

Материалы X-й  
Республиканской  
студенческой  
научно-  
практической  
конференции  
«Лингвистические и  
социокультурные  
аспекты  
иностранного  
языка»

Брест, 20 мая 2021 г.

Кафедра немецкой филологии и лингводидактики  
УО «Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина»

2021



УДК [811.11+37.016:811'243](082)  
ББК80я43

**Рецензенты:**

**В.И. Рахуба**, кандидат филологических наук, доцент  
**И.В. Повх**, кандидат филологических наук, доцент

**Редакционная коллегия:**

**И.Ф. Нестерук**, кандидат филологических наук, доцент  
**Е.Г. Сальникова**, кандидат филологических наук, доцент  
**Т.А. Кальчук**, старший преподаватель  
**И.П. Королюк**, старший преподаватель  
**С.А. Пилипенко**, старший преподаватель  
**М.В. Ярошук**, старший преподаватель  
**Е.М. Галуц**, преподаватель  
**О.В. Кивака**, преподаватель  
**В.А. Петровская**, преподаватель

*Ответственный за выпуск:*

**А.А. Буров**, старший преподаватель

Лингвистические и социокультурные аспекты иностранного языка: материалы X Республиканской студенческой научно-практической конференции «Лингвистические и социокультурные аспекты иностранного языка», Брест, 20 мая 2021 г. / Брест. гос. ун-т имени А.С. Пушкина; отв. редактор А.А. Буров. – Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина, 2021. – 424 с.

*В сборник вошли материалы X-й Республиканской студенческой научно-практической конференции "Лингвистические и социокультурные аспекты иностранного языка", которая проходила 20 мая 2021 года на базе факультета иностранных языков Учреждения Образования "Брестский государственный университет имени А.С. Пушкина".*

*Сборник включает материалы докладов, заслушанных на заседаниях секций.*

*Ответственность за содержание и стиль публикуемых материалов несут авторы.*

## СОДЕРЖАНИЕ

### АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ЛЕКСИКОЛОГИЯ

<i>Буель Д.И.</i> (Минск, БГУ, науч. рук-ль С.В. Воробьева) Семантическая классификация неологических средств номинации социальных отношений в английском языке .....	12
<i>Головчик Ю.С.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Т.А. Кальчук) Структура лексико-семантического поля эмотивных глаголов в современном немецком языке .....	16
<i>Грушовец А.А.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Е.М. Галуц) Особенности передачи белорусских общественно- политических реалий в немецких печатных СМИ .....	20
<i>Квятковская В.И.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Е.Г. Антончик) Сокращения в немецком языке, их структура и особенности употребления в сленге .....	23
<i>Котович А.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Т.И. Скоробогатая) Частотность употребления фитнес- терминов в современном немецком и русском языках .....	28
<i>Кравчис О.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Н.И. Власюк) Компаративные фразеологизмы немецкого, белорусского и русского языков, имеющие в своём составе анималистический компонент .....	32
<i>Крылов А.О.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Е.М. Галуц) Оценочная лексика в немецких печатных СМИ (на материале текстов, отражающих актуальные общественно- политические события в Беларуси) .....	37
<i>Лаврентьев Д.А.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Е.Н. Стрижевич) Ассоциативные характеристики концепта «мода» .....	41
<i>Максимович М.С.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Т.А. Кальчук) Ономотопы в немецком и русском языках	44
<i>Меркурьева Е.А.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук- ль Л.М. Середа) Употребление неологизмов, возникших в английском языке за период пандемии COVID-19 .....	50
<i>Онисько Н.И.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль С.В. Адамович) Анализ фразеологических единиц с компонентом-онимом в русском и английском языках .....	53
<i>Петрушкевич В.С.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч.	

рук-ль Е.Н. Стрижевич) Эмотивные фразеологизмы в современном английском языке .....	57
<i>Пракопчик Ю.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль С.С. Масленникова) Структурно-семантическая классификация субстантивных и адвербиальных компаративных фразеологизмов немецкого языка .....	62
<i>Протасевич Я.М.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль И.П. Королюк) Лексические средства реализации концепта «Обувь» в немецком языке .....	65
<i>Прусевич В.В.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль О.В. Кивака) Антонимо-синонимические отношения в лексике немецкоязычной новеллы .....	67
<i>Раковец А.И.</i> (Минск, БГУ, науч. рук-ль С.В. Воробьева) Тематика экологического дискурса (на материале электронных англоязычных СМИ) .....	71
<i>Роценко А.С.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Е.Н. Стрижевич) Концепта «время» в современных американских идиомах .....	76
<i>Русенко И.В.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Т.А. Кальчук) Знаковые культуры в немецкой фразеологии ....	81
<i>Тимченко М.А.</i> (Гомель, Гомельский филиал Международный университета «МИТСО»; науч. рук-ль В.А. Скачкова) Арт-лексика английского происхождения в современном русском языке .....	85
<i>Хвостенко Е.В.</i> (Минск, БГУ, науч. рук-ль С.В. Воробьева) Оценочное значение в семантике неологизмов английского языка .....	89

#### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА**

<i>Андреев К.В.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль К.Н. Веремейчук) Функции переводчика в акте межъязыковой коммуникации .....	94
<i>Бобков В.О.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Т.М. Канторович) Особенности и трудности перевода юридических текстов .....	98
<i>Головач Ю.А.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль О.В. Кивака) Конъюнктив в текстах немецких СМИ .....	102
<i>Гончарова У.А.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль М.В. Ярошук) Переводческие трудности при межкультурной	

коммуникации .....	106
<i>Дробыш В.С.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Е.В. Гулевич) Особенности перевода блюд китайской кухни на русский язык .....	111
<i>Жминько И.И.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль В.Ф. Чуркова) Анализ трансформаций при переводе английских юридических текстов на русский язык .....	115
<i>Кабитенко Д.С.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль А.А. Буров) Прием лексического опущения в художественном переводе романа Е.М. Ремарка «Ночь в Лиссабоне» .....	118
<i>Кивайко У.Г.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль А.Н. Искан) Применение и способы перевода модальных глаголов (на примере договора купли-продажи) .....	122
<i>Клименок А.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль С.В. Адамович) Использование словаря АВВУУ Lingvo при переводе технических текстов .....	125
<i>Крайн Е.Д.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль В.Ф. Чуркова) Лексико-грамматические особенности перевода специальных текстов .....	129
<i>Кривоблоцкая А.Д.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль А.Н. Искан) Анализ грамматических трансформаций при переводе текста британского соглашения .....	131
<i>Куликовская А.Г.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Т.М. Канторович) Проблемы перевода юридических аббревиатур в англоязычных текстах .....	135
<i>Москова Е.А.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль А.Н. Искан) Анализ переводческих трансформаций при переводе юридических документов с английского языка на русский (на примере Соглашения о выходе Соединенного Королевства Великобритании и Северной Ирландии из Европейского Союза и Европейского Общества по атомной энергии) .....	139
<i>Петран К.С.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль М.В. Ярошук) Особенности перевода заголовков англоязычной прессы .....	143
<i>Попко К.М.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Л.В. Рычкова) Особенности употребления предлогов пространственных отношений в китайском языке по сравнению с русским .....	147

<i>Романовская Ю.А.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Е.Г. Антончик) Анализ особенностей перевода конструкций в пассивном залоге с немецкого языка на русский	151
<i>Славинская А.Е.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль В.Ф. Чуркова) Особенности перевода отрицательных конструкций в юридических текстах (на примере контракта по свободной занятости) .....	154
<i>Сырель В.Н.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль А.Н. Искан) Анализ грамматических трансформаций, выявленных при переводе юридического текста (на примере соглашения) .....	158
<i>Юркевич О.И.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль А.А. Буров) Добавления как вид лексико-грамматических трансформаций в художественном переводе (на примере романа Г. Фаллады "Каждый умирает в одиночку") .....	161
<i>Янушко А.А.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль А.Д. Дудько) Специфика перевода англоязычной деловой корреспонденции .....	164
<i>Ясинчук Э-М.Д.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль И.Р. Степень) Использование грамматических трансформаций при переводе с испанского языка на английский .....	168

### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ: МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

<i>Альшевская П.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль С.В. Адамович) Кулинаронимы в русском языке .....	172
<i>Альшевская П.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль С.В. Адамович) Лингвокультурные особенности кулинаронимов в китайском языке .....	176
<i>Ананчук А.А.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль М.В. Ярошук) Специфика молодежного сленга современного английского языка .....	182
<i>Боровкова А.С.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Л.М. Середа) Создание привлекательного образа посредством рекламы .....	186
<i>Бронова Д.Ф.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль С.В. Адамович) Морфологические средства реализации	

стратегии вежливости в английском языке .....	190
<i>Бурачук Д.М.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль К.Н. Веремейчук) Манипулятивные особенности в рекламных текстах .....	194
<i>Буховский А.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль С.В. Адамович) Лингвокультурная природа национально-специфических этикетных форм в английском и русском языках .....	198
<i>Вишневецкая Д.И.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Е.В. Гулевич) Учет целевой аудитории в политическом дискурсе Д. Байдена .....	202
<i>Григенча К.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Л.М. Середа) Гендерный аспект функционирования концепта «красота» в мужских отечественных и иностранных глянцевого журналов .....	204
<i>Деревянко И.И.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль С.В. Адамович) Синтаксические особенности речей Д. Трампа ...	208
<i>Казакова А.В.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Е.Н. Стрижевич) Языковая игра как прием создания комического в американском телесериале «Друзья» .....	211
<i>Капуза Д.А.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Н.И. Власюк) Понятие политического дискурса и его национально-культурный контекст в немецком языке .....	214
<i>Кобятко Д.Д.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль М.С. Патолятова) Фонетическая интерференция при изучении английского языка .....	220
<i>Кобятко Д.Д.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль О.А. Калита) Грамматическая интерференция при изучении английского языка .....	223
<i>Комышкайло Д.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль В.Ф. Чуркова) Структура брачного контракта как стилистическая особенность юридического текста .....	226
<i>Кондраушк А.В.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль М.В. Ярошук) Языковые особенности использования неологизмов в англоязычных СМИ и их перевод на русский язык .....	229
<i>Кучмей Р.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль М.А. Лохницкая) Концепт «время» в русской и английской языковой картине мира: лексико-семантический аспект .....	233
<i>Лантейкина Д.А.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль М.В. Ярошук) Языковая манипуляция а англоязычном газетном дискурсе .....	238

<i>Лепешко В.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Л.В. Рычкова) Функционал колоратива белый в русском языке по сравнению с китайским .....	243
<i>Лысенко А.Г.</i> (Пинск, ПолесГУ; науч. рук-ль Ю.В. Корженевич) The role of prejudices and stereotypes in modern communication ....	249
<i>Нетецкая С.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Л.М. Середа) Функционирование «языковой игры» на словообразовательном и графическом уровнях в английских рекламных текстах .....	252
<i>Орлова А.Н.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль М.В. Ярошук) Игра слов в английских СМИ и способы ее воссоздания при переводе .....	255
<i>Пекарская Е.О.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль А.Д. Нуретдинова) Лингвокультурные особенности паремий о доверии на русском и английских языках .....	260
<i>Петюн Э.Э.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль С.В. Адамович) Цветообозначения в рекламе косметики .....	265
<i>Пилипчук А.С.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Е.Г. Антончик) Взаимосвязь языка и культуры как неотъемлимая часть коммуникации .....	269
<i>Романчик В.Ю.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Н.Н. Овчинникова) Смысл жизни в английском лингвокультурном сознании .....	272
<i>Романчук Е.А.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль И.П. Королук) Фонетические особенности немецкоязычного рекламного дискурса .....	278
<i>Сечко А.Ю.</i> (Брест, БрДУ імя А.С. Пушкіна; нав. кір-к Л.І. Яўдошына) Канцэпт “радзіма” ў беларускіх прыказках .....	281
<i>Таврель Д.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Л.В. Рычкова) Расширение функций китайского языка в межнациональном взаимодействии (на примере белорусско-китайского сотрудничества) .....	285
<i>Топузьян Э.М.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Н.И. Андрейчик) Проблемы межкультурного общения и межкультурных конфликтов .....	290
<i>Шевелова Н.И.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль О.И. Ковальчук) Роль и специфика функционирования немецких эвфемизмов в социальной и профессиональной сферах .....	295
<i>Шульга П.А.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Л.В. Рычкова) Трансформация понятия ‘заимствование’ в	



условиях транслингвальных коммуникативных практик .....	299
<i>Шумакова Л.В.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль И.Ф. Нестерук) Оценочное суждение в структуре сложного предложения .....	303
<i>Шутович Е.А.</i> (Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова; науч. рук-ль Т.В. Скребнева) Linguistische und extralinguistische Motive für die Nomenennung der Puppen .....	307
<i>Якубович А.А.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы, науч. рук-ль Т.В. Пузевич) Лексико-грамматические особенности англоязычного научно-популярного текста (на материале книги А. Duckworth “Grit: The Power of Passion and Perseverance”) .....	310

### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ**

<i>Агрэніч І.М.</i> (Брэст, БрДУ імя А.С. Пушкіна; нав. кір-к С.Ф. Бут-Гусаім) Мянускі ў драматургіі Георгія Марчука і Зінаіды Дудзюк .....	316
<i>Будькова Е.А.</i> (Гомель, ГФ УО ФПБ «Международный университет «МИТСО»; науч. рук-ль Т.В. Луговик) Символизм образа Орфея в творчестве Жана Кокто .....	321
<i>Дзенісюк Н.А.</i> (Брэст, БрДУ імя А.С. Пушкіна; нав. кір-к Л.І. Яўдошына) Фразеалагізмы са значэннем меры і ступені (на матэрыяле прозы У. Дамашэвіча) .....	324
<i>Кныш В.А.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль С.Н. Дягель) Концепция мира и человека в романе Ф.Кафки «Процесс» .....	329
<i>Ланно І.В.</i> (Брэст, БрГУ імя А.С. Пушкіна; науч. рук-ль С.Н. Дягель) Война і мир в трылогіі Э.М. Ремарка о «потерянном поколении» .....	334
<i>Макарэвіч В.А.</i> (Брэст, БрДУ імя А.С. Пушкіна; нав. кір-к Л.І. Яўдошына) Характарыстычныя асабовыя найменні ў творах Янкі Брыля .....	340
<i>Малышко М.И.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Е.В. Гулевич) История создания и особенности структурной, пространственной, тематической, сюжетной и образной организации британской версии киноадаптации романа «Анна Каренина» .....	344
<i>Мисюра А.С.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль Н.В. Зданчук) Образы животных в китайских народных сказках .....	348

<i>Чмель О.В.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль К.Н. Веремейчук) Анализ пространства и времени романа Дианы Уинн Джонс «Ходячий замок» .....	354
--	-----

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В МЕТОДИКЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ**

<i>Антоник А.Н.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Л.Е. Левонюк) Роль игровых технологий в обучении иностранному языку .....	357
<i>Апостолова Е.Н.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Н.В. Иванюк) Применение мультимедийных технологий в процессе формирования лексических навыков на уроках иностранного языка .....	361
<i>Буюк П.К.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль С.С. Масленникова) Использование сказок братьев Гримм на уроках немецкого языка .....	366
<i>Денисова А.В.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Г.В. Нестерчук) Мотивация как основной элемент учебной деятельности .....	371
<i>Дягель С.Н.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Л.Я. Дмитрачкова) Методические подходы к интерпретации иноязычного художественного текста в обучении иностранным языкам .....	374
<i>Занкевич К.В.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Г.В. Нестерчук) Игровые технологии как средство повышения мотивации при обучении английскому языку .....	379
<i>Колядич Е.С.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Н.В. Иванюк) Коммуникативно-ориентированный подход в обучении иностранному языку .....	383
<i>Костюк М.И.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Г.В. Нестерчук) Потенциал учебной дисциплины «иностраный язык» в формировании межкультурной компетенции учащихся .....	386
<i>Котковец В.В.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль В.В. Авраменко) Социокультурный компонент немецких песен как средство речевого общения .....	389
<i>Лапутько Л.А.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль С.С. Масленникова) Фразеологизмы с кулинарным компонентом при обучении немецкому и белорусскому языкам	394

<i>Лысенко А.Г.</i> (Пинск, ПолесГУ; науч. рук-ль А.В. Панковец) Использование современных технологий в обучении иностраннным языкам .....	398
<i>Матвеева М.С.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук- ль Л.Я. Дмитрачкова) Технология веб-заданий в обучении иностранному языку .....	402
<i>Онищук Е.В.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль Л.Я. Дмитрачкова) Технология управления усвоением иноязычного лексического материала в обучении студентов практике устной и письменной речи на иностранном языке .....	407
<i>Федосенко Е.В.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук- ль С.С. Масленникова) Использование семантической классификации фразеологизмов с компонентом «Gott / Бог» при обучении немецкому и белорусскому языкам .....	411
<i>Черная М.С.</i> (Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы; науч. рук-ль М.В. Рагожник) Основные фонетические и фонологические ошибки русскоговорящих в испанском языке (на материале сериала «NASDROVIA») .....	416
<i>Черноокая И.В.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук- ль В.В. Авраменко) Использование презентаций PowerPoint на уроках иностранного языка .....	418
<i>Якута Е.С.</i> (Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина; науч. рук-ль В.В. Авраменко) Формирование грамматических умений учащихся старших классов при помощи платформы КАНООТ!	421

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ЛЕКСИКОЛОГИЯ

**Д.И. БУЕЛЬ**

Минск, БГУ

Научный руководитель: С.В. Воробьева

### СЕМАНТИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ НЕОЛОГИЧЕСКИХ СРЕДСТВ НОМИНАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Исследование направлено на выявление особенностей неологизмов, называющих социальные отношения в современном английском языке.

Для отнесения лексических единиц к разряду новообразований мы проведем анализ неологизмов, появившихся в период с 2015 по 2021. Выбор указанного отрезка времени мы обосновываем необычайной насыщенностью отмеченного периода различными политическими событиями, мощными процессами глобализации, сложившейся эпидемиологической обстановкой, а также изменением характера социальных отношений как результата эпидемии, что способствует интенсивному появлению новых слов и новых значений старых слов прежде всего в современном английском языке.

Для анализа неологизмов мы проводили выборку слов из электронного словаря «Oxford English Dictionary» [1], электронного словаря неологизмов «A Lexicon of Neologisms» [2] и словаря английского языка «Cambridge Dictionary» [3]. Отбирались неологизмы, называющие социальные отношения в любом их проявлении (в определении которых присутствуют такие слова как *society, people, social class, individual, relationship, person, group of people*). Объем выборки составил 67 слов и словосочетаний.

