

пусов текстов отбирать «рабочие» варианты перевода определенных речевых оборотов, встречающихся в текстах общественно-политической или других направленностей).

Таким образом, очевидны перспективы использования корпусов текстов в области контрастивных исследований языков и их разновидностей.

ЛИТЕРАТУРА

1. International Corpus of English (ICE) [Electronic resource]. – Mode of access : <http://ice-corpora.net/ice>. – Date of access : 01.10.2017.
2. UCL Survey of English Usage [Electronic resource]. – Mode of access : <http://www.ucl.ac.uk/english-usage/projects/ice.htm>. – Date of access : 01.10.2017.
3. Corpus of Web-Based Global English [Electronic resource]. – Mode of access : <https://corpus.byu.edu/glowbe>. – Date of access : 01.10.2017.

The author provides grounds for using text corpora in comparative study of the varieties of English. Two of the existing corpora of the English language varieties are then compared. Commentary on the strengths and weaknesses of both corpora and examples of application of corpora outside the academic field are also provided.

Р. В. Детскина

Минск, МГЛУ

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК СЕМАНТИКО-СИНТАКСИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ КОМПОНЕНТАМИ НЕМЕЦКИХ СЛОЖНЫХ ПРИЛАГАТЕЛЬНЫХ

В статье рассматриваются некоторые способы передачи семантико-синтаксических отношений между отдельными компонентами немецких сложных прилагательных с точки зрения первого компонента.

В ходе исследования мы выполнили перевод на русский язык 1000 немецких сложных прилагательных. В качестве материала для исследования использовались сложные прилагательные, взятые из произведений Е. М. Remarque «Drei Kameraden», Torey L. Hayden «Meine Zeit mit Sheila», Werner Корацка «Der Schneepalast».

Особые трудности вызывает перевод немецких сложных определительных прилагательных. Эта группа прилагательных обладает наибольшим разнообразием семантико-синтаксических отношений между ее компонентами и менее изучена. Новое прилагательное образуется не как результат прибавления одной основы к другой, а как результат некоторого структурного преобразования одной формы наименования в другую, более компактную. В этом и проявляется синтаксичность рассматриваемого словообразовательного процесса. Синтаксичность словообразовательных процессов вообще является универсальным свойством, определяющим характер и типологию

словообразовательных процессов, а тем самым и структуру производных слов, и в разных языках может проявляться различно. Для русского языка характерно преобладание префиксальных прилагательных: *поэтаный*. Немецкий язык сложными прилагательными заменяет соответствующие падежно-предложные конструкции: *systemfremd*.

В проанализированном массиве немецкоязычные сложные прилагательные с точки зрения первого компонента делятся на субстантивные, адъективные, причастные, глагольные, адвербиальные, местоименные, числительные и препозициональные. Полученные данные представлены в таблице.

Таблица

Типы немецкоязычных сложных прилагательных
с точки зрения первого компонента

Группа сложных прилагательных	Примеры	Абсолютная частота употребления	Относительная частота употребления
Субстантивные	<i>arbeitslos</i>	526	0,51
Адъективные	<i>altmodisch</i>	338	0,32
Причастные	<i>gewissermaßen</i>	14	0,02
Глагольные	<i>lernbegierig</i>	6	0,01
Адвербиальные	<i>dazugehörig</i>	40	0,05
Местоименные	<i>allerhand</i>	36	0,04
Препозициональные	<i>entgegenkommend</i>	24	0,03
Числительные	<i>zweistimmig</i>	16	0,02
Итого:		1000	

Наглядно полученные результаты можно представить в виде диаграммы (рисунок).

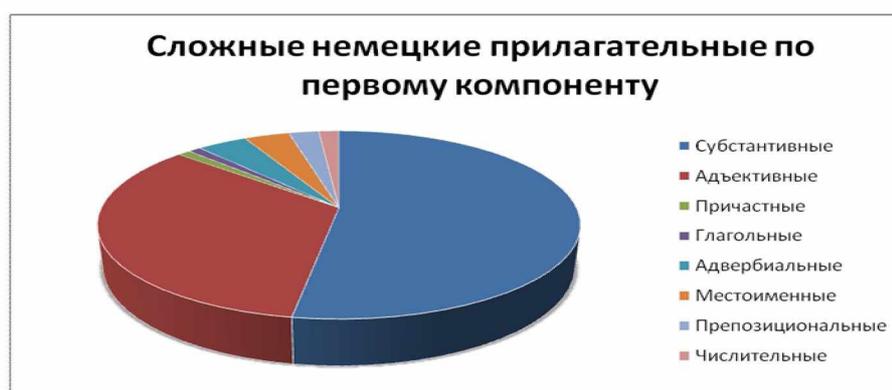


Рис. Диаграмма распределения проанализированных немецкоязычных сложных прилагательных с точки зрения первого компонента.

Первая группа наиболее многочисленна, например: *stofflos*. Причем в этой группе чаще, чем в других, встречаются и трехкомпонентные образования, например: *bernsteinfarben*.

Проблема передачи на русский язык семантико-синтаксических отношений между компонентами немецких сложных прилагательных требует разнообразного и многостороннего подхода. Подводя итоги проделанной работы, хотелось бы отметить, что большому числу сложных прилагательных немецкого языка соответствуют сложные прилагательные русского языка.

В связи с тем, что в русском языке простые прилагательные представлены гораздо шире, чем в немецком, многие сложные прилагательные немецкого языка переводятся на русский язык односложными эквивалентами.

The article considers some aspects of conveying semantic-syntactic relations.

А. Д. Иванова

Минск, МГЛУ

АВТОМАТИЧЕСКОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЯЗЫКОВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ САЙТАХ

В статье рассматриваются вопросы идентификации автоматического определения языкового воздействия на немецкоязычных рекламных сайтах.

Средства массовой информации прочно вошли в нашу жизнь и являются на сегодняшний момент ее неотъемлемой частью. Информационные технологии и Интернет постепенно проникают во все новые и новые сферы социального пространства: общение, обучение, развлечения, работу, творчество и др. Всемирная сеть предоставляет безграничное количество возможностей: мгновенный доступ к информации, получение образовательных услуг, осуществление профессиональных функций, виртуальное общение – лишь краткий перечень возможностей Сети. Вместе с развитием и всемирным распространением Интернет-технологий появляется все больше возможностей оказывать влияние на различные группы населения, воздействовать на общественное мнение, подсознание. Практически на каждом сайте можно найти пестрящую баннерную рекламу, всплывающие сообщения, гиперссылки с заманчивыми слоганами. Пользователи часто не учитывают компетентность источника, тем самым они рискуют получить некачественную, стереотипную информацию, сгруппированную по принципу популярности. Тексты, размещенные в интернет-пространстве, часто изобилуют языковым инструментарием манипулирования, воздействуя при этом на эмоциональную сферу, искажая образ действительности.

Для анализа было использовано 40 рекламных сообщений, используемых на популярных немецких интернет-ресурсах. В приведенной ниже таблице содержатся данные анализа употребления лексических средств, используемых с целью рекламного воздействия на немецкоязычных рекламных сайтах.