но и общий уровень культуры и образованности учащихся, их социальная и национальная принадлежность и т.д.

Это предвосхищение носит вероятностный характер: «...в процессе восприятия человек прогнозирует наиболее вероятную для данной ситуации реализацию явления».

Понятие *вероятностное прогнозирование* сосуществует в лингвистической литературе с понятиями *предсказуемость языковых явлений*, *упреждающий синтез*. Все эти термины подразумевают одно явление – «предсказание неизвестного языкового элемента на основе известных», хотя акцентируются разные стороны этого явления.

Модель, предложенная лингвистами И.А. Зимней и Г.В. Черновым, опирается на аппарат вероятностного прогнозирования. Согласно этой модели, в текстовом материале вследствие избыточности языка не все единицы одинаково значимы для восприятия. В соответствии с механизмом опережающего отражения слушающий постоянно строит прогноз относительно возможного продолжения относительно речевого высказывания, который он, по мере поступления материала, сверяет с действительностью, корректирует и развивает. Однако в тексте существуют более избыточные элементы,

вероятность правильного прогноза велика, и менее избыточные элементы, которые прогнозируются с меньшей степенью уверенности. Элементы текста, являющиеся наиболее избыточными, названы авторами “пиками информационной избыточности”. Элементы, менее всего поддающиеся прогнозированию, названы “опорными пунктами вероятностного прогнозирования”.

Для формирования навыков «правильного» вероятностного прогнозирования недостаточно овладения различными структурными материалами. Необходим анализ словообразовательного состава лексических единиц и семантических связей внутри лексического гнезда.

Способность прогнозировать значение слова создает условия для формирования у учащегося обширного потенциального словаря, значительно облегчающего чтение и понимание неадаптированных текстов. Словообразование охватывает все стороны языковой системы и поэтому не вычленяется в процессе обучения в отдельный аспект, а представляет собой сквозную тему, проходящую через все этапы обучения, – с так называемого нулевого цикла до продвинутого.

Вероятностное прогнозирование на смысловом уровне в гораздо большей степени осложнено разнообразными влияниями общекультурного характера. Обучение русскому языку иностранцев не мыслится без учета национальной специфики языка и культуры учащихся. Проблемы межкультурной коммуникации в последние годы вызывают огромный интерес, порождая разнообразные предложения, мнения, гипотезы как теоретического, так и прикладного характера.

Данный тип прогнозирования особенно ярко выявляется в речевом восприятии, что позволяет говорить о вероятностном характере речевого сообщения как одной из определяющих особенностей этого процесса.

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. СОЦИОЛИНГВИСТИКА

Абдулкарим Али Махди

ПРОНИКНОВЕНИЕ ЖАРГОННЫХ СЛОВ В ОБЩЕНАРОДНЫЙ ЯЗЫК

Процесс проникновения социолектизмов в общенародный язык можно проиллюстрировать на примере слова *челнок*. Нами были исследованы данные об использовании этого слова в современной художественной речи и публицистике, содержащиеся в Национальном корпусе русского языка (<http://www.ruscorpora.ru>). Всего было проанализировано 153 примера.

Слово *челнок* в русском языке имело следующие значения: 1. ‘То же, что челн (в 1 знач.)’; 2. ‘Часть ткацкого станка в виде продолговатой овальной коробки или колодки с намотанной пряжей для прокладывания уточной нити’; 3. ‘Часть швейной машины с двуниточным швом, подающая нижнюю нить’. Впоследствии появилось новое значение: ‘мелкий торговец, ввозящий товар из-за рубежа и вывозящий его за границу с последующей реализацией на местных рынках’. Это значение отмечено словарем общего жаргона В.М. Мокиенко как жаргонное. В конце XX в. оно начало фиксироваться и в толковых словарях русского языка (Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения, под ред. Г.Н. Складчиковой. СПб., 1998; Современный толковый словарь русского языка, гл. ред. С.А. Кузнецов, СПб., 2002).

Впервые слово *челнок* в новом значении было зафиксировано в 1984 г. в книге Лиона Измайлова «Наши женщины»: *Я решил в Турцию поехать, чтобы там стать «новым русским». Денег занял и заделался «челноком». В Турции мне понравилось. Затем слово в этом значении фиксируется и в публицистике, например: Если верить директору «ОМ Технологии» Михаилу Сергеевичу Соколову, ячейки их настолько вместительны, что не оставят равнодушным ни одного челнока (Столица, 1997.09.29); Опыт мировой торговли ему ни о чем не говорит, только опыт сегодняшний; «челнок» – явление переменное, условно-реформенное, не числящееся ни в одном учебнике по торговле, экономике или социологии, хотя его обороты – миллионы, миллиарды, триллионы рублей (считая, конечно, для всего сословия) (Новый Мир, 1998).*

При этом слово первоначально употреблялось в закавыченном виде, что указывает на его необычность, оригинальность, на то, что оно используется не в том значении, в каком бытует в общенародном языке. Однако со временем авторы текста перестают использовать кавычки, что является доказательством освоения слова общенародным языком (таблица).

Число употреблений слова *челнок* без кавычек, %

До 1996	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
20	25	68	67	71	50	77	66	69	79	100

ФРАЗЕОЛОГИЗАЦИЯ ТОПОНИМОВ

В основе фразеологизации топонимов лежит та или иная особенность географического названия. Человеку, не знающему историю какого-либо топонима, тяжело понять значение фразеологизма. Следовательно, изучение таких фразеологизмов требует знания как историко-культурных, так и социально-экономических факторов.

Нами было проанализировано значительное количество фразеологизмов. Среди зафиксированных фразеологических единиц с топонимом присутствуют единицы всех классов.

1. **Фразеологические единства**, например, идиомы: англ. *set the Thames on fire* ‘сделать что-л. необычное, из ряда вон выходящее’; ≈ *достать луну с неба*; фр. *aller à Canossa* (*идти в Каноссу*) ‘принести повинную, подвергнуть себя унижению’ (Каносса – замок в Италии, куда в 1077 г. император Священной Римской империи Генрих IV ходил вымаливать прощение у папы Григория VII в связи со спором об инвеституре).

Сравните также образно-мотивированные фразеологические единицы: англ. *the garden of England* ‘сад Англии’ (графства Кент и Вустершир); фр. *nouvelle Athenes* ‘новые Афины (о Париже)’ или парные сочетания: англ. *Sodom and Gomorrah* ‘содом и гоморра, порочное, греховное место’; фр. *de France et de Navarre* ‘повсеместный; самый известный, лучший из всех’; ≈ *всяя Руси* (официальный титул Бурбонов был “Король Франции и Наварры”).

2. **Фразеологические сращения**: англ. *to go to Bath* ‘попрошайничать’; фр. *aller à Cracovie* ‘врать’.

3. **Фразеологические сочетания**: англ. *Paddington fair* ‘ярмарка в Пэддингтоне’ (район Лондона); фр. *jardin d’Eden* ‘райский сад’.

4. **Фразеологические паремии**: англ. *England’s difficulty is Ireland’s opportunity* ‘Где у англичанина возникают трудности, у ирландца появляется возможность’; фр. *menez un an à la Mecque vous n’en ramenez jamais qu’un ane*, а также устойчивые и воспроизводимые междометия и модальные выражения.

Не подлежит сомнению, что возникновение большинства фразеологических единиц, включающих топонимы, неразрывно связано с историей и национальными особенностями культур. Фразеологизмы, содержащие топонимы, не поддаются переводу на другой язык фразеологическим путем, т.к. в единицах этой группы отражены события и факты, не имеющие места в другой культуре. В этом заключается их национальная специфика, поэтому значение данных единиц передается или путем калькирования, или описательно с соответствующими комментариями относительно их возникновения и ситуации их употребления.

NEW ZEALAND ENGLISH

Through the latter half of the 20th c. and into the 21st c., scholars and linguists observe the consolidation of the New Zealand variety of English. There was, first of all, the influence of native Maori culture, borrowed from an oppressed people, which is reflected in phonetics, grammar, lexicon, phraseology, toponymy and literature.

In phonetics the Ng sound is distinguished;

In grammar nouns of Maori origin often appear in NZE, as in Maori itself, without a plural marker.

Large numbers of native **plants and animals** retain their Māori names in New Zealand English. These include birds: (*kea, kiwi, moa*) plants: (*kauri, kūmara, mānuka, rimu*) and fish: (*tarakahi, hapuku*), **place names** (*Wanganui, Timaru, Takapuna*, etc.). "Maori names are always thought appropriate to lakes, rivers and natural scenery generally".

Though many Maori proper names were **anglicised** in the nineteenth and twentieth centuries, efforts have been made in the last few decades to pronounce these words correctly to demonstrate a greater respect for the Maori people and their language: *Paraparaumu – para-pram - pa-ra-pa-ra-u-mu*.

Many Māori words or phrases that describe **Māori culture** have become part of New Zealand English: *iwi*: tribe, or peoples, *Māoritanga*: the sum of all Māori culture and existence, "Māori-ness".

In spoken language the following words are used:

kapai – 'good',

tena koe – hello,

kia ora – 'luck', 'lucky chance', a traditional New Zealand greeting.

The Māori word ending *-tanga*, which has a similar meaning to the English ending *-ness*, is occasionally used in **hybrid terms** such as *kiwitanga* (that is, the state of being a New Zealander).

In terms of language and **literature**, important changes took place in Maori written speech: bilingual texts became widespread. Maori authors were increasingly indulging in code-mixing, the "blending of English with another language," and were being read by both Maori and Pakeha readers. New Zealand **writers and scientists** widely use borrowings with their explanations.

In the field of **culture** we may observe that terms associated with high culture also became widespread to highlight the Maori's presence in NZ society.

Progress for the Maori of Aotearoa over the last decade has been phenomenal, and may be characterized as a rebirth of indigenous power, language, culture and identity.

В. Буйвол

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ТЕКСТА (на примере русского и английского языков)

Предметом исследования являются различные виды деловой документации (на примере контракта и деловой корреспонденции), принятые в мировой практике в сфере деловой переписки, контрактного права относительно сделок, компаний и недвижимости и т.д.

Главная цель данного жанра – сформулировать обязательства, связывающие две стороны в соглашении.

Каждый функциональный стиль отражает определенную сторону общественной жизни, имеет свой круг тем, характеризуется определенными условиями общения, официальными или неофициальными, имеет общую установку, главную задачу.

