

лексика, относящаяся к лексико-семантической группе «Программное обеспечение». Компьютерная лексика участвует в актуализации темы текста, которая затрагивает сферу компьютерных технологий.

Поскольку лид аналитической статьи находится в тесной связи с заголовком, то лексика заголовка, в том числе и компьютерные термины, нередко повторяются в лиде. Приведем пример из русскоязычной аналитической статьи:

Заголовок: *Чем занимаются белорусские ИТ-компании?*

Лид: *В СМИ часто говорится о развитии отечественной ИТ-сферы, а какие программные продукты выпускают белорусские разработчики и для кого они предназначены?*

Лексический повтор части ИТ составных терминов ИТ-компания и ИТ-сфера, употребляемых в заглавии и в лиде, усиливают значимость рассматриваемой проблемы и повышают выразительность заголовка, воздействуя на читателя. Кроме того, использование термина *программные продукты*, входящего в ЛСГ «Программное обеспечение», позволяют детализировать заголовок, что повышает интерес читателя к статье.

Такие же функции выполняют компьютерные термины рассматриваемой ЛСГ в англоязычной аналитической статье:

Заголовок: *Facebook apologises for storing draft videos users thought they had deleted.*

Лид: *Facebook says 'bug' resulted in videos being kept, while CEO Mark Zuckerberg hits back at Apple chief Tim Cook's 'extremely glib' attack.*

Подводя итоги, следует отметить, что в англо- и русскоязычных аналитических статьях компьютерная лексика в контексте заголовка и лида выполняет аттрактивную и просветительскую функции; в основном тексте аналитической статьи такая лексика ориентирована на информирование адресата как о положительных процессах в области компьютерных технологий, так и об отрицательных, с последующим разъяснением их сущности доступным читателю языком.

## II. Полубинский

### СУПЕРСТРУКТУРА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ЭССЕ О ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ЖИВОПИСИ И ЕЕ МАРКЕРЫ

Материалом данного исследования служат 60 поликодовых эссе, интерпретирующих произведения живописи на английском языке. С помощью метода логического и контекстуального анализа в семантической структуре текстов эссе были выявлены три прототипические категории, присутствующие в большинстве проанализированных текстов: *биографические сведения о художнике; история создания картины; а также описание картины и ее интерпретация*. Если первые две категории включают в основном содержательно-фактуальную информацию (И. Р. Гальперин), то третья – содержательно-концептуальную, раскрывающую сущность восприятия смысла картины интерпретатором.

Каждая из прототипических категорий исследуемого дискурса распадается на ряд семантических субкатегорий, сигнализируемых определенными языковыми маркерами. Так, категория *описание картины и ее интерпретация* включает пять субкатегорий: указание на детали картины; указание на цвет, оттенки; указание на художественные приемы; впечатления автора эссе о произведении живописи; мнения искусствоведов. Например, субкатегория, описывающая детали картины, в большинстве текстов однозначно маркируется глаголами с общим значением ‘показывать’: *to depict* ‘изображать’, *to appear* ‘появляться, изображать’, *to show* ‘показывать, изображать’, *to illustrate* ‘иллюстрировать, изображать’ и др.: *The picture depicts a wandering black-skinned woman who lies fast asleep beneath a moonlit starry sky* ‘На картине изображена крепко спящая под лунным звездным небом чернокожая женщина’ (Анри Руссо – «Спящая цыганка»). Субкатегория, воспроизводящая мнения искусствоведов, однозначно маркируется такими вводными конструкциями, как *according to* ‘согласно’, *in the opinion of* ‘по мнению’, *as claimed by* ‘как утверждают (критики)’, *as stated by* ‘как считают (искусствоведы)’.

Субкатегория, описывающая впечатления автора эссе о произведении живописи, в большинстве проанализированных текстов маркируется как отдельными словами, так и словосочетаниями, раскрывающими интерпретацию возможного замысла художника: *meaning* ‘значение, смысл’, *to resolve* ‘разрешить, раскрыть смысл’, *symbol* ‘символ’, *to symbolize* ‘символизировать’ и др.: *Although much of the content of this masterpiece appears to be resolved, its ultimate meaning remains obscure* ‘Хотя и кажется, что большая часть содержания этого шедевра раскрыта, основной смысл картины остается неясным’ (Эдуард Мане – «Бар “Фоли-Бержер”»).

Таким образом, языковыми маркерами выявленных категорий и субкатегорий суперструктуры англоязычных эссе о произведениях живописи являются специфические для интерпретационного дискурса слова и словосочетания, лексико-семантические группы и лексико-синтаксические конструкции.

## А. Романовская

### НАРУШЕНИЯ ЯЗЫКОВОЙ НОРМЫ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ И РУССКОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЕ

Нарушения языковой нормы в рекламной коммуникации встречается часто на материале обоих языков.

На лексическом уровне в англоязычной рекламе были выявлены следующие отклонения:

- 1) контаминация, напр., *Bravocado* = *bravo*+*avocado* ‘Бравокадо’;
- 2) использование лексемы в нетипичном контексте, напр., *KFC – So shiok, so good* ‘KFC – Такой зашибатый, такой вкусный’;
- 3) смысловая несочетаемость, напр., *MAYBELLINE – NEW CAT EYES. GO FELINE!* ‘MAYBELLINE – новые «кошачьи глаза». Присоединись к семейству кошачьих!';