Мы проанализировали отобранные нами 67 неологизмов по разновидности социальных отношений, которые они называют, т. е. согласно признаку, лежащему в основе номинации, опираясь на классификацию социальных отношений, представленной в издании «Социальная психология» под редакцией А.Н. Сухова. С точки зрения авторов, «социальные отношения – это отношения между социальными группами или их членами». В работе представлена классификация социальных отношений: «с точки зрения владения и распоряжения собственностью (классовые, сословные); по объему власти (отношения по вертикали и по горизонтали); по сферам проявления (правовые,

экономические, политические, моральные, религиозные, эстетические, межгрупповые, массовые, межличностные); с позиции регламентированности (официальные, неофициальные); исходя из внутренней социально-психологической структуры (коммуникативные, когнитивные, конативные и пр.)» [4, с. 62–72].

Далее рассмотрим неологизмы по признаку, лежащему в основе номинации, в порядке, представленном в классификации в издании «Социальная психология».

Неологизмы, называющие социальные отношения с точки зрения владения и распоряжения собственностью, а также называющие классы и сословия, составляют 17% выборки. Примерами таких неологизмов служат следующие:

*Gentle blood 'noble or upper-class ancestry or lineage; persons of gentle or noble ancestry viewed collectively'* [1]. В определении присутствуют такие слова, как *person*, указывающее что речь идет о человеке, и *noble, upper-class и gentle*, указывающие на высокое положение человека в обществе.

*Gentleperson 'a person of noble birth or high social standing; a gentleman or lady'* [1]. В определении данного неологизма также присутствуют такие слова, как *person, noble* и *high social class*, подчеркивающие социальное положение человека в обществе.

К неологизмам, называющим объем власти, относятся слова, называющие отношения по вертикали и по горизонтали. Таких слов в нашей выборке оказалось 8%. Например, *coercive control 'power that is exercised over a person or group through the use of force, threat, or punishment'* [1]. В дефиниции неологизма присутствуют слова *person* и *group*, между которыми существуют отношения, а слово *power* подчеркивает власть, которой обладает человек.

Неологизмы по сферам проявления бывают правовыми, экономическими, политическими, моральными, религиозными, эстетическими, межгрупповыми, массовыми и межличностными. Их в нашей выборке большинство – 42%. Ниже мы рассмотрим примеры неологизмов, используемых для номинации указанных видов социальных отношений.

Неологизм *gentleman thief 'a man of high social status who engages in non-violent, financial crime'* [1] относится к сфере права. Слово *crime* указывает на совершенное человеком преступление.

*Greenshirt 'a person who wears a green shirt, esp. to indicate membership of a team, organization, or political party'* [1]. В дефиниции присутствует словосочетание *political party*, благодаря чему можно отнести неологизм к политической сфере.

*Jobber* 'a person who jobs; esp., one who buys goods in quantity from manufacturers or importers and sells them to dealers; wholesaler; middleman' [5]. Слова *importers*, *sells* и *dealers* указывают на место человека в экономических отношениях.

*Allyship* 'is the practice of emphasizing social justice, inclusion, and human rights by members of an ingroup, to advance the interests of an oppressed or marginalized outgroup' [6]. Слова *members*, *ingroup* и *outgroup* указывают на межгрупповые отношения, один из видов социального взаимодействия.

*Covidivorce* 'the process of ending a marriage as a consequence of the couple spending a large period of time together in lockdown during the covid-19 pandemic' [7]. Слово *marriage* указывает на существующие между людьми супружеские отношения и является одной из форм межличностных отношений, а *Covid-19* показывает, что неологизм появился в результате эпидемиологической обстановки в мире.

С позиции регламентированности отношения бывают официальными и неофициальными. Неформальные отношения – в целом, уже не имеют регламентированных норм поведения и такой же правовой базы под собой. К таким отношениям могут относиться знакомства, приятельские или дружеские отношения, объединение в группы для какой-то цели. Неологизмы с этим признаком в основе номинации составляют 8%. Например, *situationship* 'is a relationship between two people that is more than just a friendship but not yet a committed romantic affair' [8]. Слово *people* указывает на наличие отношений между людьми, а *friendship* и *romantic affair* на характер их отношений.

Также различают неологизмы исходя из внутренней социально-психологической структуры социальных отношений: это коммуникативные, когнитивные, конативные и прочие. Эти неологизмы составили 25% выборки. Рассмотрим следующие примеры:

*Frenemy* 'a person who pretends to be your friend but is in fact an enemy'. Слово *person* указывает на отношение между людьми, а исходя из слова *pretend*, можно сделать вывод о существующей в отношениях скрытности, а потому это форма коммуникативных взаимоотношений. Эмоциональные взаимоотношения отражают взаимную привлекательность людей и проявляются в рамках «любовь-ненависть». Побудителями этих чувств становится физическая, психологическая, социальная привлекательность партнеров. Сюда можно отнести неологизм *dislove* 'to have a deep negative feeling, attraction-through-aversion to smbd' [2].

*Panpanic* 'a strong feeling of fear experienced by many people during the covid-19 pandemic, leading to a lack of reasonable thought and action' [2]. Данный неологизм можно отнести называющим психические отношения,

так как он отражает реакцию человека на эпидемиологическую обстановку в мире и стремление человека избежать заражения.

Преобладание среди неологизмов – средств номинации социальных отношений тех, которые называют эти отношения по сферам проявления (42%), по внутренней социально-психологической структуре социальных отношений (25%), с точки зрения владения и распоряжения собственностью, а также называющие классы и сословия (17%), на наш взгляд, обусловлено тем, что перечисленные признаки как таковые включают в себя множество составляющих.

Было выявлено, что проанализированные неологизмы являются отражением черт англоязычной лингвокультуры. Среди отобранной нами лексики присутствовали слова, называющие различные виды социальных отношений, черт характера, многие слова связаны с эпидемиологической обстановкой и мировыми тенденциями, что подтверждает утверждение о том, что неологизмы являются проявлением изменений и реальных процессов в современном обществе.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Oxford English Dictionary [Electronic resource] / Lexico.com. – 2021. – Mode of access: <https://www.lexico.com>. – Date of access: 29.04.2021.
2. A Lexicon of Neologisms [Electronic resource] // PreDictionary. – Mode of access: [https://www.emory.edu/INTELNET/lex\\_intro.html](https://www.emory.edu/INTELNET/lex_intro.html). – Date of access: 29.04.2021.
3. Cambridge Dictionary [Electronic resource] / Cambridge University Press. – 2021. – Mode of access: <https://dictionary.cambridge.org/ru>. – Date of access: 29.04.2021.
4. Социальная психология : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / А. Н. Сухов, А. А. Бодалев, В. Н. Казанцев и др. – М. : Академия, 2001. – 600 с.
5. Collins Dictionary [Electronic resource] / Collins 2021. – Mode of access: <https://www.collinsdictionary.com>. – Date of access: 29.04.2021.
6. Wikipedia [Electronic resource] : The free encyclopedia. – Mode of access: <https://en.wikipedia.org>. – Date of access: 29.04.2021.
7. New Words [Electronic resource] // Cambridge Dictionary. – Mode of access: <https://dictionaryblog.cambridge.org/category/new-words/>. – Date of access: 29.04.2021.
8. Slangit [Electronic resource] / Sharpened Productions. – 2021. – Mode of access: <https://slangit.com>. – Date of access: 29.04.2021.

**Ю.С. ГОЛОВЧИК**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Т.А. Кальчук

## **СТРУКТУРА ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОГО ПОЛЯ ЭМОТИВНЫХ ГЛАГОЛОВ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

В настоящее время эмоции составляют неотъемлемую часть человеческой жизни. Они являются одной из форм отражения, а также познания действительности. Эмоциональная сфера не просто выступает одним из фундаментальных компонентов психики, но наряду с интеллектом образует ядро личности. А язык служит не только для передачи информации, но и для выражения внутреннего мира говорящего. Явления и действия, связанные с эмоциями, получают конкретные номинации, которые способны объединяться в лексико-семантические группы. Однако эти единицы внутри групп, а также сами группы обладают как сходствами, так и различиями в разных языках, что обуславливает выбор темы исследования.

Актуальность темы обусловлена тем фактом, что лексико-семантическая характеристика слов-номинантов эмоций позволит сделать вывод о наиболее значимых эмоциях для жителей Германии. Ведь разные культуры по-разному относятся к различным эмоциям, что влияет на воспитание и социализацию, на систему представлений о мире, социальную организацию и семантическое воплощение тех или иных элементов в структуре значения эмоциональной лексики.

Цель нашего исследования – выявление семантических особенностей немецкого лексико-семантического поля эмотивных глаголов в современном немецком языке.

Лексикон человека является многоуровневой системой полей, в которых упорядочивается, оценивается и хранится информация об окружающей действительности. Появление в лингвистике понятия «поле» связано с определением языка как системы, являющейся постоянно изменяющимся и развивающимся механизмом. Лексико-семантическое поле представляет парадигматически связанные слова или их отдельные значения, которые имеют единую смысловую особенность в составе и отличаются хотя бы одним дифференциальным признаком. Оно как особая системообразующая единица, обладает сложной и своеобразной структурой.



Под эмоциями понимают психическое отражение окружающего мира в форме кратковременных переживаний человека, выражающих его отношение к действительности, своим действиям и действиям других, реакцию на воздействие внутренних и внешних раздражителей. Благодаря эмоциям люди не только чувствуют, воспринимают, представляют окружающую действительность, но и переживают ее. Чем большее значение имеют для человека жизненные изменения, тем более глубокими являются переживания эмоций и чувств.

В психологии существует множество классификаций эмоций. По мнению К. Изарда существуют базовые эмоции, обладающие уникальными признаками. В зависимости от модальности переживаний ученый выделил десять фундаментальных эмоций: интерес-возбуждение, радость, удивление, горе-страдание, гнев, отвращение, презрение, страх, стыд и вину [1]. Все перечисленные эмоции находят свое выражение различными способами: экстралингвистическими (жестами, мимикой, слезами, смехом и т.д.) и лингвистическими (выражение эмоций посредством эмотивной лексики). Например, *сыночек, дочурка* (ласкательно по отношению к ребенку); *Waschlappen, Schlafmütze* (по отношению к людям), *wehmütig, freudig* и т.п.

Исходя из выше представленной типизации, методом сплошной выборки из толкового словаря «Duden. Deutsches Universalwörterbuch» [2] по поисковому признаку с учетом дефиниций, содержащих разного рода указания на эмоцию, было отобрано 127 эмотивных глаголов. Проведенное исследование позволило выделить 10 групп эмотивных глаголов в современном немецком языке:

- глаголы, вызванные такой эмоцией, как интерес-возбуждение (35 ЛЕ или 28%): *interessieren, reizen, entzünden*;
- глаголы радости (21 ЛЕ или 16%): *jubilieren, frohlocken, aufstrahlen*;
- глаголы страха (19 ЛЕ или 15%): *ängstigen, bangen, schrecken*;
- глаголы удивления (11 ЛЕ или 9%): *erstaunen, überraschen*;
- ряд эмотивных глаголов, выражающих страдание, и горе (10 ЛЕ или 8%): *erleiden, martern*;
- глаголы отвращения (10 ЛЕ или 8%): *anekeln, verabscheuen*;
- глаголы, демонстрирующие эмоции гнева (8 ЛЕ или 6%): *erbittern, zürnen*;
- глаголы, порождающие чувство вины (6 ЛЕ или 5%): *reuen*;
- глаголы презрения (4 ЛЕ или 3%): *hinpfeffern*;
- глаголы, вызывающие чувство стыда (3 ЛЕ или 2%): *beschämen*.

Эмотивные глаголы немецкого языка могут образовывать различные по составу лексико-семантические поля (ЛСП) в зависимости от критерия,

который положен в основу классификации эмотивных глаголов. Так, основным критерием является разделение эмотивных глаголов на глаголы с положительной и отрицательной семантикой.

Структурный анализ выделенных лексико-семантических полей с положительной и отрицательной семантикой позволил выделить ядро, центр и периферию исследуемых полей. К ядру лексико-семантического поля относят семантические компоненты высшего порядка, которые организуют вокруг себя семантическое развертывание поля. По мнению И. А. Стернина компоненты ядра являются наиболее более частотными и обязательными для поля, они образуют постоянные, существенные семантические компоненты. Центр лексико-семантического поля составляют лексические единицы с меньшим количеством семантических дифференциальных признаков, имеющие общее значение с ядром. Периферия поля включает лексические единицы, наиболее удаленные в своем значении от ядра и обладающие более сложным и специализированным содержанием. Переход от ядра и центра поля к периферии осуществляется постепенно и не имеет четких границ [3].

Опираясь на выше описанную структуру поля, проанализировав лексико-семантические группы эмотивных глаголов немецкого языка, мы пришли к следующему: ядро лексико-семантического поля эмотивных глаголов с положительной оценкой в немецком языке составляет лексема *interessieren* 1. а) 'Interesse an etw., jmdm. haben, für etw., jmdn. zeigen'; 2. а) 'jmds. Interesse wecken, finden'; б) 'jmds. Interesse auf etw. lenken, jmdn. für etw. zu gewinnen suchen' (ЛСГ «Интерес-возбуждение»), т. к. она позволяет легко определить общее лексическое значение, характеризуется однозначностью семантики, довольно частотна в употреблении и стилистически нейтральна. По аналогии мы определили, что ядро лексико-семантического поля «Положительные эмоции» также формируют глаголы: *freuen* (ЛСГ «Радость»), *wundern, staunen* (ЛСГ «Удивление»).

Лексические единицы, образующие ядро лексико-семантического поля «Положительные эмоции», имеют большое количество синонимов, которые составляют центр поля. Например, в центр поля включаются глаголы *aufregen, aufreizen, begeistern, reizen* (ЛСГ «Интерес-возбуждение»). По нашим данным центр ЛСП «Положительные эмоции» составляют также эмотивные глаголы: *genießen, frohlocken, jubeln; erstaunen, überraschen, wundernehmen*.

Периферию поля «Положительные эмоции» формируют следующие эмотивные глаголы: *anbaggern* (salopp) '[herausfordernd] ansprechen u. unmissverständlich sein Interesse für die angesprochene Person zeigen', *besänftigen, empören, entzünden* (geh.), *erhitzen, hinwerfen* (ugs.), *aufgeilen*,

*aufpeitschen, flammen* (geh.), *hinpfeffern, aufführen* (geh.) и др., т. к. они наиболее удалены в своем значении от ядра, их общее родовое понятие имеет только потенциальный характер и являются стилистически окрашенными. Таким же образом мы определили принадлежность остальных эмотивных глаголов к периферии ЛСП «Положительные эмоции»: *erfreuen, ergötzen, högen, jauchzen, jubilieren* (geh.), *aufstrahlen, lächeln, lachen, loben, miesmachen, spachteln* (fam.), *verleiden, vermiesen, ausflippen; verwundern, befremden, entwaffnen, frappieren, verblüffen, umhauen*.

Аналогично для ЛСП «Отрицательные эмоции» были выявлены эмотивные глаголы, составляющие ядро поля: *leiden, zürnen, ekeln, höhnen, ängstigen, fürchten, schämen* и *reuen*. Центр ЛСП «Отрицательные эмоции» формируют следующие лексемы: *erleiden, quälen; erbittern; hassen, verabscheuen; verschmähen; scheuen, beängstigen; beschämen; bereuen, verschulden*. По тому же принципу была определена периферия лексико-семантического поля: *vertragen* (ugs.), *abkönnen, mitleiden, zerquälen, martern; ergrimmen* (geh.), *fluchen, verfluchen, schäumen* (geh.), *hochgehen* (ugs.); *anekeln, stinken* (salopp), *schrecken* (dichter); *spucken* (salopp); *bangen, ringen* (geh.), *bibbern, einschüchtern, terrorisieren, verängstigen, beben* (geh. veraltend), *schrecken, zittern, bekreuzigen* (ugs.), *gruseln; beschämen, schänden; verschulden, anlasten, büßen* (Rel.), *abrechnen* и др.

Таким образом, анализ структуры лексико-семантического поля эмотивных глаголов немецкого языка позволяет сделать вывод о том, что рассмотренные лексические категории являются взаимосвязанными как важнейшие составляющие ЛСП. Они синтезируются в нем. Составляющие поле лексико-семантические группы можно рассматривать как синонимы разной степени близости, выражающие различные оттенки эмоциональных значений. Богатство эмотивных глаголов немецкого языка помогает наиболее детально и целостно описать картину мира.

## СПИСОКЛИТЕРАТУРЫ

1. Изард, К. Э. Психология эмоций / К. Э. Изард. – СПб. : Изд-во «Питер», 2006. – 464 с.
2. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache: in 10 Bd. [Электронный ресурс]. – Elektronische Datei (576 Mb). – Mannheim : Bibliogr. Inst. : F. A. Brockhaus AG, 2000. – 1 электр. опт. диск (CD-ROM). – Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. Mannheim – 2006 [CD-ROM].
3. Стернин, И. А. Лексическое значение слова в речи / И. А. Стернин. Воронеж : Изд-во Воронежского университета, 1985. – 170 с.

**А.А. ГРУШОВЕЦ**

Брест БрГУ имени А.С. Пушкина  
Научный руководитель: Е.М. Галуц

## **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕДАЧИ БЕЛОРУССКИХ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ В НЕМЕЦКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ**

Связь культуры и информации, которая отражается в словах как элементах языка, издавна интересует лингвистов, а также представителей иных наук. Все отличительные черты жизни данного этноса и его страны находят отражение в языке этого народа. К ним относятся природные условия, географическое положение, исторические события, характер социального устройства, тенденция общественной мысли, науки, искусства. Можно утверждать, что язык несет в себе национально-культурный код того или иного народа и является отражением культуры либо нации. В средствах массовой информации имеются такие лексические единицы, в значении которых может быть выделена особая часть, отражающая связь языка и культуры. К ним, прежде всего, относятся слова-реалии.

Реалии – это специфические для определенной культуры предметы и явления, у которых нет прямых аналогов в других культурах. Однако, это не только сами факты, явления и предметы, а также их названия. Слово «*реалия*» переводится с латинского языка как ‘вещественный’, ‘действительный’. В общепринятом смысле оно обозначает какой-либо предмет, вещь, существовавшую или существующую ныне, относится к конкретной культуре и обществу, отражает ее жизнь и быт, но является чужой лексикой для иных культур.

Слова-реалии содержат национально-культурный компонент, отсутствующий в других языках. Помимо этого, реалии играют важную роль в процессе межкультурной коммуникации. Их перевод является одной из важнейших проблем передачи национального и исторического своеобразия. Данная тема остается актуальной, так как переводчики достаточно часто сталкиваются с проблемой перевода реалий.