Деловая речь безлична, стереотипна, в ней отсутствует эмоциональное начало.

Таким образом, мы сделали вывод о том, что при переводе официальной документации, необходимо следовать всем структурно-семантическим и лексико-грамматическим особенностям официального стиля, характеризующегося наличием специальной терминологии (*арбитраж, санкции, договор*), канцеляризмов (*вышеуказанный, нижеподписавшийся*), высокой частотностью отглагольных существительных (*опережение, достижение, улучшение*).

На примере следующих предложений и словосочетаний мы сможем рассмотреть лексические и грамматические особенности деловой документации (на примере договора) и их перевод.

At last an agreement was arrived at. – *Наконец пришли к соглашению.* *The article is often referred to.* – *На статью часто ссылаются.*

Предложения, в которых субъект действия глагола не указан (отсутствует дополнение с предлогом *by*), обычно переводятся на русский язык неопределенно-личными предложениями.

The Seller has sold and the Buyer has bought on conditions C.I.F Lincoln, Florida the following equipment. – *Продавец продает, и покупатель покупает на условиях CIF Lincoln, Florida следующее оборудование.*

В английском варианте данного предложения употребляется настоящее свершенное время (Present Perfect). Но на русский язык предложение переводится в настоящем времени, как того требуют определенные нормы перевода.

The prices are firm and subject to no alteration. – *Цены твердые и не подлежат изменению (клише).*

The Sellers shall be responsible to the Buyers for any damage to the goods owing to the improper packing. – *Продавец несет ответственность перед Покупателем за любое повреждение товара, вызванное неправильной упаковкой.*

В контрактах, как и в стандартах, модальность глагола *shall* передается изъявительным наклонением русского глагола (*сделана = должна быть сделана*).

Should the delay in delivery exceed four months the Buyer shall have the right to cancel the Contract or a part thereof. – В случае задержки поставок на срок более 4 месяцев, Покупатель имеет право расторгнуть контракт или его часть.

Грамматическая инверсия. Английские предложения с инверсией передаются на русский язык предложениями, в которых также нарушен обычный порядок слов. В отличие от форм сослагательного наклонения русского языка, не уточняющих времени, в английском языке имеются две аналитические формы сослагательного наклонения: Indefinite и Perfect.

Официально-деловая речь отдает предпочтение родовым обозначениям с широкой и бедной семантикой, с ограниченным числом семантических признаков.

В русском языке, как и в английском, черты официально-делового стиля неразрывно связаны с общими его признаками: стремление к точности, стандартизованность, неличный и долженствующе-предписующий характер изложения.

М. Винокур

ВЛИЯНИЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА ФОРМИРОВАНИЕ РУССКОГО СЛЕНГА СЕТЕВЫХ ИГР

Цель данной работы – выявление роли английского языка в формировании русского сленга сетевых игр. Актуальность исследования обусловлена необходимостью комплексного изучения сленга сетевых игр. Эта тема практически не разработана, хотя Интернет все прочнее входит в нашу жизнь не только как средство работы и учебы, но и как средство неформального общения и отдыха.

Материалом исследования послужили 277 лексических единиц сленга сетевых игр, полученные путем словарной и текстовой выборки. Источниками для выборки стали специализированные журналы для пользователей ПК, а также некоторые сайты в сети Интернет.

Анализ материала позволяет прийти к выводу, что роль английского языка в формировании русского сленга сетевых игр очень велика. Так, лишь 16% всех исследуемых слов являются исконными по происхождению. Они образованы либо путем семантической деривации (*виснуть* ‘попадать в состояние, когда запущенные программы перестают функционировать’, *конь* ‘ездовой монстр’), либо при помощи суффиксации (*бродилка* ‘программное обеспечение для просмотра веб-сайтов, а также игра типа «квест»’, *дымовуха* ‘дымовая граната’), реже – при помощи усечения (*троф* ‘трофей’, *верты* ‘род войск «авиация»’). Абсолютное же большинство (84 %) претерпело определенное влияние английского языка. Среди таких единиц прежде всего выделяются лексические заимствования: имена существительные (*кейборда* ‘клавиатура’, *дизарм* ‘обезоруживание’) и глаголы (*стопфолить* ‘исключать кого-либо из группы’, *стилить* ‘красть’), которые при освоении приобретают русские аффиксы. Несколько слов образовано путем семантической кальки

(*консоль* ‘игровая приставка’) и т.н. паронимической аттракции, когда подбирается русское слово, созвучное заимствованию, но не связанное с ним по значению (*breath* → *брыз* ‘ослепление дымом от «огненного дыхания»’, *метелить* ‘использовать заклинание «раскаленный металл»’). Влияние английского языка проявляется также в наличии слов, образованных от заимствований (*левел* ‘уровень’ → *левеление* ‘процесс получения опыта с целью достижения следующего уровня’, *рескаться* → *рескнуть* → *рескнуться* ‘спасаться’).

Е. Гетманчук

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ЖАНРА ОБЪЯВЛЕНИЯ (на материале чешских, белорусских, немецких и американских брачных объявлений)

Брачные объявления представляют собой интересный объект для лингвистического исследования. Как отметил Б.Ю. Норман в своей книге «Лингвистика каждого дня», человек, подающий брачное объявление, имеет перед собой конкретную цель: цель найти спутника жизни, при этом обладает значительной свободой в выборе языковых средств. Вероятность достижения данной цели практически зависит от языковых средств, использованных автором объявления.

Автор объявления стремится выставить себя в выгодном свете, а также предъявляет определенные требования к потенциальному спутнику жизни, облачая образ идеального мужчины (женщины), существующий в воображении, в языковую форму.

Сравнительный анализ чешских, немецких, американских и белорусских брачных объявлений показывает как сходства, так и различия в выборе языковых средств, что, в свою очередь, может привести к следующим выводам.

Белорусские брачные объявления

Постоянное употребление предлога *без* может говорить о том, что за хорошее мы часто принимаем отсутствие плохого. Написание объявлений от третьего лица (можно говорить о безличности). Женщины ищут надежных и порядочных мужчин, мужчины – стройных порядочных женщин.

Чешские брачные объявления

Чехам свойственна открытость и эмоциональность (77 % от первого лица, экспрессивность объявлений). Мужчины немногословны, очень требовательны ко внешности потенциальной спутницы, женщины ищут умных и надежных.

Американские брачные объявления

Сфера интересов и хобби занимает значительную часть жизни. Открыты, многословны, романтики. Женщины ищут порядочных, с наличием сходных интересов, мужчины – честных и трудолюбивых.

Немецкие брачные объявления

Немцы очень лаконичны, конкретны, четки в своих требованиях. Имеют приземленный взгляд на жизнь, практичны. Закрыты. Главное требование к мужчинам и женщинам – порядочность.

Национальный характер находит непосредственное отражение в языке. Сравнительный анализ брачных объявлений позволил определить сходства и различия национальных характеров, в частности, между представлениями об идеальном спутнике жизни.

С. Зубринович

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ОКРАСКА АВЕРБАЛЬНЫХ КОНСТРУКЦИЙ (на материале английского и французского языков)

Авербальные конструкции и эмоциональная окраска, которую они несут, представляют огромный интерес для исследования. Авербальные фразы – это структуры, в которых отсутствуют подлежащно-сказуемые отношения. Если учесть, что французский и английский языки являются языками аналитическими и характерным для повествовательной фразы данных языков является прямой порядок членов предложения, то авербальные фразы являются отклонениями от грамматической нормы в обоих языках. Характерно то, что в большинстве случаев авербальные фразы обладают очень высокой эмоциональностью и употребляются в речи именно для того, чтобы передать определенные эмоции, чувства.

Эмоционально-оценочное содержание высказывания можно передать различными комбинациями языковых и неязыковых средств. Иначе говоря, эмоции могут выражаться не только словами, но и интонацией. Кроме интонации на фонетическом уровне для выражения эмоций человек использует также ударение, паузы. На морфологическом уровне – специальные аффиксы, некоторые грамматические формы. На грамматическом же уровне в языке существует достаточно большое количество специальных синтаксических конструкций, основанных, как правило, на инверсии и эллипсисе. Одной из таких конструкций является, например, *какой (what, quel/quelle) + существительное с восклицательной интонацией*.

Однако полную силу эмоции приобретают, лишь реализуясь в речи. По мнению некоторых лингвистов, эмоциональность обнаруживает подлинное свое бытие в диалоге, так как именно в диалоге наиболее четко и ясно отражается речевая ситуация. В диалогической речи на первое место выступает эмоциональная сторона коммуникации. Говорящий прибегает к помощи экспрессивных средств и образных выражений, к использованию эллиптических и неполных высказываний, а также эмоциональных конструкций, присущих только диалогу, как, например, реплики-подхваты, реплики-повторы и т.д. Сравните, случаи таких употреблений в английской и французской диалогической речи:

(англ.) – *He seems to have a great deal of good will towards you.*

– *Me!*

(фр.) – *Marchons, proposa le prince. Il me semble que j'entends de la musique.*

– *De la musique, monseigneur. Quelle étrange hallucination!*

Как видим, отклонения от грамматических норм являются целенаправленными, поскольку грамматически правильные высказывания звучат стилистически нейтрально и не выражают тех чувств, которые говорящий может передать при помощи авербальных фраз.

М. Марченко

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТА «ДЕНЬГИ» В ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ РУССКОГО, АНГЛИЙСКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ

Концепт «деньги» принадлежит к числу лингвокультурных концептов, характеризующихся противоречивостью их ценностной составляющей.

Так, деньги и для англичан, и для французов являются основным средством, способным обеспечить индивидуальную свободу личности и ее независимость (*faire argent de tout; semer de l'argent; qui a de l'argent a des pirouettes; money talks – used to say that people with money have power and can get what they want; to marry into money – to marry someone whose family is rich; money makes the man; money answers all things*). Однако в отношении к деньгам у них проявляются разные черты национального характера, такие как прагматизм у англичан (*money is a good servant, but a bad master; money spent on the brain is never spent on vain*); рационализм, бережливость и недоверие богачам у французов (*argent fou; L'argent ne fait pas le bonheur; Plaie d'argent n'est pas mortelle; argent d'autrui nul n'enrichit; mettre de l'argent à côté, à gauche*).

