

М. Буяновская

УНИВЕРСАЛЬНОЕ И НАЦИОНАЛЬНОЕ В СТРУКТУРЕ ПОЛЯ, ОБОЗНАЧАЮЩЕГО СЧАСТЬЕ

Ученые-лингвисты представили разные точки зрения на феномен *счастье*. Например, Рогожникова считает, что ассоциативное поле рассматривается не только как фрагмент вербальной памяти (знаний человека), фрагмент семантических и грамматических отношений, но и фрагмент образов сознания, мотивов и оценок.

Автор предлагает трактовать данное поле не как группировку, а как принцип организации группировки. По мнению исследователя, «информация, находящаяся вне человека, входя в его полевые структуры, формируется в индивидуальное ассоциативное поле человека».

Согласно четырехтомному академическому толковому словарю *счастье* – это «состояние высшей удовлетворенности жизнью»; согласно толковому словарю русского языка С. И. Ожегова, Н. Ю. Шведовой – это чувство и состояние полного, высшего удовлетворения; согласно словарю Д. Н. Ушакова – это состояние довольства, благополучия, радости от полноты жизни, от удовлетворения жизнью.

В словаре синонимов и антонимов русского языка представлен большой синонимический ряд к слову *счастье*, включающий в себя компоненты всех трех вариантов значений слова *счастье* (высшее удовлетворение, успех, судьба).

В этот ряд включены такие слова, как *счастье*, *благополучие*, *благоденствие*, *благодать*, *блаженство*, (как символ) *синяя птица*, *победа*, *удача*, *успех*, *случай*.

В английской лингвокультуре концепт «*happiness*» выступает объектом оценки со стороны языковой личности, а в англоязычной картине мира «*happiness*», как правило, воспринимается как товар и достижимый объект.

Мы в нашем исследовании, опираясь на определения, данные многими словарями, полагаем, что *счастье* – это чувство и состояние полного, высшего удовлетворения.

Счастье, как выявлено в ассоциативных экспериментах, в понимании русских и англичан тесно связано с удачливыми и везучими людьми, хотя в ассоциативных полях намечены и некоторые различия.

А. Козловская

АНГЛИЦИЗМЫ В ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Проблема экспансии английских заимствований в испанском языке является особенно актуальной темой в современной лингвистике, так как в условиях информационного общества распространение английского языка является самостоятельным, не зависящим от воли отдельных лиц или организаций процессом. Проведенное исследование испанского публицистического

текста позволило установить, что наибольшее число англицизмов принадлежит тематической группе «Интернет и технологии», а именно 44,70 % от общего числа англицизмов исследуемых групп, «Музыка, искусство, кинематограф» – 15,10 %, «Мода и красота» – 13,40 %, четвертую тематическую группу формируют англицизмы из сферы спорта – 12,10 %. В пятую группу вошли заимствования из области экономики – 9,70 %, шестая тематическая группа представлена англицизмами, относящимися к сфере гастрономии, что составляет 5,00 %.

Таким образом, в испанском языке наблюдается высокий процент английских заимствований, относящийся к группе «Интернет и технологии». Столь очевидное преимущество количества англицизмов в данной тематической группе является закономерным явлением в условиях информационного общества.

Нужно отметить, что большую часть корпуса примеров составляют именно англицизмы-заимствования, а не кальки или полукальки английских слов и выражений. Обратимся к полностью ассимилированному заимствованию *cliquear* – пример из сферы компьютерных технологий: глагол *cliquear* образован от английского звукоподражательного *to click* (щелкать мышкой, нажимать, переходить на сайт). Как мы можем заметить, буквенное сочетание *ck* ассимилировалось в *q*. Данное заимствование является очень популярным в испанском языке.

Большинства частично ассимилированных заимствований можно было бы избежать, чего не было сделано в угоду моде, например, в случае *Weekend*. Данный англицизм употребляется в СМИ как существительное, однако было выявлено его употребление в качестве прилагательного. Заимствование *weekend* испанским языком неоправданно, так как имеет испанскую кальку *fines de semana*, которая переводится в словарях как *уик-энд*. Авторы публицистических текстов часто употребляют англицизмы с целью пропаганды англоязычной культуры, вводят заимствования в публицистический текст курсивом, привлекая дополнительное внимание со стороны читателя.

Мы можем говорить о рациональном процессе заимствований, когда в самом языке нет эквивалентов понятиям и явлениям, приходящим в данный язык. Только в этом случае иноязычное заимствование расширяет лексическое богатство языка-реципиента и служит одним из важнейших факторов его развития.

А. Лапицкая

ЛИНГВОПРАГМАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕЧЕВОГО АКТА ИЗВИНЕНИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В современной прагматике предпринимались неоднократные попытки описания речевого акта извинения, которые проводились на разных теоретических основаниях. Большая часть исследователей при этом исходит из того, что речевой акт извинения является социально значимым экспрессивным речевым актом, направленным на достижение или восстановление социальной гармонии между говорящим и адресатом.