

цузского на русский язык, были выявлены лингвокультурологические факторы, которые влияют на перевод медийного дискурса, в том числе на наименования кинофильмов. Одним из таких факторов является *учёт культурной специфики* при переводе заголовков кинофильмов. Так как теория лингвистической относительности гласит, что язык влияет на формирование мышления, вследствие чего носители разных языков по-разному интерпретируют мир, особенности перевода наименований кинофильмов определяются тем языком, носителем которого является переводчик. Нужно сказать, что каждая лингвокультура уникальна, это значит, что при пересечении русской и французской лингвокультур возможны совпадения, но они не совпадут в полной мере ни при каких условиях. Очевидно, что наименования фильмов обладают культурной информацией. И поэтому при изучении особенностей перевода наименований кинофильмов важным является их рассмотрение в лингвокультурологическом аспекте.

В ходе исследования были выявлены следующие закономерности при переводе заголовков с французского на русский язык: в некоторых случаях переводятся только имена и фамилии главных героев: *Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain* – фр. ‘Сказочная судьба Амели Пулен’ (*Амели*). Переводчик решил, что необычного французского имени будет достаточно для привлечения внимания зрителей. В ряде других французских кинолент с названием-именем обнаруживаются дополнительные текстовые вкрапления: *Saint Laurent* – фр. ‘Сен-Лоран’ – (*Сен-Лоран. Стиль – это я*). Здесь перевод отражает желание переводчика придать больше информативности заголовку.

Таким образом, в ходе исследования было установлено, что зачастую играют роль лингвистические предпочтения самого переводчика. При этом названия с французскими именами являются более «загадочными», так как они непривычны для русскоязычной аудитории. Встречаются: комментарии к оригинальному французскому названию – для большей информативности; полная трансформация названий для лучшей передачи замысла автора; нехарактерные для русскоязычной аудитории названия, включающие, например цифры; заголовки, состоящие из целого предложения и т.д. Эти приемы обуславливают более высокую степень восприятия зрителей, вызывая дополнительные рода ассоциации. Все эти факторы помогают привлечь внимание к тому или иному фильму.

В. Селезнева

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ КОНЦЕПТА «БЕЖЕНЕЦ»: КОРПУСНАЯ СПЕЦИФИКА

В связи с возникшей политической ситуацией в мире слово *беженец* стало часто используемым. Вопрос миграции, затронувший всю Европу, продолжает быть актуальным и сегодня. Вот уже несколько лет количество мигрантов непрерывно возрастает и, соответственно, не остается незамеченным как в политической, так в социальной жизни стран ЕС. В центре событий оказалась Германия, которая является основной принимающей страной

Евросоюза. В данной связи важно, как концепт «беженец» (*Flüchtling*) представлен в немецком лингвистическом корпусе. Словарь Ожегова дает следующее определение: «человек, оставивший место своего жительства вследствие какого-нибудь бедствия».

Для исследования речевой специфики актуальна информация, в частности «Мангеймского корпуса немецкого языка» (*COSMAS corpora* или *DeReKo*), содержащего 44,5 млрд словоупотреблений и крупнейшую коллекцию немецких текстов. Для поиска был использован подкорпус письменной речи с общим количеством 1 370 766 704 словоупотреблений. Так, первое упоминание лексемы *Flüchtlinge* зафиксировано в 1787 г. в произведении Гете «Страдания юного Вертера»:

*Leute von einigem Stande werden sich immer in kalter Entfernung vom gemeinen Volke halten, als glaubten sie durch Annäherung zu verlieren; und dann gibt's **Flüchtlinge** und üble Spaßvögel, die sich herabzulassen scheinen, um ihren übermut dem armen Volke desto empfindlicher zu machen.*

При этом для поиска были заданы следующие словоформы беженец: *Flüchtling, Flüchtlinge, Flüchtlings, Flüchtlingen*.

На запрос *Flüchtling* было найдено 44 784 словоупотребления; наибольшее число словоупотреблений (8 295) приходится на 2016 г. На запрос *Flüchtlinge* обнаружено 526 373 словоупотребления, – наибольшее число словоупотреблений (124 114) приходится на 2015 г. На запрос *Flüchtlings* обнаружено 8 782 словоупотребления, наибольшее число словоупотреблений (1 348) приходится на 2016 г. На запрос *Flüchtlingen* – обнаружено 151 058 словоупотреблений; наибольшее число словоупотреблений (35 559) приходится на 2016 г.

В ходе работы с корпусом было зафиксировано 730 997 словоупотреблений концепта «беженец» (*Flüchtling*), что подтверждает актуальность обсуждаемой темы в немецкой речи. Наибольшая частотность словоупотреблений приходится на период 2015–2016 гг. Эта тенденция очевидным образом подтверждает концептуальную актуальность «европейского миграционного кризиса». Таким образом, события, происходящие в стране, отражаются не только на социальной и политической сфере, но и влияют на языковую картину мира немецкого народа.

А. Скворцова

ПРИНЦИПЫ ФОРМИРОВАНИЯ БАЗЫ ДАННЫХ СИСТЕМЫ АВТОМАТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ОБ ОРГАНИЗАЦИИ

Одной из самых востребованных задач в области автоматической обработки больших текстовых массивов является задача извлечения из них разного рода информации. Хорошим источником для ее решения являются тексты отзывов, содержащие авторские мнения (оценки) о некотором объекте