Русские, в отличие от англичан и французов, воспринимают деньги не как основную ценность, а скорее как достояние определенных слоев населения (*деньги девать некуда; купаться в деньгах; денежный мешок презр. 'богатый человек'*). Государственная зарплата до сих пор обеспечивает лишь прожиточный минимум населения. В отношении к данному концепту проявляются такие черты характера, как умение жить по средствам (*кто деньгам не знает цены, тому не избежать нужды; кто не бережет копейки – сам рубля не стоит; блюди хлеб про еду, а копейку про беду*), с одной стороны, или расточительность (*бросать/швырять деньги на ветер; сорить деньгами*) – с другой.

Из сказанного очевидно, что концепт «деньги» имеет свою национальную специфику в лингвокультурном пространстве данных языков, что обусловлено различием менталитета указанных наций и исторических предпосылок к их развитию.

И. Остапец

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЗООМОРФИЗМОВ, ХАРАКТЕРИЗУЮЩИХ ВНЕШНОСТЬ ЧЕЛОВЕКА (на материале английского и французского языков)

В современной лингвистике зооним рассматривается как общая словарная единица, которая, с одной стороны, может принимать «облик» зоосе-

мизма – собственно названия животного, с другой стороны, *зооморфизма* – переноса названия животного на человека.

Первоначальным представлением о человеке как личности является оценка его внешности, которая служит основой информации о личностных свойствах незнакомого человека. Зооморфизмы могут использоваться для характеристики анатомо-физических, физиолого-возрастных, функциональных, социальных и других качеств человека.

Ряд зооморфизмов является анатомо-физическими характеристиками с общей оценкой внешности «красивый, приятный на вид», «некрасивый, отталкивающий» и др. К таким зооморфизмам, имеющим совпадающие коннотативные значения в английском и французском языках, относятся, например, следующие: англ. *swan* – фр. *cygne* ‘красивый, приятный на вид человек’, англ. *toad* – фр. *crapaud* ‘некрасивый, отталкивающий человек’.

К физиолого-возрастным характеристикам относят коннотации «старый», «молодой», «резвый» и т.д. Например, англ. *horse* – фр. *cheval* ‘слабый, изнуренный человек’, англ. *puppy* – фр. *chiot* ‘молодой, неопытный’, англ. *Grasshopper* – фр. *sauterelle* ‘быстрый, резвый’. Физиологические характеристики «сильный», «слабый» часто связаны с характеристиками по телосложению: «большой, крупный», «маленький, тщедушный» и т.д. Например, англ. *bull* – фр. *taureau* ‘крупный, сильный человек’, англ. *worm* – фр. *ver* ‘худой, хилый’.

Функциональные характеристики связаны с коннотациями «неловкий, неуклюжий», «смешной» и т.д. Например, англ. *bear* – фр. *ours* ‘неповоротливый, неуклюжий’, англ. *monkey* – фр. *singe* ‘смешной тип’.

Социальные характеристики отражают манеру одеваться, например, англ. *peacock* – фр. *paon* ‘важный, напыщенный человек’; указывают на обилие украшений, например, англ. *magpie* – фр. *pie* или на их отсутствие: фр. *souris* – англ. *mouse*, на отношение к личной гигиене – фр. *cochon* – англ. *pig* ‘неопрятный человек’ и т.д.

Таким образом, на основе сравнительного анализа зооморфизмов в английском и французском языках мы пришли к выводу, что наиболее частотным типом соотношения коннотаций в характеристиках внешности человека является их тождественность, что объясняется единством физической природы человека. Вместе с тем обнаружены случаи коннотативной лакуарности, например, англ. *shrimp* ‘козявка, ничтожный человек’, фр. *chateau* ‘уродливая женщина’, фр. *heron* ‘худой’, англ. *rhinoceros* ‘неповоротливый’, фр. *rascasse* ‘некрасивый’ и др. Данный факт позволяет говорить о национально-культурной специфике использования зооморфизмов в разных языках.

А. Патара

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФИТОМОРФИЗМОВ

(на материале английского, французского и русского языков)

Номинативные единицы, которые образно характеризуют человека, составляют значительный пласт в системе любого языка. Их многоаспектное

изучение дает возможность интерпретировать семантическую структуру и национально-культурную специфику средств оценки характера, внешнего вида и поведения человека. Особый интерес представляют *фитоморфизмы* – переносы наименования растения на человека. Фитоморфизмы являются коннотативами, так как в их значениях реализуются коннотации фитонимов.

Лексико-семантическая группа “деревья” представлена преимущественно русскими фитоморфизмами, например, *березка* – нежная, стройная девушка; *дуб* – тупой, нечуткий человек; *рябина* – стройная женщина (в песнях часто символ одинокой женщины); *тополь*, *кипарис*, *ясень* – стройный мужчина.

При сопоставлении русских фитоморфизмов с английскими и французскими аналогами выявляются как совпадения, так и многочисленные различия в характеристиках человека. Совпадения в русском и английском языках наблюдаются в большей степени в лексико-семантических группах “овощи”, “фрукты”, “ягоды”: *овоц* – *vegetable* (человек, неспособный мыслить от усталости, тяжело больной, в вегетативном состоянии), *персик* – англ. *peach*, *ягод(к)а* – англ. *berry* (здоровая, цветущая, молодая женщина). Совпадающие коннотативные значения в английском и французском языках имеют, например, фитоморфизмы англ. *pumpkin* и фр. *courge* ‘тыква’ – о глупом, самодовольном человеке. Встречаются примеры коннотативной лакунарности, например, в лексико-семантической группе “овощи”: англ. *tomato* ‘помидор’ – очень привлекательная девушка, *редиска* (жарг.) – плохой человек, фр. *cornichon* ‘корнишон’ – глупый человек.

Фитоморфизмы с совпадающими коннотативными значениями во всех трех языках встречаются довольно редко, преимущественно в лексико-семантической группе “цветы”: *роза* – *rose* – *rose* (красивая женщина), *нарцисс* – *narcissus* – *narcisse* (самовлюбленный, любующийся собой человек), *фиалка* – *violet* – *violette* (нежная, скромная девушка). Однако в данной лексико-семантической группе представлены и примеры коннотативной лакунарности: *одуванчик* (*божий*) – слабый, хрупкий, болезненный человек, *мимоза* – недотрога.

Совпадения коннотативных значений фитоморфизмов, а также доминирование фитоморфизмов определенного языка в той или иной лексико-семантической группе связаны непосредственно с природными условиями стран, в которых при тесном контакте с природой в сознании людей сформировались схожие либо различные представления и символы. Сравнительный анализ фитонимов-символов в разных языках позволяет сделать вывод о разной степени актуальности одной и той же реалии в сознании разных народов.

Е. Пенязь

СПЭНГЛИШ КАК ОСОБЕННОСТЬ ЯЗЫКОВОЙ СИТУАЦИИ США

Принимая во внимание культурный плюрализм в условиях глобализации культурных процессов, актуальной становится проблема взаимовлияния языков и, как результат, возникновения такого феномена в области языкознания как *спэнглиш*. Впервые данное явление было зафиксировано в 1972 г. в словаре “Dictionary of American Regional English”.

Спэнглиш – конгломерат слов и выражений, заимствованных из английского языка и используемых в речи испаноговорящих жителей США. Спэнглиш, будучи собирательным названием для целой группы смешанных языков и диалектов мексикано-американского приграничья (территория современной южной Калифорнии, северного Нью-Мексико, Джорджии, Аризоны, Техаса, Флориды, городов Нью-Йорк и Майами), представляет собой переключение кодов английского и испанского языков. Необходимо подчеркнуть, что принадлежность данного массового речевого явления к смешанным языкам отрицается рядом лингвистов-компаративистов. Некоторыми исследователями также условно рассматривается как феномен со сложной диалектной природой (как территориальной, так и социальной).

Развитие спэнглиш происходит благодаря ряду языковых процессов, основными из которых являются:

– переключение кодов – использование лексики двух языков в одном предложении: *Abre la window (Open the window – Abre la ventana – Открой окно)*;

– смешение кодов – заимствование английских слов и их использование в соответствии с испанскими лексическими формами: *Voy a limpiar la carpeta (I'm going to clean the carpet – Voy a limpiar la alfombra – Я собираюсь почистить ковер)*;

– перевод английских фраз на испанский язык, при котором употребляются английские синтаксические конструкции: *Te llamo para atrás (I'll call you back – Vuelvo a telefonarte – Я тебе перезвоню)*;

– фонематичность современного английского языка (произношение лишь 40 % слов соответствует их правописанию). Как следствие этого, в спэнглиш фактически транскрибируются английские слова: *mitin – meeting – встреча; chopin – shopping – совершение покупок*.

На спэнглиш также формируются идиоматические выражения: *It's coolísimo (It's so cool – Esto es perfecto – Прекрасно)*, *Tiempo es money (Time is money – Tiempo es el dinero – Время – деньги)*, *Hasta soon (See you soon – Hasta pronto – До скорого)* и т.д.

Несмотря на все предубеждения и прогнозы о недолговечности спэнглиш, он продолжает активно использоваться в различных культурных направлениях: музыка, радио, телевидение, Интернет, периодика, художественная литература. Спэнглиш существует как социолингвистическая реальность, как языковой феномен, который в условиях стабильно увеличивающегося числа как испаноговорящих, так и желающих изучать испанский как второй иностранный язык в США, сохранится.

Е. Пильгун

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКОГО И ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКОВ В КАНАДЕ

Канада – многокультурное билингвальное общество, сложившееся на основе взаимного уважения и взаимодействия, где в условиях двуязычия сочетаются и имеют равноправный статус английский и французский языки.

Языковая политика Канады – продукт исторических взаимоотношений между англичанами и французами.

Канадскую разновидность французского языка отличают консерватизм и архаичность по сравнению с языком Франции, а также наличие черт, являющихся результатом взаимодействия с английским языком.

Основные особенности современного канадского французского:

- 1) ослабление напряженности произношения;
- 2) гласным свойственно архаическое звучание. [oi] сохраняет характерное для XVI в произношение [oe];
- 3) употребление предлогов, свойственных древнему языку: *emmy* и *sus*;
- 4) своеобразная структура вопросительной фразы;
- 5) употребление лексики в устаревшем значении.