Существуют различные способы передачи реалий: 1) транскрипция и транслитерация; 2) калькирование; 3) замена; 4) приближенный перевод; 5) описательный перевод; 6) трансформационный перевод.

Реалии – это многогранное языковое явление. В связи с этим имеются различные классификации реалий. Классификация слов-реалий в

языковедческих науках основана на лингвистическом принципе. С. Влахов и С. Флорин выделяют следующие основные группы реалий:

- 1) реалии - имена собственные;
- 2) реалии, отражающие местный исторический колорит культуры народности или страны;
- 3) общенациональные реалии;
- 4) военные реалии [1, с. 56].

К реалиям первой группы наряду с другими относятся общественно-политические реалии. Общественно-политические реалии составляют часть общественно-политической лексики, отражающей специфические для данной страны явления из сферы общественно-политической жизни. Рассмотрим более подробную классификацию общественно-политических реалий. Их делят на следующие группы:

- 1) общественно-политическая жизнь:
  - политическая деятельность и деятели;
  - патриотические и общественные движения;
  - социальные явления и движения;
  - звания, степени, титулы, обращения;
  - учреждения;
  - учебные заведения и культурные учреждения;
  - сословия и касты;
  - сословные знаки и символы;
- 2) органы и носители власти;
- 3) административно-территориальное устройство:
  - административно-территориальные единицы;
  - населенные пункты;
  - детали населенного пункта.

В настоящее время белорусская общественно-политическая реальность вызывает интерес во всем мире, поэтому актуальным является вопрос о способах передачи в зарубежных СМИ белорусских общественно-политических реалий.

Объектом нашего исследования стали материалы немецкой еженедельной газеты «Die Zeit». Проанализировав способы передачи некоторых белорусских общественно-политических реалий, которые встречаются в статьях данного издания, можно сказать, что самыми распространенными оказались способы транслитерации и калькирования. Использовались также приемы приближенного перевода и замены. В некоторых случаях при передаче белорусских реалий на немецкий язык требуются дополнительные пояснения.

Таким образом, общественно-политические реалии являются неотъемлемой частью СМИ. Их можно передать различными способами, однако, при этом, может быть потеря национальный колорит.

Следует отметить, что знание значений и особенностей передачи слов-реалий способствуют развитию личностных и профессиональных компетенций, а также обогащает имеющиеся знания о языке и действительности страны данного языка, так как все особенности жизни народа и его страны отражаются именно в нем.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Влахов, С. Непереваемое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М. : Высш. шк., 1986. – 416 с.

## **В.И. КВЯТКОВСКАЯ**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: Е.Г. Антончик

### **СОКРАЩЕНИЯ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ, ИХ СТРУКТУРА И ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ В СЛЕНГЕ**

В современном мире представить жизнь без использования передовых технологий невозможно. Темпы роста технологической сферы стремительно растут и наряду с этим, пополняется лексика немецкого языка. На сегодняшний день уровень развития науки и техники требует большого количества сокращений в работе, и, следовательно, появляются новые сокращённые лексические единицы.

Одним из самых распространенных способов образования новых лексических единиц стала аббревиация, а аббревиатура является результатом этого процесса. Аббревиатура (от лат. *brevis* ‘краткий’) – это сокращение слов или словосочетаний. Само понятие аббревиации можно рассмотреть как процесс превращения слова или развернутого словосочетания в аббревиатуру. Как способ словообразования она концентрирует в новых лексических единицах план выражения и обобщает план содержания, способствуя оптимизации информативной функции языка. За счет аббревиации сокращается материальная оболочка слов, увеличивается скорость их воспроизведения и восприятия [1, с. 251].

Аббревиация – стремительно развивающееся языковое явление. Существует большое количество разногласий по поводу необходимости аббревиации языковых единиц, однако, стоит отметить, что процесс уже давно укоренился в языке. Данная тенденция обуславливается различными экстралингвистическими и внутриязыковыми факторами.

Среди экстралингвистических факторов к появлению сложносокращенных слов следует отметить экономию речевых средств, которая позволяет передать максимум информации минимальными средствами (напр. в газетах) и легкий способ запоминания этих сокращений (*Kuli – Kugelschreiber* ‘шариковая ручка’) [2, с. 37].

Интерес к сокращению слов возникает у немецких лингвистов в начале прошлого столетия. Первым, кто предложил классификацию сокращенных единиц, был лингвист Велландер. В своих трудах он разделял сокращенные лексические единицы на две основные категории:

- 1) инициальные аббревиатуры;
  - а) звуковые аббревиатуры,
  - б) буквенные аббревиатуры,

- 2) слоговые сокращения;
- а) апокопы,
- б) многосегментные сокращения.

К тридцатым годам XX века, немецкий исследователь К. Мюллер выявил особую классификацию сокращений, в которой он подробно рассматривает сокращения словосочетаний. Известный немецкий филолог Л. Траубе определял аббревиатуры как некие графические объекты, при создании которых главную роль играет не произвольность, а, наоборот, стремление к упорядочиванию. Это определение подчеркивает несомненную системность создания аббревиатур, которая исконно являлась, вероятно, образующим фактором при появлении новых лексем. Проявление системности находит своё отражение в существовании чётких структурных моделей, согласно которым сокращенные слова возникают в современном немецком языке [1, с. 258]

Внимания также заслуживает классификация аббревиатур по И.Г. Олышанскому и А.Е. Гусевой. Авторы выделяют несколько классификаций структурных типов аббревиатур:

1. буквенные аббревиатуры / акронимы (Buchstabenabkürzungen): *ABM* – *Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen* ‘меры по обеспечению занятости’, *ADAC* – *Allgemeiner Deutscher Automobil-Club* ‘Всеобщий германский автоклуб’;
2. звуковые аббревиатуры (Lautabkürzungen): *die UNO* – *die Organisation der Vereinten Nationen* ‘Организация Объединенных Наций’, *das UFO* – *Unbekanntes Flug Objekt* ‘неопознанный летающий объект’;
3. слоговые аббревиатуры (Silbenabkürzungen);
4. контрактуры (Kontraktionen oder Klappwörter);
  - а) инициальные слова: *Kilo* – *Kilogramm* ‘килограмм’, *Tausend* – *Tsd.* ‘тысяча’;
  - б) финальные слова: *Rad* – *Fahrrad* ‘велосипед’, *Funk* – *Rundfunk* ‘радио’;
5. смешанный тип аббревиатур (der gemischte oder der Übergangstyp): *die U-Bahn* – *Untergrundbahn* ‘метро’, *Azubi* – *Auszubildende* ‘слушатель’;
6. графические аббревиатуры (Grafische Abkürzungen / Kontraktionen), *Jh.* – *Jahrhundert* ‘столетие’ [1, с. 258].

Известно, что аббревиатуры могут играть важную роль в тексте и выполнять в нем ряд функций. Среди них И. В. Варфоломеева выделяет следующие:

1. функцию компрессии текста, повышения его информативности за счет сокращения протяженности текста;
2. экспрессивную функцию в заголовках для придания им краткости и броскости;



3. экспрессивную функцию за счет контрастного употребления аббревиатур на фоне нейтральной и книжной лексики для снижения общей тональности текста, придания ей разговорной окраски;

4. экспрессивную функцию для создания иронического или юмористического эффекта.

В XXI веке благодаря IT-технологиям коммуникация между людьми, живущими в разных точках земного шара, может осуществляться online. И современная молодежь «чатится» и «эсэмэсится» в социальных сетях и различных приложениях. Если раньше общение в Сети предназначалось, к примеру, для деловых целей различным предприятиям и компаниям, то сейчас оно приобрело широкий массовый характер, объединяя людей по интересам, способствуя формированию межличностных отношений. Общение стало неотъемлемой частью жизни любого человека.

Изучив самые популярные социальные сети немецкоговорящей молодежи, можно отметить *Facebook*, *Twitter* и *Whatsapp*, где молодое поколение делится своими мыслями и общается друг с другом. Одна из самых популярных сетей, распространенная, прежде всего среди учащихся и студенческой молодежи, является *StudiVZ*. Практически около 90% пользователей немецких социальных сетей в возрасте от 14 до 30 лет проводит в день (по данным *WeAreSocial* и *Hootsuite* (на 2020 год), около 2 часа 29 минут. Это около 17 часов в неделю, 74 часа в месяц или 37 дней в году.

Проведя анализ неформального языка общения немецкоговорящей молодежи в социальных сетях, стоит отметить, что неотъемлемым атрибутом виртуальной переписки, всё больше подчиняющейся правилу «как слышу, как говорю, так и пишу», являются разного рода аббревиатуры и усеченные модели нормативной или сленговой лексики.

Для чего молодое поколение использует аббревиатуру и различного рода сокращения, когда в каждом смартфоне есть встроенный интеллект, который без труда сумеет определить по первым буквам, какое слово пользователь желает набрать? Это основывается на стремлении к экономии языковых средств, к созданию новой и эмоционально-экспрессивной единицы, которая будет понятна и известна только в определенной группе (студенты, школьники) или же партнеру по переписке.

Проведя исследование, мы пришли к выводу, что особенной популярностью у немецкого говорящих интернет-пользователей пользуются следующие аббревиации:

<i>Wms</i> – was machsch so? (чем занимаешься?)	<i>gg</i> – geht's gut? (всё хорошо?)
	<i>bn</i> – bis nachher (до скорой)

встречи)

*bm* – bis morgen (до завтра)

*lw* – langweilig (скучно)

*lg* – liebe Grüße (с наилучшими пожеланиями)

*mfg* – mit freundlichen Grüßen (с искренним приветом)

*glg* – ganz liebe Grüße (с наилучшими пожеланиями)

*gn8* – gute Nacht (доброй ночи)

*hdg* – hab dich gern (люблю тебя)

*hdmfg* – hab dich mega fest gern (обожаю тебя)

*ka* – keine Ahnung (не знаю)

*kr* – keinen Plan (без понятия)

*ev* – eventuell (посмотрим по обстоятельствам)

*vlt* – vielleicht (может быть)

*akla* – alles klar? (всё в порядке?)

*ikd* – Ich küße dich (целую)

*ild* – Ich liebe dich (люблю тебя)

*hase* – habe Sehnsucht (я скучаю)

В завершении, следует отметить, что аббревиатуры различных типов довольно глубоко проникают во все слои лексики немецкого языка. Поэтому, чем больше сокращений, тем выше скорость общения, что особенно важно для молодых коммуникантов, отличающихся нетерпеливостью и стремлением за короткий промежуток времени выдать большее количество информации.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лексикология немецкого языка: учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Е. Гусева, И. Г. Ольшанский. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 428 с.
2. Розен, Е. В. Новые слова и устойчивые словосочетания в немецком языке / Е.В. Розен. – М. : Просвещение, 1991. – 192 с.

## **А.В. КОТОВИЧ**

Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы

Научный руководитель: Т.И. Скоробогатая

### **ЧАСТОТНОСТЬ УПОТРЕБЛЕНИЯ ФИТНЕС-ТЕРМИНОВ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ**

В настоящее время фитнес-индустрия является одной из популярных областей спорта. Многие занимаются фитнесом для укрепления здоровья, улучшения своей внешности, в качестве хобби. Также активно используется для реабилитации пациентов с различными физическими отклонениями. С каждым годом фитнес стабильно растёт, открываются новые клубы, приходят новые бренды. Поэтому данная сфера представляет особый интерес для лингвистов, а именно изучение фитнес-терминов, их значение, употребление, образование, усовершенствование, перевод.

Понятие *фитнес* происходит от английского глагола *to be fit for* ‘быть в форме, быть бодрым, здоровым’ [2, с. 3]. Наиболее точным является понятие, которое предложил В. Е. Борилкевич: «Фитнес является понятием многомерным, включающим более широкий спектр признаков, нежели просто уровень физического состояния» [1, с. 45 - 47].

В данной статье мы проанализируем частотность употребления фитнес-терминов в немецком и русском языках.

Рассмотрев такие подгруппы фитнес-термин современного немецкого и русского языков как: 1) *Arten von Fitness* ‘виды фитнеса’, например, *das Yoga* ‘йога’, *das Aerobic* ‘аэробика’, *die Gymnastik* ‘гимнастика’; 2) *Anatomie der Muskeln* ‘анатомия мышц’ – *die Brustmuskeln* ‘мышцы груди’, *die Rückenmuskeln* ‘мышцы спины’, *der Bauchmuskel* ‘мышцы живота’ и др.; 3) *grundlegende körperliche Übungen* ‘основные спортивные упражнения’, например, *die Handhebung* ‘поднятие рук’, *der Klimmzug* ‘подтягивание’, *der Liegestütz* ‘отжимание’; 4) *das Sportgerät* ‘спортивный инвентарь’ – *die Stange* ‘штанга’, *die Hantel* ‘гантель’, *der Reck* ‘турник’; 5) *die Sporternährung* ‘спортивное питание’ – *die Kohlenhydrate* ‘углеводы’, *die Fette* ‘жиры’, *die Eiweißstoffe* ‘белки’; 6) *die Verletzungen und Krankheiten* ‘травмы и болезни’, например, *die Fettleibigkeit* ‘ожирение’, *die Arrhythmie* ‘аритмия’, *die Atherosklerose* ‘атеросклероз’; 7) *andere Begriffe* ‘другие термины’ – *die Fettleibigkeit* ‘ожирение’, *die Arrhythmie* ‘аритмия’, *die Atherosklerose* ‘атеросклероз’

и проанализировав материалы исследования, а именно, словарь *Дуден* для фитнес-терминов немецкого языка и словарь терминологии спорта А.Н. Блеер, Ф.П. Сулов, Д.А. Тышлер для фитнес-терминов русского языка, мы выявили, что подгруппа *Arten von Fitness* ‘виды фитнеса’ русского языка является наиболее распространенной. В немецком языке было выявлено 7,8% лексических единиц, а в русском – 17,8%. С диаграммой, отражающей показатели фитнес-терминов в немецком языке, Вы можете ознакомиться ниже.



Рисунок 1.1. – Частотность употребления фитнес-терминов в современном немецком языке

Далее следует подгруппа *Anatomie der Muskeln* ‘анатомия мышц’, которая составляет 13,1% фитнес-терминов русского и немецкого языка. Подгруппа *grundlegende körperliche Übungen* ‘основные спортивные упражнения’ в русском языке составляет 7,8%, а в немецком – 8,5%. *Das Sportgerät* ‘спортивный инвентарь’ в русском языке насчитывает 9,3%, а в немецком – 7,8%. Подгруппа *die Sporternährung* ‘спортивное питание’ – 7% в немецком языке и 6,2% –

в русском. Подгруппа *die Verletzungen und Krankheiten* ‘травмы и болезни’ имеет равное число лексических единиц в русском и немецком языках – 5,4%. *Andere Begriffe* ‘другие термины’ насчитывают 3,9% фитнес-терминов в современном немецком и русском языках. С диаграммой, отражающей показатели фитнес-терминов в русском языке, Вы можете ознакомиться ниже.



Рисунок 1.2. – Частотность употребления фитнес-терминов в современном русском языке

Сравнив частотность употребления фитнес-терминов в двух языках, мы можем сделать вывод, что в русском языке встречается на 10% больше фитнес-терминов, чем в немецком. Однако в некоторых группах число фитнес-терминов немецкого языка гораздо выше, чем в русском.

Также мы можем сделать вывод, что фитнес-терминология в современном немецком и русском языках достаточно хорошо развита. Существует множество фитнес-терминов, которые имеют своё

значение и структуру. Термины исследуемой сферы функционируют не только в публицистических текстах, но и в разговорной речи.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Борилкевич, В. Е. Об идентификации понятия “фитнес” // Теория и практика физической культуры / В. Е. Борилкевич. – М. – 2003. – № 2. – 45 – 46 с.
2. Лисицкая, Т. С. Аэробика: теория и методика / Т. С. Лисицкая, Л. В. Сиднева. – Москва, 2002. Т. 1. – 230 с. Т. 2 – 216 с.
3. Толковый словарь-справочник / А.Н. Блеер [и др.]; под общ. рук. А.Н. Блеер, Ф.П. Суслов, Д.А. Тышлер. – М.: Академия, 2010. – 464 с.
4. Der Duden in zwölf Bänden. Deutsches Universalwörterbuch: das umfassende Bedeutungswörterbuch der deutschen Gegenwartssprache / 8., überarbeitete und erweiterte Auflage. Herausgegeben von der Dudenredaktion. Berlin: Dudenverlag., 2015. – 2128 s.

**О.В. КРАВНИС**

Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы  
Научный руководитель: Н.И. Власюк

## **КОМПАРАТИВНЫЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ НЕМЕЦКОГО, БЕЛОРУССКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ, ИМЕЮЩИЕ В СВОЁМ СОСТАВЕ АНИМАЛИСТИЧЕСКИЙ КОМПОНЕНТ**

Компаративные фразеологические единицы на протяжении многих лет являются объектом особого внимания исследователей. Как известно, во фразеологии отражаются особенности культуры народа, его представления об окружающем мире и о роли человека в этом мире. Именно фразеологический фонд является ярким репрезентантом традиционных обычаев, верований, устоев, норм поведения носителей того или иного языка.

Совокупность языковых единиц, отражающих предметы и явления, прямо или косвенно связанные с миром фауны, представляет собой особый пласт словарного состава любого языка. В лингвистической литературе зоонимы известны как анимализмы, зоонимы-метафоры, зоометафоры, зоолексемы, зооморфизмы, компаративные фразеологизмы с анималистическим компонентом, фразеологизмы с зоонимным компонентом, компаративные фразеологизмы с компонентом-зоонимом и т.п. [1].

Зоонимами (термин Н.В. Располюхиной) являются лексические единицы – прямые наименования животных. В лексико-семантическую группу слов-зоонимов входят названия животных разных подгрупп: птицы, рыбы, змеи и т.п. [2, с. 7].

Компаративные фразеологические единицы с зоонимами являются одной из самых многочисленных групп фразеологических фондов немецкого, русского и белорусского языков. Такие фразеологизмы отображают многовековые наблюдения человека за внешним видом и повадками животных, показывают отношение людей к их «меньшим братьям», являясь тем самым культурно-информационным фондом в каждом языке.

Во фразеологии названия животных используются в качестве символов, другими словами, образ или поведение какого-либо животного отображаются на человека или предметы окружающей его действительности, а зооморфизм обретает общепризнанное ассоциативное значение. Подобным образом символ-животное



наполняется сложным социальным и духовным содержанием, реализующимся во фразеологических единицах [3].

