

В 70-х и 80-х годах прошлого столетия в российских городах Калинин, Саратов, Волгоград была опубликована серия статей по установлению специфики психолингвистической трактовки параметров конкретности и эмоциональности значений русских существительных. В них отмечалось, что лингвистическая и психолингвистическая трактовки понятий конкретности и эмоциональности значений русских существительных не совпадают. Это связано с тем, что лингвистика изучает эти понятия в рамках системно-структурного подхода, а психолингвистика рассматривает слово как единицу лексического компонента речевой способности человека.

Несмотря на то, что в индивидуальном сознании носителя языка невозможно отделить конкретное от абстрактного, эмоциональное от неэмоционального в значении слова, в упомянутых исследованиях получены интересные результаты по формальному отнесению существительных к категориям конкретности и эмоциональности. Они получены путем проведения психолингвистических экспериментов методом субъективного шкалирования для определенного числа заранее отобранных существительных на конкретных испытуемых.

**А. В. Зубов**

#### СТРУКТУРА АВТОМАТИЧЕСКОГО АНГЛО-БЕЛОРУССКОГО ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО СЛОВАРЯ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ

В Беларуси в последние годы стала проводиться активная работа по созданию различных терминологических словарей, результаты которой отражены во многих исследованиях. В них приводятся данные о 195 темах, по которым построены такие словари. При этом многие из них являются двуязычными или даже трехязычными.

Безусловно, основная актуальная информация по информационным технологиям находится в Интернете и представлена на английском языке. И вполне обоснованно ставится задача создания терминологического англо-белорусского словаря и соответствующих компьютерных программ по переводу текстов по информационным технологиям с английского языка на белорусский.

Специфика решения этой задачи в Республике Беларусь характеризуется следующими особенностями.

1. Неоднородность состава предметной области «Информационные технологии». Анализ существующих словарей по информационным технологиям показывает, что они носят различные названия: «Словарь по информационным технологиям», «Словарь по программированию», «Словарь по информатике и компьютерным технологиям», «Словарь по вычислительной технике и информационным технологиям» и т.д.

2. Неравномерность темпов развития отдельных направлений информационных технологий.

3. Отсутствие необходимой информации по информационным технологиям (текстов, словарей) на белорусском языке.

Все вышесказанное свидетельствует о том, что проблема создания автоматического англо-белорусского терминологического словаря по информационным технологиям включает 4 основные задачи:

1) конкретизация современной лексики по информационным технологиям;

2) определение способов представления английских терминов в создаваемом терминологическом словаре;

3) выработка принципов отбора белорусских переводных терминов-эквивалентов к английским терминам;

4) разработка наиболее оптимального способа кодирования морфологической, семантической и стилистической информации в словарных статьях создаваемого англо-белорусского терминологического словаря.

Под «структурой» создаваемого англо-белорусского терминологического словаря понимается выбор состава и расположения основных и вспомогательных частей словаря, определение порядка следования единиц словаря, а также расположение, наполнение и оформление его словарных статей. Так как создается двуязычный терминологический словарь, то основными его единицами будут:

1) термины-слова;

2) термины-словосочетания;

3) термины-аббревиатура.

Сложность проблемы поиска таких единиц и включения их в создаваемый терминологический словарь детально описаны в большом числе исследований.

Один из активных специалистов Беларуси по созданию словарей по информационным технологиям М. И. Савицкий в одном из последних таких словарей отмечает, что в наше время информатика проникла во все сферы жизни общества, и число пользователей словарями и справочной литературой увеличивается с каждым годом. Своим словарем он пытается доказать, что на белорусском языке разработана самостоятельная научная терминология по информатике и вычислительной технике. И действительно, в настоящее время в Республике Беларусь создано более 20 белорусских, русско-белорусских и англо-белорусских словарей по информационным технологиям, раскрывающих их различные аспекты. Еще больше зафиксировано англо-русских и русских словарей по информационным технологиям.

Поэтому для создания автоматического англо-белорусского терминологического словаря был использован совершенно новый подход – сопоставительный анализ лексики существующих англо-русских и русско-белорусских словарей по информационным технологиям. При этом отбирались термины, терминологические словосочетания и сокращения терминологических словосочетаний, которые удовлетворяют следующим критериям:

1) тематическая принадлежность;

2) полнота охвата лексики описываемой терминологии;

3) временной фактор.

Учитывая тот факт, что создаваемый автоматический англо-белорусский терминологический словарь по информационным технологиям будет использован для автоматического перевода различных английских текстов по информационным технологиям на белорусский язык, отобранные термины, терминологические словосочетания и сокращения терминологических словосочетаний оформлены в виде трех отдельных словарей в составе единого терминологического словаря:

- 1) словаря терминов;
- 2) словаря терминологических словосочетаний;
- 3) словаря сокращений терминологических словосочетаний.

Еще одна особенность создаваемого англо-белорусского терминологического словаря заключается в том, что при применении его для автоматического перевода английских текстов на белорусский язык будет использован «Англійска-беларускі слоўнік», включающий более 60 000 общеупотребительных слов и словосочетаний, подготовленный в МГЛУ под руководством доцента Т. Н. Суши.

**И. И. Зубова**

#### СЛОГАН КАК ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ ФАКТОР СОЗДАНИЯ РЕКЛАМНОГО ОБРАЗА ПАРФЮМЕРНОЙ ПРОДУКЦИИ

Для создания образа товара или услуги в рекламной коммуникации используются знаки разных семиотических систем, прежде всего, вербальной и визуальной. Их тесную взаимосвязь можно наблюдать в печатных рекламных сообщениях товарной категории «Парфюмерия». Общеизвестно, что через традиционные каналы коммуникации передать аромат невозможно, хотя именно запах определяет потребительские предпочтения при выборе духов или туалетной воды. Поэтому в рекламных сообщениях вербально-визуального типа, к которым относится реклама парфюмерной продукции, основная роль отводится именно рекламному образу. Компоненты рекламного образа тесно связаны между собой, т.е. в полном объеме его смысл раскрывается только через структурно-смысловые отношения всех его частей.

Основными семиотическими знаками в рекламе парфюмерной продукции являются изображение товара, изображение персонажа, слоган, фон рекламного сообщения и цвет изображения, которые тесно связаны между собой и играют определенную роль в формировании образа предмета рекламы. Взаимосвязи перечисленных выше знаков можно представить в виде иерархической структуры. На нижнем (знаковом) уровне расположены используемые в рекламе парфюмерной продукции знаки двух разных семиотических систем. На среднем уровне отмечены результаты их тесного взаимодействия. На третьем (глобальном/образном) уровне зафиксирован результат восприятия рекламного сообщения (предмета рекламы) потребителем как совокупности образов-символов. Рассмотрим подробнее роль