В свою очередь и английский язык в Канаде приобрел некоторые особенности:

- 1) отсутствие долготы и краткости гласного, произношение определенных дифтонгов перед некоторыми согласными;
- 2) специфика вопросительного предложения, уменьшение частоты использования перфектных форм;
- 3) появление новых лексических единиц (канадизмов), заимствования из других языков, создание неологизмов.

Французский и английский языки оказывают непосредственное влияние друг на друга, что особенно заметно в лексике, в употреблении пассивных конструкций там, где французы обошлись бы активными, в использовании французских предлогов по аналогии с английскими.

Влияние французского языка на английский проявляется в нескольких направлениях:

- 1) сочетание существительного с прилагательным в постпозиции (английское словосочетание *Montreal West* имеет модель французского синтаксиса);
- 2) использование английских слов, заимствованных из французского и приобретших свое английское значение, с первичным французским;
- 3) заимствование французских слов и терминов в английских названиях французских заведений, не имеющих аналога за пределами Квебека.

Франкофоны также заимствуют слова и фразы из английского, которые могут получать другое значение в жуале (французский диалект Квебека).

Таким образом, исследования показали, что билингвизм и взаимовлияние языков, территориальный и временной отрыв от метрополии, а также влияние индейских языков привели к тому, что на территории Канады образовались свои разновидности английского и французского языков.

Т. Пуласская

СОЧЕТАЕМОСТЬ СЛОВ, ОБОЗНАЧАЮЩИХ ЭМОЦИИ И ЧУВСТВА, В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Правила лексической сочетаемости, обусловленные внутриязыковыми закономерностями, специфичны для каждого языка, национальны. Национальная специфика языка может исследоваться через сочетаемость слов. В

докладе мы исследовали группу слов, выражающих чувства и эмоции человека в русском и английском языках, с точки зрения их типичной сочетаемости, которая зафиксирована в словарях “Oxford Collocations Dictionary for students of English” edited by Colin McIntosh и “Словарь сочетаемости слов русского языка” под редакцией П.Н. Денисова и В.В. Морковкина. Эта группа выбрана не случайно, так как чувства и эмоции характеризуют внутреннюю эмоциональную жизнь человека и помогают понять, как эмоции проявляются и переживаются, какие функции выполняют в общении. Все слова были разделены на три группы. Необходимо отметить, что существуют глаголы, которые сочетаются со всеми словами, взятыми для данного исследования: *чувствовать, испытывать, скрывать, показывать, переживать, проходить, вызывать*. Но далее мы сосредоточим внимание на различиях сочетаемости данных слов.

1. Слова, сочетаемость которых в русском языке шире, чем в английском. Например, только в русском языке со словом **волнение** используются глаголы *сдерживать, усилить, прошло, улеглось, передалось*. Со словом **ненависть** – глаголы *растет, кипит, клокочет, ослепила*. Но в английском слово *ненависть* сочетается с глаголом *to incite*. В эту группу вошли еще слова **удивление** и **злость**.

2. Слова, сочетаемость которых в английском языке шире, чем в русском. Например, в английском языке для того, чтобы выразить исчезновение **страха**, используются глаголы *to slow, to confront, to allay, to alleviate, to assuage, to calm, to conquer, to dispel, to ease, to overcome, to quell*. В русском для этого используются только глаголы *победить, преодолеть, побороть*. В эту группу входит слово **гнев**. В английском языке глаголов, сочетающихся с этим словом, гораздо больше, чем в русском: *to form, to make, to draw, to adjust, to alter, to change, to increase, to reduce, to calculate, to measure*. В русском языке используются только глаголы *вызвать* и *подавить*. В эту группу вошли еще слова **гордость, грусть** и **печаль**.

3. Слова, сочетаемость которых в обоих языках одинаково специфична. По-английски нельзя сказать **радость** *охватила, освещает лицо, сияет на лице или омрачить*. Но по-английски со словом **joy** можно использовать глаголы *to convey, to discover, to rediscover* или *to spread*. Только в английском языке **тревогу** можно выразить глаголами *to betray, to reflect, to exacerbate*. Но в русском языке встречаются сочетания *томиться тревогой, поднять тревогу, бить, забить, дать тревогу*. В третью группу вошли еще слова **стыд, жалость, вдохновение** и **любовь**.

В русском языке словосочетания, выражающие эмоции и чувства, описывают неконтролируемые процессы, охватывающие всего человека (*счастье переполняет, грусть охватила*), в то время как в английском языке эти словосочетания передают процессы, поддающиеся контролю (*to incite hatred, to deal with grief*). Это говорит о том, что с точки зрения русского языка, человек более эмоционален, искренен, что обусловлено национальной спецификой культуры.

ЯЗЫКОВОЙ ПОРТРЕТ СЕМЬИ В АНГЛИЙСКИХ И БЕЛОРУССКИХ ПОСЛОВИЦАХ

Одной из крупных, целостных и интересных для анализа лингвокогнитивных структур является пословичный фонд языка. Пословицы репрезентируют такие концепты, которые представляют собой важную составляющую национального сознания представителей определенной культуры и являются ядерным компонентом концептосфер употребляемого ими языка. Концептосфера «семья» является наиболее важной в ментальном пространстве любой национальности.

Сравнительный анализ английских и белорусских пословиц с концептами “family/marriage”; “сям’я/шлюб” показал, что в обоих пословичных фондах отражаются практически одинаковые наборы ценностей: подчеркивается необходимость вовремя создать и хранить семью (*Wives must be had, be they good or bad, and so must be husbands* – *Хоць які цяляпей, але ўдвух яно леней*); особая важность семьи для социального статуса женщин (*Humble wedlock is better than proud virginity* – *Без гаспадара жонка заўсёды сiротка*); отмечается святость супружества и неразрывность брачных уз (*The first wife is matrimony, the second company, the third heresy* – *Першую жонку бог даў, другую сам знайшоў, а трэцюю – чорт прынёс*); признается недопустимость плохо отзываться о своей семье (*It is an ill bird that fouls its own nest* – *Свайго смеця на чужы сметнік не вынось*). Различия английских и белорусских пословиц данной группы состоят в том, что, во-первых, в белорусских пословицах утверждается, что лучше иметь хоть какого-то мужа, даже плохого, чем никакого (*Xуда з худым мужам, а без мужа хужэй дужа* – *Сякі-такі – абы быў, абы на хлеб зарабіў*). Английских пословиц с таким значением в нашей выборке не оказалось. Во-вторых, в английских пословицах жизнь холостяков представляется более выгодной по сравнению с жизнью в браке, так как жизнь в браке полна проблем во взаимоотношениях с супругами (*We bachelors cry hahoo for a wife, but when we are married we make one moan*). В белорусских пословицах, наоборот, прослеживается идея выгоды женитьбы для мужчины, брак приносит богатство, устроенность, обеспеченность женатому мужчине (*Сядзіць халосты, як сабака бясхвосты, а жанаты, што пан багаты*).

Таким образом, сопоставительный анализ английских и белорусских пословиц с концептами “family/marriage”; “сям’я/шлюб” показал, что в пословичном представлении семейного уклада англичан и белорусов есть черты сходства и различия. Главное сходство состоит в наличии общих культурных знаний и стереотипов. Различия состоят в способах выражения одного и того же значения и в количестве пословиц, принадлежащих к той или иной группе.

Ю. Унукович

СРАВНЕНИЕ ЗНАЧИМОСТИ АТТРИБУТОВ КОНЦЕПТА «ТРУД» В РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ПОСЛОВИЦАХ

Одним из важнейших источников изучения культурно-языкового сознания народов являются пословицы, так как они отражают своеобразие миропредставления через призму языка и национальной культуры. Наибольший интерес в плане исследования культурно-концептуального содержания представляют концепты, отражающие такие феномены, которые в жизни этноса занимают видное место и вследствие этого получают богатую историко-культурную ауру, например, концепт «труд».

В ходе анализа английских и русских пословиц, связанных с трудом и работой, было выявлено несколько крупных групп ценностей. Анализ значимости выделенных атрибутов концепта «труд» показал, что в паремиях обоих языков лидирующее место занимает атрибут *выгода* (который выявляется в оппозиции *выгода от выполнения работы Vs. отсутствие вознаграждения*), однако языковое воплощение ожидаемой от проделанного труда выгоды для русского и англичанина отличается: для представителя английского общества это денежное вознаграждение (*money, fee, gold*), а для русского человека – продукты питания (*хлеб, рыба, калачи* и т.д.).

Как показало сравнение оппозиции *хороший Vs. плохой работник*, в русском языке конкретное представление определенных профессий практически отсутствует (*работник, мастер*), в английском языке гипонимы, представляющие определенные виды профессионального труда, достаточно многочисленны (*carpenter, author, shearer, etc.*).

Анализ оппозиции *индивидуальная Vs. коллективная ответственность* позволяет сделать вывод, что в русских пословицах наблюдаются тенденции к коллективизму (*Одна пчела мало меда нанесет*), а в английских пословицах четко прослеживаются индивидуалистские тенденции, коллективная ответственность не приветствуются (*Many commanders sink the ship*).

Сравнение оппозиции *важность и значимость труда в целом Vs. его маловажность* обнаружило, что значительные отличия наблюдаются в степени абстракции ценности труда. Если в английском языке ценность труда как такового представлена достаточно расплывчато и выражается в основном в том, что труд – это смысл жизни и что трудом можно преодолеть все, однако не уточняется конкретно, что именно (*Labour conquers everything*), то в русском языке пословицы дают конкретное представление того, чего не достигнешь, не приложив труда (*Без труда и палку не выстругаешь*).

Таким образом, в русских и английских пословицах наблюдается совпадение значимости некоторых атрибутов концептосферы «работа/труд», однако их языковое воплощение зачастую значительно отличается как по объему, так и по содержанию.

М. Черная

ЗАГОЛОВОК ЖУРНАЛЬНОГО РЕКЛАМНОГО ТЕКСТА И ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ

В современном мире реклама является одной из важнейших разновидностей массовой коммуникации. Информирова, развлекая и транслируя ценности нашей культуры, реклама воздействует на мышление индивида, воспроизводит существующие нормативные образы и модели поведения или изобретает новые, то есть, по сути, предлагает индивиду определенную картину реальности. Под воздействием массмедиа, в частности рекламы, которая не только отражает реальность, но и формирует ее, создаются нормативные образцы современной мужественности и женственности.