«Слоўнік фразеалагізмаў беларускай мовы» И.Я. Лепешева [4], «Немецко-русский фразеологический словарь» Л.Э. Биновича [5] и «Фразеологический словарь русского языка» А.И. Молоткова [6] содержат в себе большое количество фразеологических единиц, имеющих в своём составе анималистический компонент.

Компоненты-названия животных легко переходят в разряд слов-символов, отражающих сложившиеся у людей представления о разных животных: хитрый, как лиса, труслив, как заяц и другие.

В немецком языке наиболее распространены компаративные фразеологические единицы с компонентами *Hund* 'собака', *Pferd* 'лошадь', *Hahn* 'петух', например: *wie ein Schießhund* 'держать ухо востро' (букв. как охотничья собака); *heulen wie ein Schloßhund* 'скулить как собака'; *sich verkriechen wie ein geprügelter Hund* 'уйти как побитая собака'; *frieren wie ein junger Hund* 'дрожать как щенок'; *arbeiten wie ein Pferd* 'работать как лошадь'; *j-d hat ein Gemüt wie ein Schaukelpferd* 'о терпеливом, безропотном человеке'; *stark wie ein Pferd* 'сильный как лошадь'; *einherstolzieren wie der Hahn auf dem Mist* 'задирать хвост' (букв. важничать, как петух на навозной куче); *stolz wie ein Hahn* 'гордый как павлин' (букв. гордый как петух); *von etw. sowie verstehen wie der Hahn vom Eierlegen* 'совсем не разбираться в чём-л.' (букв. что-л. понимать, как петух в несении яиц).

В белорусском и русском языках наиболее употребительным компонентами фразеологизмов с элементами сравнения являются баран, кот (кошка), мышь, ворона. Например: *как баран на новые ворота, (разбірацца) як баран у Бібліі* 'абсолютно ничего не понимать'; *как драная кошка* 'о худой, жалкого вида женщине'; *жить как кошка с собакой* 'быть в постоянной ссоре, враждовать'; *як кот наплакаў* 'очень мало'; *(глядзець) як кот на сала* 'смотреть похотливо, с жадностью'; *надуться как мышь на крупу* 'обидеться, принять недовольный, сердитый вид'; *(сядзець) як мыш пад венікам* 'очень тихо и испуганно'; *(загінуць, прапасці) як рудая мыш* 'погибнуть, пропасть напрасно, без причины'; *(бедны як царкоўная мыш)* 'очень бедный'; *як белая варона* 'человек, отличающийся от других людей своим поведением или внешностью'; *як варона загуменная* 'медленный, расслабленный человек'; *як варона ў паўліных пёрах* 'человек, который тщетно стремится проявить себя лучше, значительнее, чем он есть на самом деле'; *як пужаная варона* 'слишком осторожный человек'.

Фразеологический образ формируется на основе представлений человека о том или ином животном, причем название животного последовательно связывается как с объектом, обладающим определенными свойствами, так и с его символическим значением. И это естественно, т. к. весь окружающий человека мир воспринимается им сквозь призму мифологического мышления [1].

Лингво-когнитивный анализ компаративных фразеологических средств немецкого, русского и белорусского языков позволил выделить различные группы фразеологизмов с зоонимным компонентом, которые характеризуют человека с совершенно разных сторон:

1) Деятельность человека и его поступки: *как курица с яйцом* ‘уделять излишнее внимание тому, кто или что такого внимания не заслуживает’; *как угорелая кошка (метаться, бегать и т. п.)* ‘в исступлении, бессмысленно’; *врать как сивый мерин* ‘нагло, беззастенчиво’; *писать как курица лапой* ‘писать плохим неразборчивым почерком’; *биться как рыба о лёд* ‘тщетно, безрезультатно прилагать все усилия, чтобы выйти из бедственного материального положения’; *працаваць як чорны вол* ‘работать много и тяжело’; *як сонная суха* ‘делать что-либо вяло, медленно, без всякого желания’; *як чарапаха* ‘очень медленно’; *адчуваць сябе як рыба ў вадзе* ‘чувствовать себя очень свободно, просто и непринуждённо’; *маўчаць як рыба* ‘молчать, ни в чем не признаваться, ничего не говорить’; *набрацца як жаба гразі* ‘очень много выпить’; *rennen wie ein vergiefteter Affe* ‘нестись как угорелый’; *arbeiten wie ein Pferd / wie ein Dachs* (букв. работать как лошадь/барсук) ‘о трудолюбивом, настойчивом человеке’; *emsig wie eine Biene* – ‘трудолюбив как пчела’; *sich wie ein Affe auf den Schleifstein sitzen* ‘быть неуверенным, чувствовать себя неловко неуверенно’ (букв. сидеть как обезьяна на точильном камне); *schlafen wie ein Bär* ‘спать непробудным сном’ (букв. спать как медведь).

2) Умственные способности: *разбираться как свинья в апельсинах* о человеке ‘совершенно не разбирающимся в какой-либо сфере’; *как баран на новые ворота* ‘тупо, с недоумением, ничего не понимая’; *как валаамова ослица* ‘о глупой, упрямой женщине’; *(разбірацца) як баран у Бібліі* ‘абсолютно нечего понимать’; *гаварыць як гусь з парасём* ‘не понимать друг друга, по-разному относиться к предмету разговора’; *glatt wie ein Aal* ‘скользкий как угорь (хитрый, изворотливый)’; *dastehen wie der Ochs am Berge* ‘тупо, с недоумением, ничего не понимая’ (букв. стоять как вол на горе); *flink*

*wie ein Eichhörnchen* ‘ловкий, хитрый, находчивый’ (букв. проворный как белка); *störrisch wie ein Esel* ‘очень упрямый’ (букв. упрямый как осёл); *j-d passt dazu wie der Esel zum Lautenschlagen* ‘совсем не подходит на роль чего-то’ (букв. кто-л. годится для этого, как осёл для игры на лютне); *aussehen wie die Gans, wenn es donnert* ‘иметь глупый вид’ (букв. как гусь во время грозы).

3) Внешние и внутренние качества человека: *как слон, как медведь* ‘о неповоротливом человеке’; *как травленный волк* ‘человек, испытавший в жизни лишения, невзгоды и приобретший опыт, знания’; *как мышь* ‘очень тихий, незаметный’; *как павлин* тщеславный, гордый; *як вольны птах* ‘свободный, независимый’; *як сонная муха* ‘что-то делать вяло, медленно, без всякого желания’; *лезці як вош на струн* ‘быть навязчивым’; *як пужаная варона* ‘слишком осторожный человек’; *як белая варона* ‘человек, отличающийся от других людей своим поведением или внешностью’; *як варона загуменная* ‘медлительный, расслабленный человек’; *brumtig wie ein Bär* ‘о человеке, который постоянно чем-то недоволен’ (букв. ворчливый как медведь); *plump wie ein Bär* ‘о неуклюжем человеке’ (букв. неуклюжий как медведь); *emsig wie eine Biene* ‘о человеке, который любит усердно работать’ (букв. трудолюбив как пчела); *schwätzen wie eine Elster* ‘быстро, без умолку говорить; тараторить’ (букв. трещать как сорока); *kalt wie ein Fisch* ‘о безэмоциональном, невосприимчивом к чувствам других человеке’ (букв. холоден как рыба); *sich aufblasen wie ein Frosch* ‘воображать, много мнить о себе’ (букв. надуться как жаба); *j-d hat ein Gemüt wie ein Schaukelpferd* ‘о терпеливом, безропотном человеке’; *stolz wie ein Hahn* ‘гордый, тщеславный’ (букв. гордый как петух).

Таким образом, фразеологический фон немецкого, белорусского и русского языков обладает большим количеством компаративных фразеологизмов с анималистическим компонентом, которые характеризуют человека и его поведение с разных сторон. Такие фразеологизмы отображают многовековые наблюдения человека за внешним видом и повадками животных, показывают то, как к животным относятся и относились люди и одновременно являются ярким национально-культурным компонентом в каждом языке.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Архипова, И. В. Зоонимы в современном немецком языке / И. В. Антонова // Актуальные проблемы филологии и методики

преподавания иностранных языков» (1–30 ноября 2009 г.): междунар. научн.-практ. интернет-конф. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ffl.nspu.ru/pages.php?id=30>. – Дата доступа: 08.01.2021.

2. Располюхина, Н. В. Проблема взаимосвязи разнооформленных знаков прямой и косвенной номинации [Текст]: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. В. Располюхина. – М., 1984.

3. Колосова, А. О. Фразеологические единицы с компонентом-зоонимом / А. О. Колосова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pgu.ru/upload/iblock/491/Eksport-stranits-CH-2.pdf>. – Дата доступа: 16.04.2021.

4. Лепешаў, І. Я. Слоўнік фразеалагізмаў беларускай мовы: у 2 т. / І. Я. Лепешаў. – Мінск : Беларуская энцыклапедыя імя П. Броўкі, 2008.

5. Бинович, Л. Э. Немецко-русский фразеологический словарь / Л. Э. Бинович. – М. : Русский язык, 1995. – 768 с.

6. Фразеологический словарь русского языка / Л. А. Войнова, В. П. Жуков, А. И. Молотков, А. И. Федоров; под ред. А. И. Молоткова. – М. : Русский язык, 1987. – 544 с.

**А. О. КРЫЛОВ**

Брест, БрГУ им. А.С. Пушкина

Научный руководитель: Е.М. Галуц

**ОЦЕНОЧНАЯ ЛЕКСИКА В НЕМЕЦКИХ ПЕЧАТНЫХ СМИ  
(НА МАТЕРИАЛЕ ТЕКСТОВ, ОТРАЖАЮЩИХ  
АКТУАЛЬНЫЕ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ  
СОБЫТИЯ В БЕЛАРУСИ)**

Несмотря на то, что современная лингвистика смогла изучить широкий спектр направлений, некоторые из них, ввиду того, что начали изучаться относительно недавно, имеют спорные моменты. Одним из них является оценочная лексика. Как и другие виды лексики, она имеет свою классификацию, особенности и области применения. Рассмотрим понятие оценки, ее категории, понятие оценочной лексики и ее классификацию, а также примеры и особенности ее употребления в немецких печатных СМИ.

Чтобы понять, чем является оценочная лексика, следует начать с определения понятия оценки. Телицына Е.Л. считает, что «понятие оценки определяет субъективное отношение человека к объективному миру с учетом ценностного характера человека, выражая его отношение к определенной характеристике предмета». [1] Автор подчеркивает, что в центре изучения языкового оценивания стоят пять уровней и функционирование в них оценочной лексики. Этими уровнями являются: акцентологический, словообразовательный, морфологический, лексический, синтаксический.<sup>4</sup>

В зависимости от области научного интереса выделяется пять критериев классификации оценочной лексики:

1) классификация с учетом аксиологической интерпретации, то есть оценивание по типу «хорошо – плохо», по которому выделяется два типа оценки: положительная и отрицательная [2, с.75];

2) классификация с учетом эмотивного характера. Данная классификация определяет, является оценка рациональной (интеллектуально-логической) или эмоциональной [3, с.273];

3) классификация с учетом соотношения объективных и субъективных факторов [3, с.76];

4) классификация оценок с учетом способа оценивания. Данная классификация выделяет два вида оценки: абсолютная и сравнительная [2, с. 83];

5) классификация оценок с учетом контекста. Учитывая влияние контекста на реализацию семантики оценочных единиц, различают две разновидности оценки: ингерентная (языковая) и адгерентная (речевая) [2, с.87].

Понимая, какое место в лингвистике занимает оценка и какие функции она выполняет, можно определить, как она выражается в лексике. Оценочную лексику выделяют как отдельный пласт лексики. Это лексика, выражающая отношение говорящего к описываемому объекту или ситуации, или к их признакам. Она может выражаться такими группами, как:

1) оценочные слова, в которых сема оценки составляет основу их номинативного значения: *der Tüftler* ‘трудолюбивый’, *der Schlappi* ‘слабак’, *die Schickse* ‘беззаботная женщина’;

2) существительные с вторичными оценочными значениями, выявляющимися в соответствующем лексическом окружении: *der Senior* ‘отец’, *die Flossen* ‘руки’, *die Motte* ‘привлекательная девушка’;

3) качественно-относительные прилагательные, которые имеют только качественное значение: *ehrlich* ‘честный’, *freundlich* ‘приветливый’, *listig* ‘хитрый’, *fleißig* ‘прилежный’ [4, С.12];

4) прилагательные, употребляемые как в прямом, так и в переносном значении. В прямом значении они функционируют как относительные, а в переносном значении – как качественные: *väterliches Haus* – *väterliche Sorgen* ‘отцовский дом – отцовские заботы’;

5) глаголы, в свою очередь, могут нести в себе одновременно как образ действия, так и его качественное наполнение: *stolzieren*, *stampfen* ‘с гордостью вышагивать, тяжело ступать’;

6) метафоры, являющиеся самым продуктивным способом создания экспрессивной окраски: *Da schluchzte sie plötzlich wild und schrecklich wie ein Tier* ‘Неожиданно она заревела дико и страшно как зверь’.

Касаясь употребления оценочной лексики в СМИ, следует отметить, что субъектом оценки выступает журналист, реже – цитируемый эксперт, а объектом оценки – различные явления окружающей действительности. Оценка понимается как выражение положительного или отрицательного смыслового отношения говорящего к называемому явлению. Средствами выражения оценки служат единицы лексического, словообразовательного, морфологического и синтаксического языковых уровней. На использование оценочной лексики влияет тема текста, привлекаемый

материал (факты или цитаты и мнения), объем текста (чем выше объем, тем ниже индекс оценочности), индивидуальный стиль автора и некоторые другие факторы.

Материалом для нашего исследования послужили статьи одного из крупнейших издательств в Германии «Die Zeit», отражающие актуальные общественно-политические события в Беларуси. Следует отметить, что в данных статьях активно используются эмоционально-оценочные термины для обозначения различных аспектов общественно-политических событий в Беларуси. Они насыщены оценочной лексикой, как положительно, так и отрицательно окрашенной, в зависимости от явлений, событий, лиц, в отношении которых она употреблена. Эмоциональная окраска выражается и категоричными прямыми оценками, что редко встречается в языке немецких СМИ, чаще выражающих оценку путем сравнения или употребления выражений, первоначальное значение которых оценку не несет, но приобретает ее при определенном контексте.

Таким образом, оценочная лексика раскрывается не только с лингвистической стороны, но также и со стороны психологии, политологии и социологии. Оценочная лексика является незаменимой при выявлении отношения автора к описываемым событиям и объектам и при необходимости насыщения речи эмоциональной окрашенностью. Изменения в ней наиболее быстро и ярко отражаются в языке СМИ, которые, используя ее, могут воздействовать и на мнение читателей, что делает ее исследование еще более интересным и актуальным.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Телицына Е.Л. Оценка как аксиологическое, логико-психологическое и лингвистическое понятие / Е.Л. Телицына // Вестник ЮГУ. – 2015. – №54 (39). [Электронный ресурс] – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-kak-aksiologicheskoe-logiko-psihologicheskoe-i-lingvisticheskoe-ponyatie> – Дата доступа : 03.10.2021.
2. Арутюнова, Н.Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н.Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 341 с.
3. Вольф, Е. М. Варьирование в оценочных структурах. Семантическое и формальное варьирование / Е.М Вольф. – М., 1979. – 294 с.

4. Шарипов, А.С. Функционально-семантическое поле  
качественного признака человека в современном немецком языке :  
автореф. дисс. канд. филол. н. / А.С. Шарипов. – М., 1984. – 29 с.



**Д.А. ЛАВРЕНТЬЕВ**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Е.Н. Стрижевич

## **АССОЦИАТИВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНЦЕПТА «МОДА»**

Ассоциативная составляющая концепта занимает особое место и представлена наиболее частотными ассоциативными отношениями имен, имеющих внеконтекстную связь с концептом. Ассоциативная составляющая исследуется путем анализа ассоциаций, вызываемых стимулом – именем концепта.

При исследовании ассоциативных характеристик концепта «мода» в англо-американской лингвокультуре был проведен ассоциативный эксперимент, который позволил выявить ассоциирующиеся с модой характеристики в сознании людей-носителей данной лингвокультуры. Исследование языкового сознания с помощью данного вида эксперимента дает возможность выявить системность содержания образа сознания и системность сознания носителя языка. Полученные результаты подвергаются интерпретации, в результате отражая признаки исследуемого концепта.

В качестве респондентов исследования участвовало 110 человек, родной язык которых – американский вариант английского языка. В качестве стимула выступила лексема «*fashion*», которая является основным обозначением исследуемого концепта. Обобщение материала, полученного от разных испытуемых, позволило выявить ассоциативную группировку, то есть множество ассоциатов, данных испытуемыми на слово - стимул. Это множество отражает некоторые ассоциативные связи слов в лексиконе и признаки концепта «мода», свойственные англо-американской лингвокультуре.

Полученные данные были классифицированы по следующим семантическим группам:

1. ассоциат по участникам модных показов: *model(s)* (23), *designer* (12), *celebrities* (10), *girls* (1);

2. ассоциат по местам проведения модных показов: *runway* (23), *catwalk* (12), *project runway* (2), *show* (2);

3. ассоциат по демонстрации и продаже модных новинок: *advertisements* (7), *shopping* (2), *mall* (1), *mannequin* (1), *modeling* (1);

4. ассоциат по составляющим модных показов: *clothes* (25), *dress* (*es*) (12), *hair* (10), *clothing* (7), *purses* (2), *coat* (1), *hairdos* (1), *hat* (1), *stylish clothes* (1), *shirt* (1), *short dresses* (1);

5. регионально-географический ассоциат: Paris (15), New York (13), Milan (2), *San Francisco* (1), *5th Avenue* (1);

6. синонимичные ассоциаты: *style* (25), *glamour* (20), *vogue* (12), *trend* (10), *fad* (5), *mode* (1);

7. ассоциат по дополнительным признакам, характеризующим моду: *stylish* (13), *certain way* (1), *labels* (*Dior*, *D&G*) (1), *attitude* (1), *mainstream* (1);

8. ассоциат по негативному отношению к моде: *pointless* (2), *foolish* (1), *irrelevant* (1), *ridiculous* (1), *silly* (1);

9. ассоциат, связанный с неестественностью: *fake* (5), *flash* (1), *ostentatious* (1), *overvalued* (1), *superficial* (1);

10. ассоциат по положительно-оцениваемому отношению к моде: *sexy* (13), *beauty* (12), *beautiful* (2), *professional* (2), *charismatic* (1);

11. ассоциат, связанный с фееричностью моды: *chic* (8), *glamorous* (5), *attire* (1), *brands* (1), *fame* (1);

12. ассоциаты по зрительно-воспринимаемому отношению к моде: *accessories* (8), *beautiful people* (8), *heels* (4), *thin* (2), *bright colors* (1), *clean* (1), *color match* (1), *high boots* (1);

13. ассоциат, связанный с современностью моды: *trendy* (15), *evolutionary* (4), *popular* (4), *high end* (1), *modern* (1);

14. ассоциат по степени затрат: *expensive* (20), *money* (15), *costly* (7), *expensive clothes* (7), *rich* (2);

15. ассоциат, связанный с индивидуальностью: *taste* (2), *expressing yourself* (1), *lifestyle* (1).