Вопросу репрезентации гендерных стереотипов в рекламе, в частности рекламных текстах, уделяется все больше внимания. Особое значение приобретает журнальная реклама. Очевидные ее преимущества – гибкость и своевременность, хороший охват регионального рынка, высокое качество воспроизведения рекламных обращений, высокая степень избирательности аудитории, престижность и значительно более длительное существование, по сравнению, например, с газетной рекламой. Вместе с тем заголовку журнального рекламного текста, как основной его части и сублимации эффективности всех средств воздействия на аудиторию, соотношению различных типов заголовков с гендерными стереотипами, не уделялось, на наш взгляд, достаточно внимания.

Создание наиболее привлекательного, запоминающегося и действенного заголовка является важнейшей задачей для составителя рекламных текстов. По нашим наблюдениям, в современной журнальной рекламе основной рекламный текст часто отсутствует, а главное внимание уделяется визуальному составляющему объявления и составлению яркого привлекательного краткого заголовка. В некоторых случаях рекламный слоган и рекламный заголовок могут совпадать.

Исключительное разнообразие рекламных заголовков дает неисчерпаемые возможности создания различных типов классификаций. Мы придерживаемся классификации, предложенной Л.М. Дмитриевой, которая объединяет заголовки рекламных текстов в две большие группы:

- заголовки прямого действия – информативные (сообщение о новинке, утверждение, команда);
- косвенные заголовки (заголовки-провокации, интриги, двусмысленности).

В результате исследования различных типов заголовков журнальных рекламных текстов, направленных на разную аудиторию, мы пришли к следующему выводу. Если с мужским гендерным стереотипом чаще соотносятся заголовки прямого действия, то с женским гендерным стереотипом – косвенные заголовки, провоцирующие и интригующие.

И. Шалькевич

ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИФИКИ ЯЗЫКА В ЗНАЧЕНИИ СЛОВА

(на материале английского и французского языков)

Вопрос, представляющий интерес для нашего исследования, находится на пересечении таких перспективных направлений развития современной науки о языке, как лингвокультурология и этнопсихолингвистика. Сопоставительное исследование различных языковых картин мира посредством анализа коллективных языковых сознаний представителей этноса в настоящее время становится одной из главных задач антропоцентрического языкознания. Ее решение возможно только через детальное рассмотрение базовых концептов, в целом составляющих единую концептосферу этноса.

Проблема значения слова всегда была одной из сложнейших для философии, лингвистики, психологии. Еще большие трудности возникали при психолингвистическом подходе к этой проблеме, поскольку перенесение в центр внимания специфики значения как достояния индивида потребовало пересмотра логико-рационалистической трактовки значения, ставшей привычной и устойчивой традицией. Появление разных определений сущности значения в зависимости от принятого тем или иным автором «угла зрения» вполне естественно. Оно объясняет отсутствие на сегодняшний день единой общепринятой дефиниции, которую следует понимать под значением слова.

Следует подчеркнуть особый интерес, актуальность и в то же время сложность и недостаточную разработанность данной области знаний. Все это привлекает наше внимание, независимо от того, что многие ученые уже занимались и продолжают заниматься этим вопросом. Результаты исследований подобного рода, во-первых, способствуют лучшему пониманию лексических особенностей изучаемого языка и, как следствие, устранению трудностей в изучении различных языковых единиц и недопонимания в общении с носителями языка. Во-вторых, результаты исследовательской работы могут представлять научный интерес в различных направлениях современного языкознания. Так, например, в понимании англичанами и французами рассматриваемых нами концептов “любовь” и “ненависть” имеется различие, которое проявляется в появлении новых значений, свойственных только одной из названных наций, что раскрывает национальную специфику вопроса. Например, появление значения ‘score in tennis’ у концепта “love” в английском языке, или ‘personnification mythologique de l’amour’ у концепта “amour” во французском языке.

Таким образом, рассматривая, на первый взгляд одинаковые концепты в двух различных языках, мы приходим к выводу о неоднородности и разности их концептуальных значений.

Т. Шаповалова

СТРУКТУРНЫЕ И ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АББРЕВИАТУР И АКРОНИМОВ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

В данной работе были исследованы примеры сокращенных лексических единиц английского и русского языков. Были установлены причины и условия образования сокращений, дано описание явлению аббревиации, а также было рассмотрено явление акронимии как частный случай аббревиации.

Данные процессы являются очень продуктивными и широко используются в устной и письменной речи. Аббревиация стала в последнее время одним из наиболее продуктивных способов пополнения словарного состава многих языков. Число сокращенных лексических единиц в развитых языках составляет десятки тысяч.

Была исследована сфера с наиболее частым употреблением сокращений (газетный стиль). Количество проанализированных примеров показывает постоянный рост использования сокращений, их популярность.

Были выяснены причины столь быстрого роста употребления именно данного вида словообразования: экономия времени, экспрессивность, необходимость разнообразить лексикон.

Также были определены способы перевода сокращений с английского языка на русский (на материалах англоязычной прессы):

- 1) передача иностранного сокращения эквивалентным русским сокращением: *WTO* (от *World Trade Organization*) – *ВТО*;
- 2) описательный перевод: *phone* (от *telephone*) – *телефон*;
- 3) слово исходного языка переносится в текст языка перевода как есть, сохраняя отчасти или полностью форму: *SOS* (от *save our souls*) – *SOS*;
- 4) транслитерация: *NATO* (от *North Atlantic Treaty Organization*) – *НАТО*;
- 5) транскрипция: *BBC* (от *British Broadcasting Corporation*) – *Бу-Бу-Си*.

Было выяснено, что наиболее распространенным способом перевода усечений и смешанных сокращений является описательный перевод, так как в русском языке не существует эквивалентных сокращений. Инициальные аббревиатуры в основном передаются эквивалентным русским сокращением либо переводятся описательным способом. Что касается акронимов, то они в большинстве случаев переводятся с помощью транслитерации.

Несомненно, такой способ словообразования, как сокращения – одна из наиболее ярких особенностей современных русского и английских языков.

Информативная емкость, удобство произнесения, легкая запоминаемость сокращений, особенно акронимов, способствуют росту их числа и использования в различных областях коммуникации, а значит и возрастает необходимость их исследования. Важной проблемой является вопрос перевода

сокращений и аббревиатур. Перевод лексических сокращений всегда являлся актуальной темой для изучения, но в последнее десятилетие ему уделяется особое внимание.

Т. Шелест

СПЕЦИФИКА УПОТРЕБЛЕНИЯ НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ (на материале английского и французского языков)

Речевой этикет, являясь составной частью культуры, помогает человеку достичь немаловажных целей в общении. Вместе с тем он требует необходимости соблюдения тех или иных правил поведения и общения с учетом специфики каждой нации.

При возникновении трудностей в общении на помощь человеку зачастую приходит язык, который доступен и понятен всем, – это язык телодвижений, называемый невербальным способом общения, или языком жестов. Многие ученые-исследователи уделяют огромное внимание изучению невербальных средств коммуникации.

Для нас особый интерес представляет проведение сопоставительного анализа невербальных средств коммуникации во французском и английском речевых этикетах. При проведении сравнения нескольких лингвокультур становится понятным, что у представителей разных народов язык жестов имеет свои ярко выраженные особенности: один и тот же жест может нести совершенно разную смысловую нагрузку. Так, например, в некоторых областях Франции *кольцо* означает ‘ноль’ или ‘ничего не стоящий’; однако тот же знак перед носом означает, что ‘кто-то пьян’. В США и других англоязычных странах такой жест, наоборот, означает букву *o* – начальную в слове *O'кей*, т.е. ‘все нормально, отлично’, знак одобрения и восхищения.

Британцев с детства приучают быть сдержанными при использовании жестов как индикаторов речи, но руки французов во время беседы никогда не бывают спокойны, так как придают их мыслям форму, очертания и объем. По движениям рук можно догадаться о душевном состоянии вашего собеседника, об уровне его интеллекта и о сердечных привязанностях. Именно поэтому француз сочтет невежливым, если кто-либо, разговаривая с ним, будет держать руки в карманах.

Таким образом, следует отметить, что в сопоставляемых французской и английской лингвокультурах наблюдаются скорее значительные расхождения, нежели сходства. Несовпадение стереотипов коммуникативного поведения может служить причиной непонимания при межкультурном общении. Для правильного восприятия и эффективного межкультурного общения

интерпретация коммуникативного поведения представителей различных лингвокультур должна основываться на знании культурных традиций и специфики национального характера партнеров по общению.

А. Янкойть

СЛОВА, ОБОЗНАЧАЮЩИЕ МЫСЛИТЕЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ И ЭМОЦИИ, В АНГЛИЙСКИХ И РУССКИХ ФРАЗЕОЛОГИЗМАХ

Национально-культурные особенности английского и русского языков можно выявить, если сопоставить фразеологизмы этих языков. Для сопоставления были выбраны фразеологические обороты, в состав которых входят слова, обозначающие мыслительные процессы и эмоции. Материал для исследования был взят из «Англо-русского фразеологического словаря» и «Русского фразеологического словаря».

Сравниваемые фразеологизмы были разделены на три аспекта.

1. Фразеологические обороты английского и русского языков отличаются по количеству слов со значением эмоций и мыслительных процессов. В русских фразеологизмах самые частотные глаголы – *знать* (11) и *видеть* (11), английские – *know* (3) и *see* (3). Это свидетельствует о том, что больше информации человек получает через зрение, а глагол *знать* можно назвать универсальным, обозначающим мыслительную деятельность. Что касается эмоций, то в русских фразеологизмах частотны такие слова, как *радость* (6), *любовь* (3), а в английском *hope* (2), *love* (3), *wonder* (2).

2. Следующие два аспекта исследования базируются только на «Англо-русском фразеологическом словаре». Лексический состав во фразеологических оборотах английского и русского языков существенно отличается, так как в русском языке вместо слова со значением мыслительного процесса или эмоции часто употребляется конкретное существительное: *воробей, собака, глаза, коврижки*.

Например:

- *feel funny* – не в своей тарелке;

- *no joy without alloy* – нет розы, без шипов.

В русском языке исследуемые обороты более образны, чем в английском.

3. а) Фразеологические обороты английского языка могут иметь полное соответствие с русским языком, т.е. полностью совпадать и грамматически, и лексически. Но таких случаев немного (2). Например:

- *catch somebody by surprise* – захватить кого-либо врасплох;

- *we soon believe what we desire* – мы охотно верим тому, чему хотим верить.

б) Гораздо больше случаев частичного соответствия, когда во фразеологических оборотах английского и русского языков совпадает или лексический, или грамматический состав (13). Например:

- *curiosity killed a cat* – **любопытство** до добра не доводит;
- *despair gives courage to a coward* – в **отчаянном** положении и трус храбрецом станет.

При этом больше частичных совпадений во фразеологических оборотах со словами, выражающими эмоции.

в) Встречаются фразеологические обороты с разным лексическим составом и грамматической структурой (12). Например:

- *not for love or money* – ни за какие **коврижки**;
- *before one knows where one is* – не успел и **глазом** моргнуть.

ПРЕДИСЛОВИЕ

<i>Предисловие</i>	3
--------------------------	---

ПЕДАГОГИКА

<i>Абрамович Е. Уровни самостоятельной познавательной деятельности учащихся на уроке</i>	4
<i>Акимова Н. Состояние гуманизации процесса обучения в современной школе</i>	5
<i>Алейникова К. Идеи свободного воспитания в работах Марии Монтессори</i>	6
<i>Аль-Тахан Аня Абдул-Маликовна Проект “студент-куратор” – инновация студенческой жизни</i>	7
<i>Балюк Н. Учет гендерных особенностей в процессе обучения младших школьников</i>	8
<i>Володкевич Е. Роль формирования положительной Я-концепции школьника в учебном процессе</i>	9
<i>Воробьева Д. Милосердие как основа волонтерской деятельности</i>	10
<i>Годун Т., Покладова А. День индейца в детском оздоровительном лагере</i> ...	11
<i>Грель С. Организация образовательного процесса в адаптивной школе</i>	12
<i>Грозовская Ю. Самовыражение подростков в контексте субкультуры (на примере панков)</i>	13
<i>Гулецкая А. Школьная тревожность и причины ее возникновения</i>	14
<i>Давидович И. Современные принципы эффективного воспитания детей</i>	15
<i>Дардыкова Н. Гуманистическая педагогика в современной учебно-познавательной системе</i>	16
<i>Дедюля Е. Особенности формирования профессиональной компетентности будущих учителей</i>	17
<i>Демидова Е. Формирование позитивного имиджа современного учителя: к постановке проблемы</i>	18
<i>Евтушенко И. Стиль педагогического воздействия с учащимися как фактор оптимизации педагогического процесса</i>	19
<i>Здоровцова Е. Школьная форма в Англии</i>	20
<i>Змитрович О. Школьная форма в странах мира</i>	21
<i>Иршенко А. Общечеловеческие ценности как основа воспитания гражданина мира</i>	22
<i>Козловская В. Формирование исследовательских умений в процессе обучения иностранному языку</i>	23
<i>Козырь Е. Компенсирующее обучение младших школьников</i>	24
<i>Комарова Т., Котик Т., Рябцева Е. Техника эффективного общения (Я-высказывания)</i>	25
<i>Котова М. Развитие мотивации учения младших школьников в ходе преподавания иностранного языка</i>	26

<i>Коцур В.</i> Портфолио как система оценки знаний учащихся.....	27
<i>Кукреш А.</i> Характеристика уровней познавательной самостоятельности.....	28
<i>Лебединская В.</i> Школьная форма: за и против.....	30
<i>Левковская Н.</i> Портфолио как средство формирования лидерских способностей старшеклассников.....	31
<i>Майорова Ю.</i> Формирование основ культуры здорового образа жизни современных школьников	32
<i>Мартынюк А.</i> Преодоление агрессивного поведения подростков в процессе обучения.....	33
<i>Маценко Е.</i> Реализация технологии проблемного обучения дисциплинами иностранного языка	34
<i>Науменко О.</i> Психологическое здоровье младшего школьника как педагогическая проблема	35
<i>Никонюк-Оренбургская Н.</i> Семья в зеркале современности	36
<i>Носкович Е.</i> Педагогическое сопровождение процесса самопознания подростков.....	38
<i>Орловская О.</i> Развитие самостоятельности подростков в обучении иностранному языку	39
<i>Осочук А.</i> Использование компьютерных технологий в современной отечественной школе: состояние, проблемы.....	40
<i>Притуленко Е.</i> Педагогические условия адаптации начинающего учителя к профессиональной деятельности	41
<i>Пчеловодов Л.</i> Культура мира в наследии белорусских просветителей	42
<i>Рахлеева А.</i> Школьная форма в США	43
<i>Родевич О.</i> Особенности взаимодействия педагога с детьми в гуманистическом воспитании.....	44
<i>Рудько О.</i> Творческая самостоятельность как понятие и подходы к ее развитию.....	45
<i>Салаш О.</i> Школьная форма в Австралии.....	46
<i>Серафимович А.</i> Педагогические идеи и взгляды К.Д. Ушинского.....	47
<i>Сманцер Е.</i> Активизация познавательной деятельности учащихся в процессе изучения иностранного языка.....	48
<i>Тышкевич А.</i> Становление и развитие гимназического образования в Беларуси.....	49
<i>Хазанович В.</i> Личностно ориентированный подход в контроле и оценке познавательной деятельности школьников.....	50
<i>Царик О.</i> Развитие рефлексивной самостоятельности школьников в обучении иностранному языку.....	51
<i>Чекулаева В.</i> Становление и развитие негосударственных высших учебных заведений в Республике Беларусь.....	52
<i>Шептун Г.</i> Детское общественное объединение: воспитание у детей и молодежи культуры мира	53
<i>Ясинский А.</i> Некоторые аспекты невербального взаимодействия учителя и учащихся.....	54
<i>Ячменева А.</i> Диалог как принцип гуманистического воспитания.....	55

ПСИХОЛОГИЯ

<i>Андросюк Н.</i> Асимметрия коры головного мозга и темперамент	57
<i>Буренок М.</i> Ложь в речи на родном и иностранном языках и способы ее распознавания	58
<i>Вильковская Г.</i> Подготовка будущего учителя и формирование педагогической культуры	58
<i>Габзовская Ю.</i> Механизмы психологической защиты в подростковом возрасте	59
<i>Гимбор П.</i> Взаимосвязь темперамента и цветовосприятия у студентов	60
<i>Головня А.</i> Кинофильм как средство интенсификации процесса овладения иностранным языком	61
<i>Дриго А.</i> Проявление застенчивости у детей препубертатного периода	62
<i>Клетикова Н.</i> Особенности конфликта в студенческой среде	63
<i>Кособуцкий А.</i> Основные направления в исследовании понимания	64
<i>Крундикова Н.</i> Отражение гендера в языке и речевой коммуникации	65
<i>Михайловская Е.</i> Диагностика интеллектуальной активности студентов языкового вуза	66
<i>Невдах А.</i> Индивидуальные различия в репрезентации информации на родном и иностранном языках	67
<i>Плешкова М.</i> Развитие нравственности в онтогенезе	68
<i>Погорелова О.</i> Взаимосвязь уровня успеваемости и тревожности у подростков-сирот	69
<i>Прокопович В.</i> Влияние уровня развития воображения на успешность овладения иностранным языком в школьном возрасте	70
<i>Пузанкова М.</i> Психология одиночества в подростковом возрасте	71
<i>Рыбка Н.</i> Ассоциативный эксперимент как диагностика уровня владения иностраннм языком	72
<i>Сыромятникова Е.</i> Оценка уровня сформированности чувства языка с помощью теста Струпа	73
<i>Тимофеева О.</i> Мотивы профессионального самоопределения в раннем юношеском возрасте	74
<i>Шевелёва Е.</i> Синхронное и последовательное понимание речи на родном и иностранном языках	75
<i>Шумакова К.</i> Психологические особенности личности лидера	76
<i>Якимова А.</i> Аспекты социализации в юношеском возрасте	77

МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

<i>Андрейчук В.</i> Использование интернет-технологий для организации самостоятельной работы студентов	79
<i>Воронцова Е.</i> Обучение учащихся старших классов устному иноязычному общению с использованием приемов интенсивных методов	80
<i>Демина В.</i> Моделирование игровых приемов обучения как способ формирования коммуникативной компетенции	80

<i>Дорошева А.</i> Использование аутентичных аудиотекстов как основа формирования социокультурной компетенции.....	81
<i>Карнач Е.</i> Методика формирования социокультурной компетенции на основе использования интернет-проекта	82
<i>Кужель Л.</i> Психологические и лингвистические особенности обучения монологической речи на французском языке учащихся среднего этапа	83
<i>Кулеш Е.</i> Культурологический подход к формированию речевой компетенции учащихся	84
<i>Листратенко Н.</i> Использование технологии «обучение в сотрудничестве» в обучении лексике с национально-культурным компонентом семантики	85
<i>Назарова А.</i> К проблеме обучения чтению на иностранном языке на основе коммуникативно-когнитивного подхода	86
<i>Рабец Ю.</i> Организация проектной деятельности на уроках французского языка в старших классах общеобразовательной школы	87
<i>Родина М.</i> Об отборе художественных текстов для обучения иностранных студентов дискуссии на русском языке	88
<i>Савчук Ю.</i> К вопросу обучения учащихся дискуссии на иностранном языке с использованием аутентичных видеоматериалов.....	89
<i>Станкевич И.</i> Некоторые особенности обучения устному иноязычному общению в контексте диалога культур	90
<i>Столяр М.</i> Некоторые особенности обучения учащихся общеобразовательной школы деловому письму на иностранном языке	92
<i>Черепанова О.</i> Интерактивные технологии в обучении взрослых (на примере использования интерактивной доски).....	93
<i>Шабуневская И.</i> Об учете читательских интересов при обучении чтению и пониманию иноязычных художественных текстов	94
<i>Шигида Е.</i> Обучение учащихся старших классов фразовым глаголам английского языка	95
<i>Шут К.</i> Культурологический подход к обучению учащихся общеобразовательной школы иноязычной лексике	96

СТИЛИСТИКА И ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА

<i>Авдеева Е.</i> Отрицательные оценочные высказывания в тексте	98
<i>Буната И.</i> Проблемы актуализации экспрессивности при переводе с русского языка на английский	99
<i>Бутырская Н.</i> Дискурсивные характеристики спортивного комментария	100
<i>Васильева Н.</i> Средства создания образности в киносценарии	101
<i>Грузд Т.</i> Способы вербализации стратегии дискредитации в англоязычных и немецкоязычных аналитических статьях	102
<i>Джейгало Е.</i> К вопросу об экспрессивности детективного жанра	103
<i>Доманевская Е.</i> Структурные типы заимствованных единиц в художественном тексте	104
<i>Желтова О.</i> Экспрессивность в речи политиков	105
<i>Камынина С.</i> Языковые средства создания иронии в британской прессе.....	106