Резюмируя результаты, для носителей англо-американской лингвокультуры мода ассоциируется с участниками, организаторами и креативными создателями модных новинок. В число многочисленных реакций также входят понятия, синонимичные моде; в этом случае понятие «мода» расширяется за счет дополнительных лексем, входящих в поле основной лексической единицы. Респонденты также положительно оценивают моду, проводят параллели с современным течением моды, говорят об ее актуальности; в сознании американцев мода ассоциируется с такими городами-законодателями мод как Милан, Париж, Нью-Йорк. Следует отметить, что респонденты также говорят о негативном влиянии моды, ее непостоянстве и неестественности.

Наряду с ассоциативным экспериментом важной частью исследования лингвокультурного концепта является выявление синонимичных и антонимичных реакций респондентов по отношению к феномену моды. Посредством анализа синонимов и антонимов, возникающих у носителей англо-американской лингвокультуры, представляется возможным идентифицировать так называемое восприятие моды.

Наиболее частотными среди синонимов являются лексемы *style* (14), *trend* (6), *expensive*, *trendy* (5), *clothes*, *design*, *fad*, *glamour*, *model*, *stylish* (3), *in style*, *mode*, *runway*, *up-to-date*, *vogue* (2) – где основными семантическими признаками являются «*основное направление в данный момент*», «*проектировать, создавать*», «*современный*», «*дорогой*», «*представители модной индустрии*».

Среди антонимичных реакций выделяются следующие семантические признаки: «*отсутствие вкуса*» (*baggy*, *ill-fitting*, *tacky*), «*несовременный*» (*frumpy*, *unfashionable*), «*простой, обычный*» (*dull*, *ordinary*, *awkward*), «*неряшливый*» (*dirty*, *scruffy*, *careless*, *grungy*), «*недорогой как несоответствующий моде*» (*cheap*, *inexpensive*, *poor*).

Таким образом, ассоциативные характеристики концепта «мода» представлены понятиями, характеризующимися такими семантическими признаками, как «*современный*», «*дорогой*», «*представители модной индустрии*», а также мода воспринимается с позиций утилитарности, эстетического вкуса и эмоциональной составляющих. Группы антонимичных реакций включают противопоставление моды умению проявлять индивидуальность, собственному стилю, обыденности, неопрятности.

**М.С. МАКСИМОВИЧ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель: Т.А. Кальчук

## **ОНОМОТОПЫ В НЕМЕЦКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ**

В XXI в. исследование лексико-семантических систем по-прежнему остается актуальным. Одной из таких систем является звукоподражательная лексика. Звукоподражания присущи каждому языку, часто встречаются в нашей повседневной речи и характеризуются постоянством.

Термин ономотопея образован от древнегреческих слов *ὄνομα* ‘имя’ и *ποιέω* ‘творить’ и обозначает слова, образованные путем звукоподражания, возникшего на основе фонетического уподобления неречевым звукокомплексам. Например: *gackeln, gackern* ‘гоготать’, *girren* ‘курлыкать’, *чавкать, шалить, баловаться, тяв-тяв, гав-гав*.

Ономатопы как в немецком языке, так и в русском языках не являются значительной частью лексики [1], что не исключает факт наличия и употребления данной группы слов в языке, а также важности фиксации и правильности употребления звукоподражаний в контексте современной культуры. Изучение данной группы лексики, которая сохраняет в звуковом облике звукоподражательные элементы, в настоящее время представляет несомненный интерес.

Целью нашего исследования является лексико-семантическая характеристика ономотопов в немецком и русском языках.

Материал исследования отбирался нами методом сплошной выборки по электронному словарю немецкого языка “Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache” [2] и сборнику русских словарей И.К. Горшина [3]. Критерием выделения ономотопов послужила специальная словарная помета «*lautmalend*» / «звукоподражающий». Всего было отобрано по 300 лексических единиц в немецком и русском языках.

Лексико-семантическая классификация отобранной лексики осуществлялась нами по идентифицированию источника звука, детальному рассмотрению его природно-аудиативных особенностей и способностей к воспроизведению звука.

По результатам проведенного исследования мы разделили ономотопы по источнику звука на звуки живой и неживой природы. Так, к звукам живой природы можно отнести возгласы человека, плачь ребенка, крик, храп, смех, визг, звуки животных, пение птиц,

звуки насекомых. К звукам неживой природы можно отнести звуки всех механических предметов, музыкальных инструментов, природных явлений, а также хлопки, стуки и треск (см. рисунок 1).

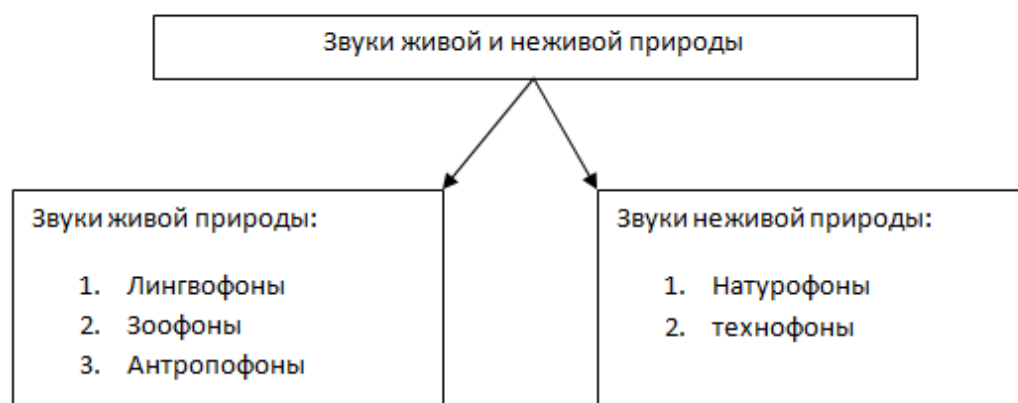


Рисунок 1 – Классификация ономатопов по звукам живой и неживой природы

Исходя из вышесказанного можно сделать следующий вывод: к звукам живой природы относятся лишь те понятия, которые исходят непосредственно от самого источника звука без участия дополнительных элементов, все оставшиеся варианты попутных звуковых вариаций, которые производятся непосредственно через живой объект: хлопки, стуки, шорохи, к этой группе не относятся.

Звуки неживой природы являются исторически закоренелой лексикой и принадлежат к словарной базе любого языка. Несмотря на кардинальные отличия в восприятии этих явлений, человек научился подражать природе, что отражается и в языке. Данная группа слов характеризуется высокой степенью схожести оригиналу.



Рисунок 2 – Типы источников звуков ономатопонов в немецком языке

Анализ фактического материала исследования позволил классифицировать звуки неживой природы в немецком языке в следующем порядке (см. рисунок 2):

- звуки и возгласы, издаваемые людьми, составили 20,6%: *bab* ‘речь маленького ребенка’, *blubbern* ‘невнятно говорить’, *brabbeln* ‘говорить что-то перед собой, невнятно, нечетко’, *fiepe* ‘издавать тихий, но высокий возглас’, *gnatzen* ‘быть очень хмурым, не в настроении, говорить что-то недовольным голосом’, *hatschi* ‘звук возникающий при чихании’, *hick* ‘икота’, *lispeln* ‘шепелявить’, *murmeln* ‘борматать’, *niesen* ‘чихать’ и др.;

- звуки животных (17,4 %): *quäken* ‘квакать’, *gack, gack, gackeln, gackern* ‘звуки, которые издают гуси’, *girren* ‘курлыкать’, *iah* ‘возглас осла’, *knipern* ‘очень громко грызть что-либо’, *kollern* ‘систематическое характерное индюшачье пение’, *meck* ‘мычание козы’, *tirili* ‘пение птиц’, *summ* ‘жужжание пчел, мух, комаров’ и т.д.;

- междометия (11,7%): *hurra* ‘ура – радость, воодушевление’, *hei* ‘гей / эй – подбадривание’, *ach* ‘ах – удовольствие’, *aha* ‘ага / вот как / вот в чем дело – догадка, одобрение, согласие’, *topp* ‘годится / ладно / по рукам – согласие, одобрение’, *nani* ‘да ну / ты что / неужели / вот еще – удивление или недовольство’, *hihi* ‘хи-хи – насмешка, хихиканье’, *hoppla* ‘гопля – удивление, неожиданность’, *oho* ‘ого – удивление, неожиданность’;

- стуки: *ballern* ‘пинать мяч’, *dreschen* ‘бить от злости куда-либо’, *rimpern* ‘тихо брнчать или трещать’, *Puff* ‘глухой волнообразный звук, возникает в результате столкновения предметов, взрыва бомбы,

удар кулака или локтя’, *pumpern* ‘громко и ожесточенно стучать’, *wimm* ‘неожиданный звук удара, взрыва, или же стука’;

- хлопки (9,3 %): *bum* ‘глухой звук’, *bums* ‘глухой удар, столкновение, взрыв’, *klacken* ‘краткий, резкий звук’, *kladderadatsch* ‘брязгание и грохот при падении твердого предмета на землю’, *klaps* ‘слегка похлопывающий звук’, *klatsch*, *klitsch*, *klatsch*, *klitsch*, *klatsch* ‘звук при хлопании рук или падении плоского предмета на землю’;

- звуки техники: *bim bam* ‘звук сигнала автомобиля’, *klick* ‘звук переключения чего-либо’, *knacks* ‘краткий звук, когда что-то ломается или выпрыгивает’, *knips* ‘щелк’, *paff* ‘удар или выстрел из оружия’;

- звуки различных инструментов: *Kazoo* ‘обозначает звук простого духового инструмента, похожего на флейту’, *klin* ‘прекрасный светлый тон’, *klingling* ‘звучание колоколов’, *schrill* ‘пронзительный’, *tick* ‘тикающий звук’;

- звуки передвижения объектов: *brausen* ‘двигаться с большой скоростью’, *fuscheln* ‘скрытно или быстро бегать’, *Klmauk* ‘звук развивающийся постепенно и сопровождающийся многочисленным передвижением объектов, крах’, *plitz*, *platz* ‘звук при большой скорости, носящий при этом неожиданный характер’, *schwupp* ‘обозначает неожиданное резкое быстрое краткое движение’;

- звуки столкновения предметов: *krach* ‘неожиданный чаще всего краткий звук удара твердого предмета или при падении его на землю’, *plumps* ‘глухой похлопывающий звук при ударе падающего тяжелого предмета’, *rums* ‘звук при глухом падении или взрыве’.

Анализ звукоподражательных единиц русского языка позволил классифицировать отобранные единицы по источнику звука следующим образом (см. рисунок 3):



### Рисунок 3 – Типы источников звуков ономатопов в русском языке

1) звукоподражания, относящиеся к проявлениям человека, составили 24,4% от общего количества лексем. Например *бу-бу-бу* ‘бормотанье’, *хрясь* ‘пощечина’, *ааааа* ‘крик’ *шлеп-шлеп* ‘ходьба’, *апчи* ‘чих’, *бабах* ‘падение’, *уа-уа-уа* ‘плачь ребенка’, *шмыг* ‘быстрое передвижение’, *кхе-кхе* ‘кашель’, *вау* ‘увлечение’, *ик-ик* ‘икота’ и др.;

2) подражания звуковым проявлениям животного мира составили 20,6%. Например: *цвень-цвень*, *цвинь-цвинь* ‘синица’, *ко-ко-ко* ‘курица’, *кря-кря* ‘утка’, *з-з-з* ‘жужжание пчелы’, *мяу-мяу* ‘кот’, *курлык* ‘птица’, *мур-мур* ‘мурлыканье кота’, *кар-кар* ‘ворона’, *ква-ква* ‘лягушка’, *муууу* ‘корова’, *чик-чирик* ‘птица’, *тяф-тяф* ‘маленькая собака’, *жу-жу-жу* ‘насекомое’, *пи-пи-пи* ‘мышь’;

3) подражания звуковым проявлениям неодушевленных предметов составили в сумме 43,2%. Например: *тили-бом* ‘колокола’, *цок-цок* ‘звук подков’, *динь-динь* ‘звон’, *бом-бом* ‘барабан’, *трень-брень* ‘ударный инструмент’, *дзинь* ‘струна’, *динь* ‘звук инструмента’, *динь-динь* ‘повторяющийся звук’, *дрынь* ‘низкий звук струнного инструмента’, *паф-пах* ‘выстрел из ружья’, *би-би* ‘машина’;

4) звуки природы составили 12,3%. Например: ‘*кап-кап* капли’, *плех-плех* ‘купание’, *вууу* ‘завывание ветра’, *шур-шур* ‘шуршание листьев’.

Таким образом, классификации по типу источника звука в немецком и русском языках совпадают во многих моментах, т. е. имеют идентичную процентную сопоставимость. Однако в русском превалируют ономатопы живого мира, в то время как в немецком больше ономатопов, описывающих звуки технических средств, хлопки и столкновения.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тихонов, А. Н. Междометия и звукоподражания – слова? / А. Н. Тихонов // Русская речь. – 1981. – № 5. – С. 72–76.

2. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache : in 10 Bd. [Электронный ресурс]. – Elektronische Datei (576 Mb). – Mannheim : Bibliogr. Inst. & F. A. Brockhaus AG, 2000. – 1 электр. опт. диск (CD-ROM).

3. Звукоподражания в русском языке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.slovorod.ru/russian-imitatives.html> .– Дата доступа: 24.05.2021.



4. Телия, В. Н. Вторичная номинация и ее виды / В. Н. Телия // Языковая номинация. Виды наименований; отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. – М. : Наука, 1977. – С. 120–129.

**Е. А. МЕРКУРЬЕВА**

Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы

Научный руководитель: Л. М. Середа

## **УПОТРЕБЛЕНИЕ НЕОЛОГИЗМОВ, ВОЗНИКШИХ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ ЗА ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19**

Каждый год в различных языках возникают новые слова, отвечающие актуальным изменениям в обществе и описывающие новые явления, технологии, объекты. Такие слова называются *неологизмами* (от др. греч. νέος – «новый», и λόγος – «слово»). В развитых языках ежегодно наблюдается возникновение до нескольких тысяч неологизмов [1, с. 331]. Необходимость их изучения и описания определяет возникновение такой науки как неология.

Как известно, люди всех стран мира живут в условиях вспышки коронавируса уже более года (она признана пандемией в марте 2020 года), что подчеркивает актуальность данной работы, которая состоит в рассмотрении неологизмов, связанных с пандемией вируса коронавирусной инфекции, спустя год после ее возникновения. Поскольку пандемия считается существенным изменением в жизни общества и повлекла за собой существенные социальные и экономические последствия, в рассматриваемом языке (английском) возникло большое количество неологизмов. Выбор неологизмов именно английского языка обусловлен тем, что данный язык наиболее широко распространен в мире и наиболее подвержен образованию неологизмов за счет собственных ресурсов [2, с. 42]. Однако даже не смотря на то, что пандемия продолжает существовать, не все новые слова смогли прижиться в языке и стать частью повседневного общения. Таким образом, объектом данной работы являются неологизмы английского языка, возникшие в 2020 году и имеющие отношение к пандемии, а предметом – их употребление.

Материалом работы стали неологизмы, взятые из списка новых слов Оксфордского словаря за апрель [3] и июль [4] 2020 года, а также из статьи «CORONASPEAK – the language of Covid-19 goes viral» [5]. Всего было отобрано и проанализировано 40 англоязычных слов, имеющих непосредственное отношение к реалиям пандемии. Для изучения частотности употребления отобранных неологизмов были использованы инструменты поискового сервиса Google Trends. При анализе изучался промежуток с 01.01.2020 по 10.05.2021 для сравнения употребления слов в 2020 году и в 2021 году. Регионом

поиска был выбран весь мир. Наиболее высокому уровню популярности запроса за весь отрезок времени присваивалось значение 100, отсутствию популярности – 0. Критериями для классификации неологизмов в группы стали: *пиковая популярность* (случай, в которых после достижения максимального значения запрос достигал значения 0 более одного раза) и *стабильность запросов* (случай, в которых после достижения пика запрос ни разу не достигал минимального значения, равного 0). *Полным отсутствием* запросов считалось минимальное и максимальное значение запросов, равное нулю. *Значительным* снижением/увеличением интереса к неологизмам считалось в случаях, когда количество запросов падало/возрастало больше, чем на 50 процентов. В ходе анализа неологизмы были разделены на 10 групп в соответствии с основными критериями:

1. Возникновение пиковой популярности в 2021 году (с отсутствием запросов в 2020 году) – неологизмы *coronavarsary, masklessness, pandemicide* (7,5% от общего числа неологизмов).

2. Пиковая популярность в 2020 году (с отсутствием запросов в 2021 году) – *coronatimes, coronaverse, coronawashing, coronial, covidivorce* (12,5%).

3. Пиковая популярность в 2020 году (со значительным снижением количества запросов в 2021 году) – *coronapocalypse, social-distancing, corona crunch, coronacoaster, twindemic, casedemic, caremongering* (17,5%).

4. Пиковая популярность в 2020 году (со снижением количества запросов в 2021 году) – *anthropause, covexit, hygiene theatre, quarantimes, disinformation pandemic, coronic* (15%).

5. Возникновение пиковой популярности в 2021 году (со значительным увеличением запросов в 2021 году) – неологизм *coronaphobia* (2,5%).

6. Стабильность запросов в 2021 году, пиковая популярность в 2020 году – неологизм *unlockdown* (2,5%).

7. Стабильность запросов в 2020 году, пиковая популярность в 2021 году – неологизм *quaranteam* (2,5%).

8. Стабильность запросов в 2020 году со значительным повышением количества запросов в 2021 году – неологизм *vaccine hesitancy* (2,5%).

9. Стабильность запросов в 2020 году со значительным снижением количества запросов в 2021 году – *covidiot, self-isolate, self-quarantine, elbow bump, zoombombing, to flatten the curve, contact tracer* (17,5%).

10. Стабильность запросов в 2020 году со снижением количества запросов в 2021 году – *corona warrior, infodemic, corona, COVID-19, lockdown, zoom, maskne, contact tracing* (20%).