<i>Клейменчычева И.</i> Лексические средства привлечения внимания в рекламе продуктов питания	107
<i>Корнюшко Ю.</i> Публицистическое эссе и его современные разновидности	108
<i>Кречик Н.</i> Интердискурсивность как свойство политической медиа-статьи.....	109
<i>Липенкова Е.</i> Основополагающие характеристики экспрессивной функции языка.....	110
<i>Масло А.</i> Специфика англоязычного юридического текста	111
<i>Наумчик Е.</i> Синтаксические особенности эмотивных высказываний в англо- и русскоязычном политическом дискурсе	112
<i>Онуральп А.</i> Чужое слово в рекламном дискурсе (на материале английского и турецкого языков).....	113
<i>Пенязькова А.</i> Структурно-семантические особенности малоформатного текста	114
<i>Преснякова Н.</i> Рецензия как тип текста.....	115
<i>Савчук Ю.</i> Языковые средства воплощения оценивающей стратегии в дипломатическом дискурсе (на материале выступлений французских дипломатов).....	116
<i>Сергеева А.</i> Linguistic Identity (on the example of Swedish Americans)	117
<i>Соловейко О.</i> Способы связи в бессоюзном сложном предложении в немецком языке	119
<i>Сукманова Е.</i> Атрибуты иронического дискурса в политических медиа-текстах	120
<i>Тимашкова О.</i> Лингвостилистические особенности рекламных текстов	121
<i>Федченко Ю.</i> Виды повторов и их стилистическое использование в тексте.....	122
<i>Хала В.</i> Особенности освещения международного терроризма американской прессой после событий 11 сентября 2001 года	122
<i>Янушкевич Е.</i> Двуплановость несобственно-прямой речи	124

ЛЕКСИЧЕСКАЯ СЕМАНТИКА

<i>Аляшева Е.</i> Влияние индейских языков на американский английский язык	125
<i>Астровик О.</i> вопросу об употреблении инициальных сокращений в англоязычных газетных текстах	126
<i>Балакина Ю.</i> Коммуникативно-прагматический потенциал гибридных композитов в современном немецком языке	127
<i>Бандалет И.</i> Специфика <i>digispeak</i> – «языка» интерактивного виртуального общения.....	128
<i>Бугай И.</i> Антономазия как способ пополнения словарного состава английского языка.....	129
<i>Бут-Гусаим А.</i> Сравнительный анализ ассоциативных полей в английском и русском языках	130

<i>Вабищевич Г.</i> Газета – источник неологизмов (на примере французского языка)	131
<i>Вакульчик А.</i> Семантическая классификация психолого-педагогической терминологии	132
<i>Василевская А.</i> Гендерные стереотипные ценности и их использование в рекламных текстах	133
<i>Вильчинская А.</i> Структура фрейма “политик” (на материале английского и русского языков)	134
<i>Войтович М.</i> Фразеобразовательная активность гастрономизмов <i>butter/butter</i> ‘масло’ в немецком и английском языках.....	135
<i>Гаврилова Ю.</i> Лингвострановедческие характеристики нумизматической лексики французского языка	136
<i>Герасимчик Ю.</i> Культурно-исторические особенности французских пословиц	137
<i>Гилимович А.</i> Испанские заимствования в английском языке на фоне взаимодействия двух культур.....	138
<i>Гончарова А.</i> Геортонимы – особый пласт культурно-специфической лексики.....	139
<i>Греченкова Н.</i> Комбинирование способов пополнения лексического состава в немецком молодежном языке.....	140
<i>Гродникова И.</i> Текстовые модификации слов-цветоименований	141
<i>Грузд Т.</i> Способы вербализации стратегии дискредитации в англоязычных и немецкоязычных аналитических статьях.....	142
<i>Дешковец Я.</i> Ключевые слова, связанные с семантической сферой любви, в шекспировских текстах	143
<i>Ермолович А.</i> Использование языковых средств репрезентации концепта «кризис» в манипулятивной функции (на материале англоязычного политического дискурса)	145
<i>Жданович А.</i> Англо-скандинавские языковые контакты в области топонимии	145
<i>Жученок Е.</i> К вопросу о семантике слоговых сокращений	146
<i>Зайцева Н.</i> Язык цветов У. Шекспира.....	147
<i>Ивановская Ю.</i> Сопоставительная характеристика глаголов движения в английском и испанском языках	149
<i>Кавецкая А.</i> Глаголы чувственного восприятия в английском и испанском языках.....	150
<i>Калмыченко Е.</i> Способы осложнения простого предложения в немецком языке	151
<i>Клепко Д.</i> Особенности вариативности французского языка в Швейцарии.....	152
<i>Козелецкий В.</i> Имена собственные в составе англоязычных товарных знаков	153
<i>Кошкина И.</i> Корелляция формы и функции в английском сленге	154
<i>Крестьянинов Б., Харитончик З.</i> Глаголы пространственного расположения в английском языке в свете их русских коррелятов	155

<i>Кузьмицкая Е.</i> Отражение концептосферы «путешествия» в словарях и на тематических интернет-сайтах	156
<i>Курто А.</i> О лексической парадигме наименований живых существ в современном немецком языке	157
<i>Кучкова Н.</i> Моделирование гендерных различий в современном английском языке (на материале наименований лица).....	158
<i>Лаптик М.</i> Эврисемия существительного <i>chose</i> в современном французском языке	159
<i>Малькова Е.</i> Особенности структуры синонимо-антонимической парадигмы процессуальных фразеологизмов категории отношения	160
<i>Мирошниченко Т.</i> Особенности гендерной стратификации наименований животных в английском языке	161
<i>Михута М.</i> Фразеологизмы як люстэрка культуры.....	162
<i>Мороз Е.</i> Регулярные модели образования английских наименований лиц в ходе семантической деривации в диахроническом аспекте	163
<i>Нестерович В.</i> Языковые средства выражения упрека как одной из форм порицания.....	164
<i>Никитенкова К.</i> Функционально-семантический статус полусуффикса <i>-танн</i> в современном немецком языке	165
<i>Порошкова Е.</i> Символика цвета в китайском языке	166
<i>Протосовицкая Ю.</i> Словообразовательные средства выражения аугментативности в немецком языке	167
<i>Путилин А.</i> Концептуальная метафора в спортивном дискурсе	168
<i>Рахманович А.</i> Наследие древнеегипетского языка в лексике современных языков (на примере английского и арабского языков)	169
<i>Рудак М.</i> Метафора в подъязыке микроэлектроники (на материале немецкого языка).....	170
<i>Сидоренко И.</i> Особенности формирования экономической терминологии (на материале шведского языка)	171
<i>Синяк В.</i> Заимствованные словообразовательные морфемы в антонимической системе современного немецкого языка.....	172
<i>Смольская А.</i> О фразеологической активности лексических единиц (на материале фразеологизмов, обозначающих интеллектуальные способности человека, в современном английском языке)	173
<i>Тарасова Д.</i> Специфика вербализации посессивных отношений в масс-медийном дискурсе (на материале англоязычной и русскоязычной прессы) ...	174
<i>Томильчик Ю.</i> Особенности речевого акта «просьба».....	175
<i>Трусова А.</i> Сопоставительный анализ интернациональной PR-лексики немецкого и русского языков	176
<i>Трухан А.</i> Семантические ассоциации компонента 'зооним' в составе фразеологических единиц современного английского языка	177
<i>Федорович Ю.</i> Семантика прозвищ американских штатов	178
<i>Чаевская И.</i> К вопросу об источниках обогащения фразеологического состава современного литературного языка.....	179

<i>Чебровский А. Linguistic Features OF Barack Obama's Speeches</i>	180
<i>Чернявская О. Формирование экспрессивно-оценочных характеристик лица по модели «базис + полусуффикс, образованный от имени собственного»</i>	181
<i>Шабасович Е. Названия птиц в белорусском и немецком языках</i>	182
<i>Шило О. Функции англо-американизмов в общенациональном языке</i>	183
<i>Широкая О. Концепт «душа» в национально-культурной картине мира китайцев</i>	184
<i>Шкляр Б. Процессы метафоризации в немецкоязычном политическом дискурсе</i>	185
<i>Шляхотка Л. Особенности семантических отношений между компонентами компаративных фразеологизмов</i>	186
<i>Шуранова Е. Образность в немецкой компьютерной терминологии</i>	187
<i>Якубовская Е. Заимствования во французском языке в XVI–XVIII вв.</i>	188
<i>Яринская Е. Концептуальная метафора как одна из доминант языковой картины мира</i>	189

ПЕРЕВОД И ОБУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДУ

<i>Абрамович А. Перевод рекомендаций международных организаций с английского языка на русский</i>	190
<i>Авдей М. Заимствования в английском языке и способы их перевода на русский язык</i>	191
<i>Аксёнова О. Трудности перевода названий художественных произведений</i>	191
<i>Арбуз Е. Сложные существительные в немецких экономических текстах и их способы передачи на русский язык</i>	192
<i>Астапчик М. Причины англоязычных заимствований в современном русском языке (на примере печатных СМИ)</i>	193
<i>Афанасова С. Особенности образования терминосистем на стыке двух языков</i>	194
<i>Балищевич Е. К вопросу о классификации устойчивых словосочетаний</i>	195
<i>Бей И. Перевод заголовков немецких публицистических текстов</i>	196
<i>Бич Д. Специфика передачи культурных концептов при осуществлении письменного перевода</i>	197
<i>Бубнова А. Інтэртэкстуальнасць і пераклад</i>	198
<i>Букаеў Д. Некаторыя асаблівасці перакладу версэта А. Разанава «Старэйшы брат» на нямецкую мову</i>	200
<i>Валеева А. Типы прагматической адаптации перевода</i>	201
<i>Власихина И. Синхронный перевод научной конференции в сфере атомной энергетики</i>	202
<i>Воронова О. Учет прагматических особенностей текста при переводе песен (из опыта перевода песен музыкальной группы “Queen”)</i>	203
<i>Глинский Ю. Научный вклад Г.В. Чернова в синхронный перевод</i>	204

<i>Гулевский К.</i> Необходимость учета коммуникативной ситуации и семантико-смысловой структуры сообщения при синхронном переводе	205
<i>Давыдько Д.</i> Лингвостилистические особенности новостных сообщений ВВС	206
<i>Делендик А.</i> Термины и реалии в переводческом аспекте (на основе анализа структурно-лингвистических характеристик раздела «Бизнес и финансы» газеты «Таймс»)	207
<i>Домнич Д.</i> Особенности топонимической системы США и их учет при переводе географических названий	207
<i>Дрозд М.</i> Грамматические особенности перевода экономических текстов..	208
<i>Ермолович М.</i> Британские реалии в аспекте перевода	209
<i>Жворонкова Е.</i> Специфика терминологических единиц в юридическом тексте	210
<i>Забаровская К.</i> Перевод образной лексики с английского языка на русский на примере перевода произведения Дугласа Адамса “The Hitchhiker’s Guide to the Galaxy”	211
<i>Заводник Е.</i> Англоязычные заимствования в языке современных СМИ	212
<i>Зинович Е.</i> Контекстуальная синонимия в немецком экономическом дискурсе в аспекте перевода.....	214
<i>Карачун Е.</i> Роль словарно-поискового фактора в процессе перевода с английского языка на русский	215
<i>Касперович Е.</i> Специфика использования неологизмов в немецкоязычной рекламе и проблема передачи их при переводе	216
<i>Каташ И.</i> Особенности атрибутивных сочетаний в английских экономических текстах	216
<i>Коготько А.</i> Особенности перевода терминов (на материале текстов по современным направлениям моды).....	217
<i>Коношенко Н.</i> Специфика перевода сленга в американских телесериалах (на примере сериала «Клиника»)	218
<i>Корень И.</i> Способы выражения модальности в газетно-публицистическом стиле в аспекте перевода	219
<i>Коршук В.</i> Способы перевода немецких банковских терминов с заимствованными элементами на русский язык.....	220
<i>Костюк В.</i> Особенности передачи реалий национального фольклора	221
<i>Красавина М.</i> Психологический аспект использования переводческой записи в процессе осуществления устного перевода	222
<i>Крассий А.</i> Лингвокультурный аспект перевода русской поэзии на английский язык	223
<i>Курилович А.</i> Характеристики языка английского короткого рассказа (на материале рассказов Джеффри Арчера)	224
<i>Кушнарёв В.</i> Неологизмы в компьютерной сфере	225
<i>Літвінава А.</i> Асаблівасці перакладу сучаснай англамоўнай паэзіі (на матэрыяле творчасці Дылана Томаса)	226

<i>Литвинко М.</i> Лексические трансформации при переводе русских народных сказок на английский язык	227
<i>Логинович Е.</i> Особенности перевода эмоционально окрашенной лексики в произведениях художественной литературы.....	228
<i>Лозовский А.</i> Репрезентация концепта «язык человека» в современном английском языке	229
<i>Лугина Е.</i> Передача прагматических особенностей произведений для детской аудитории в процессе перевода мультипликационных фильмов	230
<i>Лугина Е.</i> Учет особенностей видов мультипликации в процессе перевода.....	231
<i>Лысенко А.</i> Особенности перевода англоязычных рекламных интернет-сообщений в туризме.....	232
<i>Мальцева Т.</i> К вопросу о рекламе современного английского языка	233
<i>Маркевич А.</i> Статус неологизмов конверсионного типа в системе французского словообразования и их передача на русский язык	235
<i>Мацулевич О.</i> Специфика перевода терминологических единиц в текстах по архитектуре	236
<i>Медведская А.</i> Приемы перевода каламбура в англоязычных анекдотах	237
<i>Мельник Д.</i> Калькирование как инструмент перевода публицистических текстов	238
<i>Мельникова Е.</i> Специфика перевода видеовербальных текстов (на примере американского комедийного телесериала «Офис»)	239
<i>Мицкевич А.</i> Способы передачи выразных средств у перекладзе «Новай зямлі» Я. Коласа на английскую і польскую мовы.....	240
<i>Недзельская И.</i> Лексические особенности текстов экономической тематики.....	241
<i>Нежевец Ю.</i> Об особенностях перевода бухгалтерской терминологии в русском и английском языках	242
<i>Нехайчик Д.</i> Особенности синхронного перевода спортивного комментария как жанра устной речи	243
<i>Пакуш Ф.</i> Переводческие трансформации как способ достижения адекватности перевода.....	244
<i>Парфененко Ф.</i> Безэквивалентная юридическая лексика во французском и русском языках.....	245
<i>Пашкевич О.</i> Лингвоэтническая специфика перевода	246
<i>Полуда Д.</i> Межъязыковые и межкультурные барьеры при осуществлении межкультурной коммуникации	247
<i>Пристром Н.</i> Специфика перевода лексики англоязычных форумов	248
<i>Рафалович Т.</i> Функционирование лексических единиц в общественно-политических текстах и их перевод на русский язык (на материале французской прессы)	250
<i>Ржанников П.</i> Перевод сокращений и аббревиатур с французского языка на русский.....	251

<i>Сазонова Е.</i> Сложности перевода инструкций к ролевым компьютерным играм в стиле фэнтези.....	252
<i>Сапон А.</i> Мотивированность брендов в типологическом аспекте	253
<i>Сардарова А.</i> Способы образования политически корректных эвфемизмов.....	254
<i>Серёгина О.</i> Идентификация и перевод псевдоинтернациональной лексики	255
<i>Симонович Н.</i> Особенности перевода страдательного залога с английского языка на русский в публицистических текстах.....	256
<i>Соболева В.</i> Возможности перевода цветообозначений в современной индустрии моды	257
<i>Стельмашонок А.</i> Адаптация национальной специфики фреймов при осуществлении перевода	258
<i>Стельмашонок А.</i> Работа синхронного переводчика в условиях театра	259
<i>Стефанова Е.</i> Способы создания экспрессивного и эмоционально-оценочного значения прозвищных номинаций.....	260
<i>Супрунович О.</i> Использование латинских выражений в текстах официально-делового стиля и их перевод	261
<i>Тамкович Н.</i> Реферативный перевод научно-технических текстов.....	262
<i>Тишкевич Я.</i> Виды интертекстуальности в романе Джонатана Коу «What a carve up!»	263
<i>Тищенко В.</i> Структурно-семантические характеристики терминов по строительству и архитектуре в английском и русском языках	264
<i>Федоренко А.</i> Молодежный сленг и трудности его перевода.....	265
<i>Фурс П.</i> Новые технологии автоматизации переводческой деятельности ...	266
<i>Хахель Ю.</i> Лингвопрагматические характеристики официальных документов	267
<i>Хоменок М.</i> Передача названий брендов и торговых марок.....	268
<i>Цытик Е.</i> Некоторые особенности перевода полилексемных конструкций в научно-технических текстах.....	269
<i>Чередник М.</i> Особенности перевода бытовых реалий	270
<i>Шастак А.</i> Мотивированность наименований электронных адресов	271
<i>Шигалева А.</i> Проблемы перевода на русский язык британских газетных заголовков.....	272
<i>Щербатюк А.</i> Франкоязычные единицы в исконном фонографическом облике в современном английском языке.....	273
<i>Щуровская Н.</i> Мотивированность наименований растений в типологическом аспекте	275
<i>Юргель И.</i> Использование компьютера при переводе публицистических текстов с национально-культурным компонентом	276
<i>Юшкевич В.</i> Вероятностное прогнозирование при двустороннем переводе.....	277

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ. СОЦИОЛИНГВИСТИКА

<i>Абдулкарим Али Махди.</i> Проникновение жаргонных слов в общенародный язык	279
<i>Банникова Л.</i> Фразеологизация топонимов	280
<i>Borisova T.</i> New Zealand English	281
<i>Буйвол В.</i> Жанрово-стилистические особенности делового текста (на примере русского и английского языков)	282
<i>Винокур М.</i> Влияние английского языка на формирование русского сленга сетевых игр	283
<i>Гетманчук Е.</i> Национально-культурная специфика жанра объявления (на материале чешских, белорусских, немецких и американских брачных объявлений)	284
<i>Зубринович С.</i> Эмоциональная окраска авербальных конструкций (на материале английского и французского языков)	285
<i>Марченко М.</i> Сопоставительный анализ концепта «деньги» в лингвокультурном пространстве русского, английского и французского языков	286
<i>Остапец И.</i> Лексико-семантические особенности использования зооморфизмов, характеризующих внешность человека (на материале английского и французского языков)	286
<i>Патара А.</i> Лексико-семантические особенности использования фитоморфизмов (на материале английского, французского и русского языков)	287
<i>Пенязь Е.</i> Спэнглиш как особенность языковой ситуации США	288
<i>Пильгун Е.</i> Лингвистические особенности английского и французского языков в Канаде	289
<i>Пулаская Т.</i> Сочетаемость слов, обозначающих эмоции и чувства, в русском и английском языках	290
<i>Соловей А.</i> Языковой портрет семьи в английских и белорусских пословицах	292
<i>Унукович Ю.</i> Сравнение значимости атрибутов концепта «труд» в русских и английских пословицах	293
<i>Черная М.</i> Заголовок журнального рекламного текста и гендерные стереотипы	294
<i>Шалькевич И.</i> Отражение национальной специфики языка в значении слова (на материале английского и французского языков)	295
<i>Шапвалова Т.</i> Структурные и функциональные особенности аббревиатур и акронимов и особенности их перевода с английского языка на русский	296
<i>Шелест Т.</i> Специфика употребления невербальных средств коммуникации (на материале английского и французского языков)	297
<i>Янкойть А.</i> Слова, обозначающие мыслительные процессы и эмоции, в английских и русских фразеологизмах	298

Научное издание

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

27–28 апреля 2010 г.

В пяти частях

Часть первая

Ответственный за выпуск *А.М. Горлатов*

Редакторы *Л.М. Малинина, А.И. Гуторова*

Корректор *С.О. Иванова*

Подписано в печать 22.09.2010. Формат 60×84 1/16. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография. Усл. печ. л. 18,14. Уч.-изд. л. 19,24. Тираж 100 экз. Заказ 67.

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования “Минский государственный лингвистический университет”. ЛИ №02330/0548503 от 16.06.2009 г. Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.