По результатам работы были сделаны следующие выводы:

Во-первых, отмечается общая тенденция снижения интереса к неологизмам прошлого года: общее значение запросов 70 процентов из рассмотренных неологизмов снизилось.

Во-вторых, пиковые запросы, то есть запросы, интерес к которым растет однократно либо с определенной периодичностью, а затем падает до нулевого значения отражают незаинтересованность определенными неологизмами пользователями языка и составляют 45 процентов.

Таким образом, изменения из-за пандемии коронавирусной инфекции во всем мире в 2020 году создают новые условия, благодаря которым люди образуют новые слова – неологизмы. Однако, несмотря на широкое распространение некоторых из этих слов в СМИ в прошлом году, употребление большинства из них в 2021 году сократилось.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Котелова, Н. 3. Неологизмы // Лингвистический энциклопедический словарь / под редакцией В. Н. Ярцевой. – Москва: Советская энциклопедия, 1990. – С. 331.

2. Арнольд, И.В. Лексикология современного английского языка. / И.В. Арнольд. – М., 2003. – 308 с.

3. Oxford English Dictionary. New words list April 2020 [Электронный ресурс] – Oxford University Press, 2021. – Режим доступа: <https://public.oed.com/updates/new-words-list-april-2020/>. – Дата доступа: 10.05.2021.

4. Oxford English Dictionary. New words list July 2020 [Электронный ресурс] – Oxford University Press, 2021. – Режим доступа: <https://public.oed.com/updates/new-words-list-july-2020/>. – Дата доступа: 10.05.2021.

5. Thorne, T. #CORONASPEAK – the language of Covid-19 goes viral [Электронный ресурс] / Режим доступа: <https://language-and-innovation.com/2020/04/15/coronaspeak-part-2-the-language-of-covid-19-goes-viral/>. – Дата доступа: 10.05.2021.

**Н.И. ОНИСЬКО**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: С.В. Адамович

## **АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ С КОМПОНЕНТОМ-ОНИМОМ В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

Имя собственное (оним) – слово, словосочетание или предложение, которое служит для выделения именуемого им объекта из ряда подобных, индивидуализируя и идентифицируя данный объект. К собственным именам относятся: антропонимы, топонимы, мифонимы [1, с. 473].

Степень использования фразеологизмов, содержащих компонент-оним, варьируется от языка к языку. Частота использования в английском языке довольно обширная, в то время как немецкий язык не слишком изобилует подобными фразеологизмами, однако, аттракция к последним несколько не уступает.

В качестве источника русскоязычного материала был выбран фразеологический словарь современного русского языка Ю.А. Ларионовой, а также словарь Даля, из которого методом сплошной выборки было отобрано 70 фразеологизмов с компонентом-онимом. Любой язык, в том числе русский, представляет собой уникальную систему средств выражения, которая хранит элементы, принадлежавшие к древнейшему пласту лексики; в данном случае речь идёт не иначе как об онимах, которые содействуют формированию фразеологических единиц. Таким образом, мы получаем устойчивое сочетание, которое наделено компонентом-онимом, способное наименовать объект / субъект наследия и тем самым отразить фактор индивидуальности народа-носителя языка. Поэтому непосредственно антропонимы тесным образом связаны с историей и культурой русского народа. Они состоят из реальных людей и вымышленных (литературных образов): а *Васька* слушает, да ест! *Аннибалова* клятва – сделать делом своей жизни, *Колумбово* яйцо – простой выход из сложной ситуации, *Мамаево* побоище – о большой ссоре, драке (опустошительное нашествие на Русь и побежденного русскими под руководством Дмитрия Донского в Куликовской битве), *Демьянова* уха – (басня-анекдот) значит: ‘предлагать что-то против воли, навязчиво’.

Можно заметить, что самую обширную группу фразеологизмов с компонентом-онимом в русском языке составляют выражения с наименованиями, взятыми из классической русской литературы и советского кинематографа. Множество фраз, пополнивших корпус фразеологизмов, пришли из советского кино, например, из фильмов режиссёра Л. Гайдая: «*Береги руку, Сеня, береги*», «*Бориску на царство?*», «*Надо, Федя, надо...*».

Что касается топонимов, то и их пласт предельно обширен в русском языке. Географические объекты, обслуживаемые топонимами, входят в состав фразеологической единицы, отображающей народный быт.

Русский язык, как европейский язык, вобрал приличную долю выражений, в чью основу положено наследие Древнего Рима и Древней Греции. Помимо античных мифов, русский язык в своём фразеологическом словаре содержит целое множество библейских выражений, ввиду принадлежности русской культуры христианскому миру. Русский язык богат библеизмами, которые проникали в язык через Священное Писание и переводились эквивалентно.

Таким образом, мы имеем 70 фразеологических единиц, содержащих компонент-оним. В число данных онимов входят не только существительные, но и образованные от существительных прилагательные. На примерах вышеуказанных фразеологических оборотов можно выявить религиозные, морально-этические представления русского народа, если не брать в расчёт фразеологизмы (мифонимы), имеющие универсальное значение.

В качестве источника англоязычного материала исследования был выбран Большой англо-русский фразеологический словарь А.В. Кунина, из которого методом сплошной выборки было отобрано 112 фразеологизмов с компонентом-онимом, 23 из которых – интернационализмы.

Было установлено, что преобладающее число фразеологизмов изобилует библеизмами. Английский язык претерпел на себе существенное влияние Библии. Можно наблюдать, как ежегодно печатаются новые издания Библии, предназначенные для людей различного возраста. Как следствие, выражения из Библии активно проникают в язык.

Как отмечает В.П. Берков, «топонимы – это единственная группа собственных имен, которую лексикографы разных стран более или менее единодушно включают в переводные словари» [2, с. 105]. Они имеют универсальное значение для всех языков. Библейские

топонимы устоялись в качестве лексических единиц во многих языках. Не исключением стали как русский, так и английский языки. Библизмы стали неотъемлемой частью лексики каждого из трёх языков. Корректная интерпретация топонимов играет важную роль в вопросах межкультурной коммуникации ввиду того, что обозначаемые ими объекты значительно повлияли на историю христианского мира. Например, названия утраченных объектов: *Babylon* – Вавилон, *Sodom and Gomorrah* – Содом и Гоморра, а также название объектов, существующих поныне: *Lazarus of Bethany* – иорданская Вифания (ныне Аль-Азария), *Egypt* – Египет, *Nazareth* – Назарет.

В составе библейских фразеологических единиц выявлены следующие топонимы: *Lady of Babylon* – Вавилонская блудница, *the confusion of Babylon* – вавилонское столпотворение, *the Garden of Eden* – Райский Сад, *Egyptian slave* – египетский труд (изнурительная работа) и следующие антропонимы: *Belshazzar's feast* – Валтасаров нир (веселье накануне неминуемой беды), *the age of Methuselah* – Мафусаилов век (жизнь долгожителя, его долголетие), *kiss of Judas* – Иудин поцелуй (предательское деяние), *Caesar the things that are Caesar's, and un to God the things that are God's* – Кесарю кесарево, а Богу божие (каждому своё), *serve Mammon* – служить Мамоне (служить олицетворению богатства), *playing Lazarus* – неть Лазаря (клянчить, ныть, преувеличенно жаловаться на судьбу, стараясь вызвать сочувствие окружающих).

Библические топонимы имеют интернациональное значение, так как они хранят культурно-историческую информацию, которая содержится в языках «христианского мира». Имя собственное, входящее в состав библизма становится именем нарицательным.

Помимо подобных фразеологизмов из Библии в английском языке существует множество пословиц, афоризмов из Древней Греции и Древнего Рима, примеры коих были рассмотрены выше, например, *a Sisyphian labor*.

Также в английском языке имеются крылатые выражения, производные из реалий конкретной языковой среды: *Tom Thumb*, *Bloody Mary*. Значение одного устойчивого словосочетания одного языка может пересекаться с таким же самым значением в абсолютно другом по форме и содержанию словосочетании другого языка, например, *according to Cocker*. Деонимизированные фразеологические единицы, а также фразеологизмы, содержащие наименования объектов культурного наследия, имена известных личностей приводят

к заключению, что общих знаний о культуре бывает недостаточно при понимании того или иного фразеологизма, необходима концептуализация особых знаний о народе-носителе на более глубинном уровне.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ярцева, В. Н. Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Большая российская энциклопедия, 2002. – 709 с.
2. Берков, В. П. Вопросы двуязычной лексикографии / В. П. Берков. – Л. : Изд-во Ленинград. ун-та, 1973. – 190 с.



## В.С. ПЕТРУШКЕВИЧ

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Е.Н. Стрижевич

### ЭМОТИВНЫЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Эмоциональность выражается на всех уровнях языка словообразовательными, синтаксическими, лексическими средствами, включая фразеологию. Использование для образования новых слов, выражающих различные эмоциональные оттенки, словообразовательных средств, встречается как в английском, так и русском языке.

В английском языке есть свои чисто морфологические средства выражения эмотивности – уменьшительные и уменьшительно-ласкательные суффиксы *-let*, *-kin*, *-ock*, *-ling*, *-y* (*-ie*, *-ee*). Слова с такими суффиксами являются:

1. стилистически нейтральными, суффиксы присоединяются к основам существительных и передают значение малого размера: *-let* (*islet* – островок, *booklet* – буклет, проспект), *-kin* (*lambkin* – ягнёнок, *boykin* – мальчишка), *-ock* (*hillock* – холмик, *paddock* – лужок, *bullock* – молодой вол);

2. стилистически окрашенными, которые обладают положительной или отрицательной окраской слова: *-ling* образует существительные с эмоционально положительным оттенком уменьшительности (*catling* – котёнок, *manling* – человечек). Хотя может также передавать отрицательную окраску неуважения, презрения (*weakling* – слабак, *snakeling* – змеёныш). Словам с суффиксом *-let* тоже можно придать презрительно-уничижительный оттенок (*kinglet* – царёк, *princelet* – князёк).

В русском языке это использование 1) уменьшительно-ласкательных суффиксов *-еньк-*, *-оньк-*, *-иньк-*, *-ушк-*, *-юшк-* (*дорога* – *дороженька*, *заяц* – *заинька*, *поле* – *полюшко*, *воробей* – *воробышек*, *хлеб* – *хлебушек*); 2) суффиксов субъективной оценки *-к-*, *-ок-*, *-ек-* (*ветер* – *ветерок*, *фонарь* – *фонарик*, *изба* – *избушка*); 3) приставок: *больно* – *пребольно*, *сверхинтересный*, *супергерой*; 4) образование превосходной степени прилагательных при помощи приставки *-наи-* и суффикса *-ш-*: *красивый* – *наикрасивейший*; при помощи суффикса *-ейш-*: *храбрый* – *храбрейший*; 5) степени сравнения наречий – простая сравнительная степень – *ярко* – *ярче*; составная сравнительная степень – *более ярко*, *менее ярко*.

В области синтаксиса выработались определенные особенности построения предложения. Так в английском языке, эмоциональные предложения могут иметь особую структуру: *What a nice man!*; *How well he writes!*; *How cold it is!* В таких предложениях используются вопросительные слова: *what, how* и др., но предложения эти не имеют вопросительной структуры, а являются повествовательными (декларативными) предложениями. С точки зрения интеллектуального содержания они равноценны предложениям *I have read a nice story, She writes well*, т. е. содержат определенное заявление. Однако этому заявлению придается эмоциональная окраска и поэтому оно получает соответствующее синтаксическое оформление. Велико использование обособленных конструкций (выделение второстепенных членов предложения с целью эмоциональной, стилистической выразительности), например, «*Dumb with amazement, he crossed to the spot where his family was thus disgraced*» или «И что вы, с вашим умом, нашли в нем»; а также вводных и вставных конструкций, которые выражают эмоции автора или его отношение к высказываемым словам, например «*Unfortunately, it will be you who will have to explain that to him.*», «Отверстие в двери он плотно заткнул своим армяком и чуть свет был уже на дворе, как ни в чем не бывало, сохраняя даже (*невинная хитрость!*) прежнюю усталость на лице».

В состав эмоциональной лексики обоих языков входят:

1. слова, содержащие оценку фактов, явлений, признаков, дающие однозначную характеристику: *terrible, frightful, horrible* (эмоции отвращения), *wonderful, amazing* (эмоции восторга); *toady, airhead, bummer, napakostit', podhalim, ljubimchik* и т. д. (эмоции неодобрения);

2. многозначные слова, получившие эмоциональную окраску при переносном употреблении: *old bag, lump, шляпа, тряпка* (эмоции пренебрежения);

3. слова, передающие различные оттенки: *granny, daddy, sonny, дочурка, сыночек* (положительные эмоции); *бородица, казенщина, тягомотина* (отрицательные).

Эмоциональность лексики нередко передается особо выразительной экспрессивной лексикой. Например, вместо слова *good* в состоянии восторга можно сказать – *excellent, wonderful, astounding*. По степени эмоционального напряжения слово может иметь несколько экспрессивных синонимов: *несчастье – горе, катастрофа; буйный – безудержный, яростный*.

Чистыми знаками эмоций являются междометия. Эти слова составляют совершенно особый слой лексики, поскольку у них нет предметно-логического значения. В междометиях сосредоточены все типические черты, отличающие эмоциональную лексику: синтаксическая факультативность, то есть возможность опущения без нарушения отмеченности фразы, отсутствие синтаксических связей с другими частями предложения; семантическая иррадиация, состоящая в том, что присутствие хотя бы одного эмоционального слова придает эмоциональность всему высказыванию. Междометия выражают эмоцию в самом общем виде, даже не указывая на её положительный или отрицательный характер. "Oh", например, может выражать и радость, и печаль, и многие другие эмоции: *Oh, I'm so glad!*; *Oh, I'm so sorry*; *Oh, how unexpected!*

Огромное значение имеют модальные слова, при помощи которых говорящий оценивает свое высказывание, происходящее. Возможные значения: сомнение, уверенность: *probably, perhaps, certainly, no doubt, наверное, кажется, несомненно*; эмоциональное отношение к фактам действительности: *fortunately, unfortunately, к удивлению, к несчастью, к огорчению* и т. д.).

Подобно лексике, фразеология содержит богатейшие средства речевой выразительности, придает речи особую экспрессию и неповторимый национальный колорит. Подавляющее большинство фразеологических единиц обозначает те же понятия, которые могут быть переданы словами или описательными конструкциями. Однако фразеологизмы отличаются от синонимичных слов и описательных оборотов нюансами значения и, главным образом, экспрессией. Замена фразеологизма словом или словосочетанием не может быть равнозначной: при такой замене исчезают нюансы значений, образы, эмоции – всё, что составляет семантико-стилистическое своеобразие фразеологизмов и делает их «мельчайшими поэтическими единицами языка». Сравните: *babes and sucklings – inexperienced people, husband's tea – not strong tea, a play with the fire – a dangerous play, dribs and drabs – too little of something, make somebody's blood boil – to make someone very angry; to eat one's heart out – to suffer, out of the blue – unexpectedly, всем сердцем – искренне, играть на нервах – раздражать, бить баклуши – бездельничать, биться об заклад – быть уверенным, битый час – очень долго, от зари до зари – весь день, кривить душой – быть неискренним.*

Стоит отметить, что подобно словам, фразеологизмы могут вступать между собой в синонимические и антонимические

отношения. Фразеологические единицы, обладающие близким или тождественным значением, вступают в синонимические отношения. Синонимия фразеологических оборотов тесно связана с многозначностью. Одни из синонимических оборотов по значению почти равноценны. Например: *to be pain in the neck – to ruffle one's feathers – to get one's goat* (раздражать) в английском языке; и *был таков – и след простыл – поминай как звали – только и видели* в русском языке.

Количественно синонимические ряды фразеологизмов так же неодинаковы, как и синонимические ряды отдельных слов. Одни из них состоят из двух оборотов, другие – из трёх и более. Ср.: *to be death on – to be far gone, to have kittens – to have heebie-jeebies – to have jitters, to turn on the waterworks – to pipe one's eyes – to shed floods of tears – to cry over and over – to cry all through* в английском языке; *сам не свой – душа не на месте; надуть губы – проглотить пилюлю – принимать на свой счет; одного поля ягоды – два сапога пара – из одного теста сделаны – оба на одну колодку – сиамские близнецы – одним миром мазаны* в русском языке.

Во фразеологическом составе языка имеются и фразеологизмы-антонимы. По значению и структуре антонимичные фразеологизмы чаще всего возникают в результате замены одного из компонентов на семантически соотносительный антоним. Например: *to loose heart – to take heart* в английском языке; *упасть духом – воспрянуть духом* в русском языке. Однако есть и фразеологизмы-антонимы разноструктурные. Например, *to have the time of on's life – to be in the dumps* в английском языке; *на радостях – с горя* в русском языке.

Под эмотивной фразеологией подразумевается группа фразеологических единиц, которые номинируют эмоции, иными словами, «эмоция» составляет денотативное значение данных фразеологизмов (или является существенной частью денотативного значения).

Таким образом, экспрессивность, эмоциональность, образность и оценочность фразеологической номинации обуславливают обширность группы эмотивных фразеологизмов. Если лексика в своей совокупности отражает всю сумму явлений, фактов, процессов действительности, то фразеология охватывает в первую очередь сферу переживаний и чувств, психологических состояний индивидуумов, темы чувств, печали, радости, любви, дружбы, конфликта и борьбы, качественную характеристику. Необычность, сложность психических процессов, связанных непосредственно с человеческим видением,

оценкой реалий, требуют отхода от нейтральности и избирают формой воплощения фразеологических единиц.

## Ю.В. ПРАКОПЧИК

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель: С.С. Масленникова

### СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ СУБСТАНТИВНЫХ И АДВЕРБИАЛЬНЫХ КОМПАРАТИВНЫХ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА

Фразеологические единицы являются выразительными средствами, придающими языку метафоричность и живость. Они являются особым слоем лексического запаса, который обладает различной морфологической структурой.

Нашему исследованию подверглись сравнительные фразеологизмы, основанные на различных видах сходства и обозначающие схожесть, образ действия и само действие.

В рамках этого исследования мы сконцентрировали наше внимание на компаративных субстантивных и адвербиальных (соотносящихся с существительными и наречиями) фразеологизмах немецкого языка, выявленных методом сплошной выборки из «Немецко-русского фразеологического словаря» под редакцией Л.Э. Биновича [1]. В ходе работы нами было выявлено 14 сравнительных фразеологизмов: 10 субстантивных и 4 адвербиальных. По характеру конструкций субстантивные компаративные фразеологизмы подразделяются на следующие группы:

- *wie* + существительное:

*wie der Blitz* ‘букв. как молния; молниеносно; одна нога тут, другая там’;

*wie eine Bombe* ‘как бомба’;

- *wie* + прилагательное + существительное:

*wie ein geölter Blitz* ‘букв. как пропитанная маслом молния; молниеносно; одна нога тут, другая там’;

- *wie* + существительное + союз + существительное:

*wie Feuer und Wasser* ‘букв. как огонь и вода; вода и пламень (о резких противоположностях)’;

- существительное + *wie* + существительное:

*Wurst wie Schale (Schinken)* ‘букв. это колбаса как оболочка (ветчина); всё равно; что в лоб, что по лбу’;

- *wie* + существительное + прилагательное + существительное:

*wie ein Paar alte Latschen* ‘букв. как пара старых тапочек; два сапога пара’;

- *wie* + существительное + предлог + прилагательное + существительное:

*wie ein Blitz aus heiterem Himmel* ‘как молния с ясного неба; неожиданно’;

*wie ein Blitzstrahl aus heiterem Himmel* ‘букв. как луч молнии с ясного неба; неожиданно’;

*wie ein Donnerschlag aus heiterem Himmel* ‘букв. как удар грома с ясного неба; внезапно’;

- *wie* + существительное + предлог + существительное:

*wie ein Fisch aufs Trockene* ‘букв. как рыба на сухом; чувствовать себя не в своей тарелке’.

Выявленные нами адвербиальные фразеологизмы обозначают признак. Они представлены следующими конструкциями:

- союз *wie* + предлог + существительное:

*wie am Schnürchen* ‘букв. как по верёвочке; как по маслу’;

*wie aus einem Munde* ‘букв. как из одного рта; в один голос’;

- *wie* + прилагательное:

*wie billig* ‘букв. как дешево; как и полагается (в таких случаях)’;

- *wie* + причастие:

*wie gerufen* ‘букв. как названный; как по заказу’.

Как показывает наше исследование, среди компаративных немецких фразеологизмов субстантивных (в сравнении с адвербиальными) было выявлено почти в два раза больше. Больше всего устойчивых выражений (три) имеют следующую конструкцию построения: *wie* + существительное + предлог + прилагательное + существительное. Фразеологизмов с сравнительными союзами *als*, *als ob* выявлено не было.

Все проанализированные нами сравнительные фразеологизмы легко подразделяются на семантические группы, обозначая:

– природные явления (*wie der Blitz*, *wie Feuer und Wasser*, *wie ein Blitz aus heiterem Himmel*, *wie ein Blitzstrahl aus heiterem Himmel*, *wie ein Donnerschlag aus heiterem Himmel*, *wie ein geölter Blitz*);

– предметы повседневного обихода (*wie ein Paar alte Latschen*, *wie am Schnürchen*);

– живые существа (*wie ein Fisch aufs Trockene*);

– части тела (*wie aus einem Munde*);

– продукты питания (*Wurst wie Schale (Schinken)*);

– предметы военного обихода (*wie eine Bombe*).

Два адвербиальных фразеологизма (*wie billig, wie gerufen*) не были отнесены нами ни к одной из выделенных семантических групп.

Как показывает наше исследование, семантическая группа природных явлений является самой многочисленной, в её состав вошли 6 фразеологизмов. Многочисленность фразеологических единиц с подобной семантикой предположительно может быть объяснена первоначальными языческими верованиями людей, либо же различными народными поверьями.

Фразеологизмы с объектами сравнения, обозначающими предметы повседневного обихода, представлены двумя единицами. К сравнительным фразеологизмам с компонентами, которые имеют значение частей тела, продуктов питания и живых существ было отнесено по одной фразеологической единице. Их наличие указывает на формирование в подсознании человека определённых ассоциаций, связанных с его повседневной жизнью и окружающей средой, которые были запечатлены в устойчивых выражениях.

Семантическую группу предметов военного обихода среди выявленных фразеологизмов также описывает одна единица. Наличие подобной тематики может быть пояснено длительными военными действиями, происходившими на территории Германии в разные периоды времени.

Из всего вышперечисленного можно сделать вывод, что на формирование образов для сравнения в устойчивых выражениях влияет как окружающая человека природа и быт, так и события, происходящие в области его проживания.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бинович, Л.Э. Немецко-русский фразеологический словарь / Л.Э. Бинович. – М. : Аквариум, 1995. – 768 с.



**Я.М. ПРОТАСЕВИЧ**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: И.П. Королюк

## **ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПТА "ОБУВЬ" В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

Существует множество определений понятия «концепт». Это обусловлено тем, что данное понятие вошло в понятийный аппарат сразу нескольких дисциплин: когнитивистику, семантику и лингвокультурологию. В 1928 году была опубликована статья С.А. Аскольдова «Концепт и слово». Знаменитый лингвист определил концепт как мысленное образование, которое замещает нам в процессе мысли неопределенное множество предметов одного и того же рода.

В. Н. Телия подчёркивает в своих трудах, что «концепт» и «понятие» имеют разные значения. Она считает, что концепт отражает все те признаки предмета, которые в данном языковом коллективе заполняются знанием о сущности. Концепты относятся к знакам национальной и общечеловеческой культуры.

Концепт «Обувь» выражается в немецком языке посредством наименований обуви, а также фразеологизмов, содержащих в своем составе компонент «Обувь».

Обувь играет важную роль в жизни человека. Появление обуви оказало влияние на развитие человечества, даровав возможность преодолевать всё более обширные расстояния. С ее появлением холод, горячий песок, острые камни и прочие угрозы больше не являлись существенным препятствием, ведь ноги человека были защищены. Осваивая новые территории, человек приобретал новые знания, видел новые вещи, знакомился с другими культурами, что безусловно повлияло на развитие сознания.

Под обувью подразумевается предмет одежды с твердой подложкой из кожи, дерева, резины или пластика, которая в первую очередь служит для защиты подошвы стопы. Обозначение обуви в немецком языке берет начало в древневерхненемецком *scuoh*, затем переходит в средневерхненемецком в слово *schuoch*.

В толковом словаре DUDEN насчитывается 63 наименования обуви. Анализ показал, что 50 наименований являются однозначными, и всего лишь 13 наименований имеет несколько значений. При этом всего лишь в 5 случаях значение обуви оказалось первым: *der*

*Bundschuh, das Hatscher, der Schuh, der Treter, der Stiefel.* Число простых слов составило 13 *der Eskarpin, der Hatscher, Klumpen, Latschen, Pantine, Pantoffel, Sandale, Schuh, Schuhchen, Soccus, Treter, Beschuhung, Stiefel,* а число сложных – 50. При этом почти все многозначные слова, первым значением которых было значение «обувь», оказались простыми (за исключением *der Bundschuh*). Нами было выявлено 6 заимствований *Eskarpin, Hatscher, Opanke, Pantoffel, Sandale, Soccus,* среди которых лишь 2 наименования было заимствованно из латинского языка (*Sandale, Soccus*), остальные из языков близлежащих стран (Франция, Австрия, Сербия).

Из фразеологического словаря DUDEN была проанализирована 51 фразеологическая единица с компонентом наименования обуви. Реализация концепта «Обувь» в фразеологических единицах происходит при помощи компонентов «*Schuh*», «*Stiefel*», «*Kinderschuh*», «*Sohle*», «*Latschen*», «*Pantinen*», «*Pantoffel*». Например, фразеологизмы *wissen, sagen usw., wo jmdm./jmn. der Schuh drückt* и *Wo drückt (denn) der Schuh?* были взяты из трудов Плутарха. В одном из отрывков римлянина спросили, почему он развёлся с женой, ведь она была так прекрасна и достойна. На что римлянин ответил, указав на ботинок, что он красивый и новый, но никто кроме римлянина не знает, в каком месте этот ботинок ему жмёт. Так и возникли данные фразеологизмы, имеющие следующее значение – знать о (скрываемых, тайных) проблемах и нуждах кого-либо. Если переводить дословно, то на русском языке это будет звучать так: 'знать, в каком месте обувь жмёт'. В качестве примеров использования в фразеологическом словаре Duden приводятся следующие предложения: *... denn er hatte sehr wohl auch von anderen gewusst, wo sie der Schuh drückt, ... erklärte der Teamchef auf unmissverständliche Art, wo der Schuh drückt.*

Таким образом, концепт «Обувь» довольно развит в немецком языке и включает в себя множество наименований и фразеологизмов, с помощью которых и происходит его реализация в речи.

**В.В. ПРУСЕВИЧ**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина  
Научный руководитель: О.В. Кивака

## **АНТОНИМО-СИНОНИМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В ЛЕКСИКЕ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ НОВЕЛЛЫ**

Антонимы и синонимы являются важным лексическим средством любого языка. Изучение синонимических и антонимических отношений в произведениях конкретного писателя очень актуально и значимо для таких разделов науки, как лексикология и семасиология, а также при переводе с одного языка на другой. Художественные произведения австрийского писателя Стефана Цвейга отличаются большим разнообразием синонимов и антонимов. Одним из таких его произведений является новелла «Амок» („Der Amokläufer“).

По определению В.Д. Стариченка, синонимы – это «слова и выражения, полностью или частично совпадающие по значению и различающиеся некоторыми смысловыми оттенками, сферой употребления, экспрессивно-эмоциональной окраской, сочетаемостью, контекстом» [1, с. 91]. Синонимы выполняют различные функции, например: замещение, уточнение, а также экспрессивно-стилистическую функцию. Также выделяют такие виды синонимов, которые «имеют одно и то же номинативное значение, но обладают некоторыми особенностями употребления в речи» (идеографические), такие, которые «отличаются друг от друга стилистической окраской, употреблением функциональных стилей» (стилистические), те, которые «имеют сходное значение и являются взаимозаменяемыми» (абсолютные), а также так называемые «региональные дублеты» (т.е. диалектные или локальные синонимы) [2, с. 24].

Антонимы – напротив, являются словами с противоположным значением. Они необходимы для противопоставления признаков предметов, явлений, для создания контрастных образов. В научной литературе различают контрадикторные, контрарные и комплементарные антонимы. Между контрадикторными антонимами возникает строгое противопоставление (свойства и признаки одного антонима подвергаются отрицанию в содержании другого). Контрарные антонимы являются «градуально противопоставляемыми словами». Между комплементарными антонимами обычно нет

промежуточного звена. Они образуют только двучленные ряды [1, с. 94].

По мнению Н. Ф. Алефиренко, «сопоставление антонимов и синонимов в тексте усиливает выразительность речи. Нередко синонимические ряды в произведении вступают в антонимические отношения с другими рядами, именно поэтому важно рассматривать вопросы синонимии и антонимии вместе» [3, с. 23]. Например, синонимический ряд *hart – steif, starr, grausam, hart* вступает в антонимические отношения с рядом *weich – warm, lind*.

Большое количество антонимо-синонимических рядов в новелле «Амок» определяет индивидуально-авторский стиль Стефана Цвейга. В произведении присутствуют 114 синонимических ряда, наиболее значимым из которых является синонимический ряд: *schrecklich – grauenhaft, grauenvoll, entsetzlich, schaurig, furchtbar, höllisch, verflucht, schreckhaft, übel*. Данный ряд синонимов передаёт эмоциональный фон произведения. Синонимы данного ряда выполняют экспрессивно-стилистическую функцию и функцию замещения. Доминантой в данном ряду является слово *schrecklich* ‘вызывающий страх, ужасный’[4], например: „*Ich kann nicht das sagen, wie seltsam und schaurig das war, dies stumme Nebeneinandersitzen im Dunkeln,...*“ [5, с. 11]. „*...ich bin in einer furchtbaren psychischen Verfassung...*“ [5, с. 15]. Синоним *höllisch* означает ‘ужасный, адский, сопоставимый с муками и ужасами ада’[4], как например: „*...ich gestehe es Ihnen ein, in dieser höllischen Einsamkeit...*“ [5, с. 17]. Посредством употребления синонимов автору удалось точно описать неприятные чувства, тревогу и страх, которые время от времени испытывали главные герои новеллы.

Имена собственные в новелле отсутствуют, поэтому для обозначения персонажей использованы целые группы синонимов, например: „*der Bursche – der Bube, der Boy, der Tölpel, der Halunke, die Kanaille*“. Доминантой в данном синонимическом ряду является слово *Bursche*, со значением ‘мальчик, молодой человек’. Последующие слова из ряда придают некоторое отрицательное значение, например, *Bube* ‘обыкновенный, гнусный человек’, *Tölpel* ‘неуклюжий, простодушный человек’, *Halunke* ‘плохой человек, проказник’. Приведем примеры использования синонимов данного ряда: „*Unwillkürlich hebe ich die Faust, um dem Tölpel eins hinzuknallen, aber springt zur Seite...*“ [5, с. 33], „*Aber da springt der Halunke vor, fasst das Rad und sagt...*“ [5, с. 34]. С. Цвейг использует здесь стилистические и диалектные синонимы для того, чтобы избежать повторений и

разнообразить речь, а также, чтобы показать пренебрежительное отношение главного героя к мальчику.

Антонимические отношения в новелле не так характерно выражены, как синонимические отношения. Антонимических рядов в произведении представлено лишь несколько. Есть примеры синонимических рядов, вступающих в антонимические отношения друг с другом. Самым важным в новелле является противопоставление таких рядов, как *dunkel* ‘тёмный’ – *samtdunkel, verdunkelt, finster, trübe, dumpf*» и *hell* ‘светлый; ясный; яркий’ – *glänzend, strahlend, funkelnd, flimmernd, grell, brennend, leuchtend, erhellt, flackernd, auffällig*. Первый синонимический ряд создаёт мрачную атмосферу в новелле. Второй ряд, напротив, разбавляет тёмные тона произведения. Например: „*Er war dunkel gegen die Sterne...*“ [5, с. 9]. В данном случае небо предстаёт тёмным в сравнении со звёздами на нём. „*...flimmerten im Monde alle Randlinien des Schiffes grell gegen das samtdunkle Meer...*“ [5, с. 9]. И в первом, и во втором примере идёт противопоставление светлого тёмному. „*Gerade aber zu Häupten stand mir das magische Sternbild, das Südkreuz, mit flimmernden diamantenen Nägeln... Fast tat es schon weh, dies kalkweiße, grell brennende Sternenlicht...*“ [5, с. 10]. „*Ich fühlte alle Qual des besiegten Elements, fühlte alle Lust der irdischen Kraft in diesem funkelnden Spiel*“ [5, с. 10-11]. Проверив наличие противительных отношений в «Словаре противоречий» („*Wörterbuch der Gegenteile*“) слов *hell* и *dunkel* [6] и их контекстуальное значение, можно утверждать, что они являются контрадикторными и узуальными антонимами. *Verdunkelt, finster, trübe, dumpf, erhellt* – промежуточные (градуальные) слова между антонимами *hell* и *dunkel*.

Таким образом, наиболее значимыми выразительными средствами в новелле С. Цвейга «Амок» являются синонимы. Они служат для обогащения речи, уточнения значений, передачи психоэмоционального состояния героев. Использование большого количества синонимических рядов помогло автору достичь высокой степени выразительности, а также раскрыть эстетический и смысловой уровень произведения. Антонимические отношения между лексическими единицами и синонимическими рядами занимают второстепенную позицию.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стариченок, В. Д. Современный русский литературный язык: учеб. пособие / В. Д. Стариченок [и др.]; под ред. В. Д. Стариченка. – Минск: Выш. шк., 2012. – 591 с.
2. Кулькова, М. А. Лексикология современного немецкого языка: конспект лекций / М. А. Кулькова. – Казань: Каз. федер. университет, 2014. – 53 с.
3. Алефиренко, Н. Ф. Системность медийного лексико-семантического пространства / Н. Ф. Алефиренко; НИУ БелГУ // Русский язык в массмедиа: из наблюдений над функционированием языковых единиц: очерки / под общ. ред. Л. Р. Дускаевой, Н. С. Цветовой. – Санкт-Петербург, 2013. – Очерк 1. – С. 6-56.
4. Duden Wörterbuch [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.duden.de/>. – Дата доступа: 27.02.2021.
5. Zweig, St. Novellen der Leidenschaft / St. Zweig. – Frankfurt am Main: S. Fischer Verlag GmbH, 1966. – 364 S.
6. Wörterbuch der Gegenteile (Antonymwörterbuch) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.alle-gegenteile.de/Wörterbuch>. – Дата доступа: 27.02.2021.

**А.И. РАКОВЕЦ**

Минск, БГУ

Научный руководитель: С.В. Воробьева

## **ТЕМАТИКА ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ЭЛЕКТРОННЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ)**

За последние годы в мире стремительно возросла заинтересованность и обеспокоенность мирового сообщества о проблемах охраны окружающей среды и экологии в целом. Повышенный интерес к теме экологии обусловлен экологическим кризисом, который в значительной степени влияет на жизнедеятельность человека. Пагубное влияние активности людей приводит к различным природным катаклизмам, вымиранию флоры, фауны и планеты. Об этом свидетельствуют многочисленные статьи в СМИ, неутешительные результаты исследований и прогнозы ученых, публичная критика, выступления с докладами на различных информационных площадках, протесты активистов. В связи с этим современное медиапространство демонстрирует обилие текстов и высказываний на данную тематику. Таким образом, вербально транслируемая информация актуализируется в виде экологического дискурса.

В современной лингвистике понятие *дискурса*, вероятнее всего, является самым неопределенным и предстает объектом постоянных дискуссий и диспутов в академической сфере. Основоположниками исследований такого понятия как «дискурс» стала французская лингвистическая школа. Ф. Менге [1], Ж. Дюбуа [1], Ф. Эделин [1], М. Фуко [2] внесли огромный вклад в изучение дискурса, рассматривая это явление не просто как текст, а ряд текстов, связанных тематически, ситуативно, с элементами интертекстуальности и с историческим, социальным и когнитивным компонентом. Н.Д. Арутюнова в своей монографии отметила, что «дискурс (от франц. *discours* – *речь*) – связный текст в совокупности с экстралингвистическими, прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами, текст, взятый в понятийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь». Поэтому термин «дискурс», в отличие

от термина «текст», не применяется к древним и другим текстам, связи которых с живой жизнью не восстанавливаются непосредственно» [3, с. 136].

Наряду с различными видами дискурса, например, политическим, научным, юридическим, медицинским и пр., экологический дискурс занял важную нишу в информационном пространстве в силу собственной актуальности. Манифестация такого типа дискурса происходит не только в научной сфере, но и в бытовой, воплощаясь в виде будничной беседы, так или иначе затрагивающей тему экологического кризиса.

Облигаторной составляющей любого дискурса является тема дискурса. В дискурсивном анализе под темой обычно понимают основное содержание дискурса как его главный организующий принцип [4, с. 73]. Кроме того, это понятие имеет непосредственную связь с смысловой связанностью текста в рамках дискурса. Само понятие тема дискурса наводит на мысль, что дискурс несет в себе определенную тему, и в соответствии с кодовой моделью, говорящий транслирует ее слушающим посредством слов. На данном этапе можно обнаружить альтернативный взгляд учёных: в их понимании тему имеет не собственно дискурс, а участники коммуникативного акта [4, с. 68, 94].

При исследовании тематики дискурса во внимание берется когнитивный подход. Примером таких исследований могут служить работы Т.А. ван Дейка, который использовал данный подход в изучении темы дискурса посредством анализа новостей как типа дискурса [5, 6]. Автор даёт развитие мысли о том, что тема дискурса это ни что иное, как пропозиция (или набор пропозиций) и отражает информацию, которую говорящий сообщает или запрашивает. Т.А. ван Дейк, однако, меняет ракурс рассмотрения и определяет тему с позиции не говорящего, а слушающего, определяя ее как лаконичное и обобщенное описание основного содержания дискурса, которое адресат формирует в процессе перцепции и понимания услышанного. Т.А. ван Дейк считает, что тема представляет собой «семантическую макроструктуру», которая имеет вид сложной пропозиции и является своеобразным комплексом множества пропозиций, последовательно извлекаемых читателем из предложений текста.

Для более детального исследования темы экологического дискурса, обратимся к статьям популярной и авторитетной англоязычной прессы. В основе любого массмедийного издания существует определенный план публикаций, которые упорядочены в



виде информационных тематических рубрик и разделов. Наличие тех или иных рубрик соответствует интересами читателей, запросам аудитории, политике издания, а также обусловлено актуальностью тем. В таком случае обратим внимание на американские и британские онлайн-СМИ, на сайте которых в том или ином виде на главной странице присутствует рубрика (как самостоятельный раздел новостей или подрубрика), в которой перманентно публикуются статьи, поднимающие проблему охраны окружающей среды. Обусловлено это в первую очередь растущим интересом со стороны общества, особенно в англоязычном пространстве. Экологический кризис вызывает озабоченность положением дел не только у журналистов и колумнистов, но и обычных людей, которые получают не только информацию об исследованиях, фактах и последних новостях о проблеме охраны окружающей среды, но и возможность комментировать публикации, таким образом обсуждая проблему, представленную в статье, с другими читателями. Широкий ряд тематических публикаций позволяет реципиентам получить необходимую информацию о текущем положении дел, удовлетворяя запросы любого современного читателя. Обзор некоторых новостных изданий позволил выделить следующие рубрики: The Guardian – News – Environment; The Washington Post – Climate & Environment и Climate Solutions; The Times – Environment; The Independent – Climate; The Daily Telegraph – News – Environment; The New York Times – Opinion – Environment.

Для анализа тематического разнообразия публикаций экологического дискурса нами были выбраны два англоязычных онлайн-издания – The Guardian и The Independent. В основных рубриках «Climate» и «Environment» ежедневно публикуются статьи на экологическую тематику, однако в разделах «Health», «Science», «Tech» и пр. также имеются элементы экологического дискурса. Методом случайной выборки за 2020-2021-ый годы мы отобрали из указанных изданий 40 статей, в содержании которых нам удалось выявить наиболее популярные и важные темы для мирового информационного пространства. Кроме того, интерфейс газеты The Guardian на основе функции поиска наглядно демонстрирует, какое количество статей за весь период существования Интернет-сайта было опубликовано:

1. «Climate change» – 26,907 публикаций;
2. «Wildlife» – 17,338 публикаций;
3. «Energy» – 14,521 публикаций;

4. «Greenhouse gas emissions» – 9,076 публикаций;

5. «Pollution» – 5,724 публикаций.

На основе данных количественных показателей можно утверждать, какие темы актуальны для мирового сообщества, а также для авторов статей.

Ключевой мыслью проанализированных нами статей является охрана окружающей среды, однако наиболее острой является проблема изменения климата, выбросов загрязняющих токсичных элементов в атмосферу и разрушения экосистем. Второстепенные темы сосредоточены вокруг глобального потепления, ископаемого топлива, вымирания фауны, токсичных веществ в пищевых продуктах, изделиях и организме человека, лесных пожаров, вырубки лесов для расширения сельскохозяйственных угодий, использовании возобновляемых источников энергии. Данный вывод основан на анализе частотности употребления ключевых слов, относящихся к лексико-семантическому полю «экология», которое также можно разделить на более мелкие семантические группы. Отобранные ключевые слова и словосочетания распределились по ним следующим образом.

1. Семантическая группа «изменение климата» – *climate change* (33 ЛЕ), *global heating* (17 ЛЕ), *climate crisis* (13 ЛЕ), *climate emergency* (10 ЛЕ) *climate breakdown* (8 ЛЕ), *drought* (8 ЛЕ), *global warming* (6 ЛЕ), *climate risk* (4 ЛЕ), *environmental crisis* (2 ЛЕ);

2. Семантическая группа «живая природа» – *biodiversity* (21 ЛЕ), *ecosystem* (18 ЛЕ), *green recovery* (14 ЛЕ), *extinction* (7 ЛЕ);

3. Семантическая группа «энергия» – *hydrogen* (13 ЛЕ), *fossil fuel* (11 ЛЕ), *renewables* (9 ЛЕ), *solar panels* (8 ЛЕ), *renewable energy* (5 ЛЕ), *wind power* (4 ЛЕ);

4. Семантическая группа «выбросы» – *emissions* (40 ЛЕ), *air pollution* (24 ЛЕ), *net zero emissions* (17 ЛЕ), *pollution* (15 ЛЕ), *greenhouse gas emissions* (11 ЛЕ), *waste* (11 ЛЕ), *carbon emissions* (9 ЛЕ), *carbon dioxide* (6 ЛЕ), *toxic chemicals* (5 ЛЕ), *plastics* (3 ЛЕ), *plastic pollution* (3 ЛЕ);

Подводя итог можно сказать, что мотивацией для изучения и развития данной темы стала пандемия COVID-19, в результате которой повсеместный карантин привел к неожиданным последствиям для окружающей среды, а также открытиям исследователей и наблюдателей. Так, сокращение выбросов углерода и прочих токсичных продуктов посредством сжигания автомобильного топлива привело к значительному улучшению

состояния атмосферного воздуха городов и даже стран. Пандемия поспособствовала закрытию заводов и фабрик, главных производителей диоксид азота – опаснейшего ядовитого газа. Сокращение трафика привело к снижению уровня шума в населенных пунктах, отсутствие водного транспорта поспособствовало снижению уровня осадков в водоемах, а также возвращению некоторых представителей фауны в их привычные места обитания и увеличения их популяции. Каждое из этих событий наглядно показывает, насколько велик урон окружающей среде. Человеческая деятельность ведет к уничтожению экосистем, истощению природных ресурсов, обезлесению, загрязнению атмосферы и пр. Однако на сегодняшний день постиндустриальное мировое общество признает серьезность проблем окружающей среды и проявляет большую заинтересованность в будущем всего человечества, вставая на путь борьбы не с последствиями, а причинами экологического кризиса.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Общая риторика: пер. с фр. / Ж. Дюбуа [и др.]; под общ. ред. А.К. Авеличева. – М. : Прогресс, 1986. – 392 с.
2. Фуко, М. Порядок дискурса / М. Фуко// Воля к истине: по ту сторону власти, знания и сексуальности: пер. с фр. яз. / под общ. ред. А. Пузырева. – М.: Касталь, 1996. – 447 с.
3. Арутюнова, Н.Д. Лингвистический энциклопедический словарь / Н.Д. Арутюнова; под ред. В.Н. Ярцевой. – М. : Советская энциклопедия, 1989. – С. 136.
4. Brown, G., Yule, G. Discourse Analysis / G. Brown, G. Yule. Cambridge : Cambridge University Press, 1983. – P. 68–94.
5. Дейк, Т.А. ван. Анализ новостей как дискурса / Т.А. ван Дейк // Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. М. : Прогресс, 1989. – С. 111 – 160.
6. Дейк, Т.А. ван. Предубеждение в дискурсе. Рассказы об этнических меньшинствах / Т.А. ван Дейк // Дейк, Т.А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т.А. ван Дейк. М. : Прогресс, 1989. – С. 190 – 227.

## **А.С. РОЩЕНКО**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Е.Н. Стрижевич

### **КОНЦЕПТА «ВРЕМЯ» В СОВРЕМЕННЫХ АМЕРИКАНСКИХ ИДИОМАХ**

Концепт времени в американской идиоматике не является статичным, так как постоянно подвергался трансформациям. На изменение представлений о времени оказывает влияние человеческий опыт, общий культурный фон, ценностные ориентации общества. Единое понимание времени у представителей англоязычного социума сложилось под влиянием христианского вероисповедания. Универсальное содержание концепта времени, раскрытое для всей лингвокультуры находит в английском языке свое национально-культурное выражение и получает субъективную, аксиологически маркированную интерпретацию в реализациях концептуальных идиом.

В процессе существования англо-американского языкового сообщества, под влиянием экстралингвистических факторов происходят изменения в понимании времени: содержательная структура концепта времени подвергается ментальным трансформациям, затрагивающим фундаментальные основы концепта времени. Появляются концептуальные идиомы такие как *time is a resource*, *time is a commodity*, *time is money*. Стремительное распространение в современном мире телекоммуникаций и компьютерных технологий приводит к возникновению нового концептуального идиоматического выражения времени *time is a virtual entity*.

В создании неоднородного и многогранного образа времени в современном варианте американского английского языка участвуют многочисленные концептуальные проецирования, в рамках которых время уподобляется двумерному и трехмерному пространству, движущемуся предмету, живому существу, природному явлению, процессу. Среди них наиболее продуктивными являются пространственные идиомы времени, что говорит о взаимообусловленности категорий пространства и времени, о тесной связи между отдельными аспектами концептуализации времени и пространства в сознании человека.

Значимыми характеристиками темпоральности, которые свойственны концепту «время», являются: плоскостность, «пространственная» ориентированность относительно наблюдателя, линейная протяженность, двойственность позиции наблюдателя, объемность, динамичность или цикличность, необратимость или обратимость, субстанциональность, одушевленность, дискретность.

Исходя из разнообразных определений самого термина «концепт», можно сделать вывод, что концептом является ментальное образование (или сущность высокой степени абстрактности), обладающее такими характеристиками, как универсальность и уникальность, простота и сложность, национально-культурная специфичность. Другими словами, концепт и язык можно соотнести как «идею» и «материю». По своей природе концепт, безусловно, лингвистичен и поэтому не может быть рассмотрен вне своей языковой реализации. Он обладает семантической структурой, обусловленной значениями словотермина концепта и построенной по ядерно-периферийной модели. Другой важной особенностью концепта является его принадлежность к лингвокультуре и способность кодифицировать культурные смыслы.

Концепт «время» является универсальным концептом, обладающим идентичной семантической структурой в разных языках. Эта структура следует ядерно-периферийной модели, в центре которой находятся значения длительности. Ближняя периферия представлена значениями «период времени», «момент», «цикл», субконцептами «настоящее», «прошлое» и «будущее», образующими линейную структурную организацию времени. Циклическая структурная организация времени представлена на уровне ближней периферии значениями «жизнь человека» (возраст), «жизнь природы» (времена года). Ближнюю периферию «момента» представляют субконцепты «начало», «конец».

Анализ потенциальных сем словотермина «время» и словотерминов субконцептов времени помогает определить дальнюю периферию концепта, образованную другими концептами, которые могут быть выделены и как самостоятельные ментальные единицы: «молодость», «старость», «зрелость», «рождение», «смерть», «времена года», «быстро», «медленно».

Анализ внутренней формы словотермина «время» в разных языках свидетельствует о том, что на начальном этапе формирования представлений об окружающем мире время обозначается как овеществленное понятие, характеризующееся протяженностью и

воспринимаемое носителями языка в тесной связи с пространством. Например англ. *time* происходит от староанглийского *tīma*, что сходно со старогерманским *tīmon* и также означает «простира́ть», «протягивать». Многозначительна близость лат. *tempus* и *templum* (храм), так как первоначально последнее означало священное пространство, которое этрусский жрец очерчивал в полдень.

Фундаментальные концептуальные идиомы *time is God's creature*, *time is the gift of the God* характеризующие христианскую модель времени, находят отражение в системе английского языка и лежат в основе англо-американской языковой картины мира.

Однако образ времени-дара употребляется в произведениях не только религиозного характера. Он встречается в оригинальных англоязычных текстах, среди которых строки частной корреспонденции, стихотворения, современные работы социологической и даже лингвистической направленности: "*May God bless her and you and grant you many years of peace and love*"; "*God speed you, ancient father, And give you a good day*"; "*...time was still understood as being 'God given'*".

Еще одно, не менее важное значение, имеет концепт времени как "Value". «Время осознается как ценность, когнитивным основанием которой являются пропозиции, связанные с этическими убеждениями в культуре американского социума». Этот концепт отражается в языке преимущественно экспрессивно и эмоционально: "*Today the last Sunday of the Church's year and her services all tend to remind us of the preciousness of time*"; "*A religious outlook meditates on the sacramental value of each moment for eternity*".

С пониманием ценности времени тесно связано представление о том, для чего дается человеку время на земле, которое составляет концепт "Purpose".

К примеру: *race against time*. Сильно спешить, чтобы завершить что-то.

*The workers were racing against time to finish the campus modernization project.*

Есть и совершенно противоположный пример идиомы данному концепту, такой как *kill time*. *Делать так, чтобы время прошло быстрее; терять время безцельно.*

Если рассматривать концепт времени в идиомах в таком значении как путешествие "*Travelling*" or "*Trip*", то в область времени переносятся пространственные и динамические понятия, характерные для области пути:

1) Концепт “Motion”: *mark time* “The officer made the soldiers mark time as a punishment”; *race against time* “The workers were racing against time to finish the campus modernization project”.

2) Концепт “Goal”: *high time* “It is high time the United Nations took on a role in Burundi”.

Еще один концепт, с позиции которого можно рассмотреть слово *time*-это деньги. Слово *time* начинает использоваться для обозначения финансовых операций: *timebill*; *timedeposit*; *timedraft*. Выражение *on time* приобретает новое значение – «в кредит». В современном варианте американского английского уподобление времени деньгам происходит за счет использования единиц лексико-семантического поля “Money”: “The monetization of the Workday in Comparative perspective”; “Time - keeping passed into time - saving and time - accounting and time - rationing”. Обращение человека со временем отождествляется с тратой денег, капиталовложению: “...time-budget studies were...only studying how much time was allocated for the family, work, and leisure. Использование слишком большого количества времени (нередко вследствие невнимательного отношения) уподобляется расточительности, незаконному завладению деньгами: “I value time and ... it's so easy to just fritter it away”.

В современном мире использование множества компьютерных систем приводит к резкому сокращению, «сжатию», компрессии времени и пространства. Процесс виртуализации времени усиливается стремительно растущей глобализацией сетевого сообщества, в котором происходит преодоление реального времени. Глобальные сети безвременны, в них отрицается время, так как отрицается само прошлое, настоящее и будущее. Сущность современного глобального хронотопа состоит в «ускорении» времени и «сжатии» пространства. Возникает новый концепт, в котором на концептуальную область времени проецируются свойства и характеристики, присущие области компьютерных технологий.

Как источник времени воспринимаются заложенные в компьютер программы: “...computer...can represent time symbolically, communicate a sense of time that is not necessarily the time, and thereby produce virtual time”. Время уподобляется явлению технического порядка: “Digital time is...time as a sequence of numbers”. Возникают новые темпоральные концепты компьютерного времени: “Many people first experience the difference between the worlds of computime and clock time when playing video games...”; “...the cyberspace that is associated with

*computing and computer-mediated communication has a counterpart: cybertime”.*

Таким образом, сочетание различных семантических характеристик внутри самого концепта времени указывает на нерасчлененность категории времени как структурированной хронологической модели в идиоматике американского варианта английского языка. Сосуществование таких контрастных характеристик как одушевленность и субстанциональность, статичность и динамичность свидетельствует о гармоничном взаимопроникновении различных элементов структурной модели.



## **И.В. РУСЕНКО**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Т.А. Кальчук

### **ЗЛАКОВЫЕ КУЛЬТУРЫ В НЕМЕЦКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ**

Фразеология, как составная часть языка, показывает и раскрывает суть явлений и процессов, нашедших отражение в языке того или иного народа. Характерной чертой фразеологии является то, что она, так же как язык в целом, находится в постоянном развитии.

Выбранная тема в настоящее время особо актуальна, т. к. вопрос классификации фразеологических единиц (ФЕ) в пределах отдельных групп в словарном составе немецкого языка, в частности, в области фразеологизмов со знаковым компонентом недостаточно разработан. Целью нашей работы является изучение структурно-семантических особенностей ФЕ, в состав которых входят знаковые культуры.

Материалом исследования послужили ФЕ, отобранные методом сплошной выборки из «Немецко-русского фразеологического словаря» Л.Э. Биновича и Н.Н. Гришина [1], а также из “Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache” [2]. Всего было отобрано 30 ФЕ.

Под фразеологической единицей понимается лексически неделимое, устойчивое в своем составе и структуре, целостное по значению словосочетание, воспроизводимое в виде готовой речевой единицы [3, с. 337]. Существует ряд критериев, которым должна соответствовать фразеологическая единица: устойчивость, идиоматичность, воспроизводимость и образность. Кроме того, сегодня не существует единого мнения среди лингвистов о том, как классифицировать ФЕ, ибо каждый исследователь ставит во главу тот фактор, который считает определяющим. Это может быть семантический признак, признак устойчивости, структурный признак, коммуникативная функция. В.В. Виноградов, например, классифицирующим признаком признал семантический признак [4, с. 144].

Источником для фразеологических выражений в подавляющем большинстве случаев являются разные сферы человеческой жизнедеятельности, поэтому их развитие и происходящие там изменения находят место в тематике фразеологизмов и словарном запасе языка. Наиболее распространенным способом возникновения ФЕ является метафоризация. Однако метафора не является единственным тропом, который служит основой для фразеологизма –

фольклорное творчество и работы известных авторов разбираются на цитаты, самые образные из которых становятся фразеологизмами. В немецкой литературе таким «рогом изобилия» стали произведения Гете, Шиллера, Пливье. Например: *Des Lebens Mai blüht einmal und nicht wieder* (F. Schiller), *Der Kaiser ging, die Generäle blieben* (Th. Plievier).

В нашем исследовании фразеологические единицы со злаковым компонентом в немецком языке были рассмотрены с точки зрения лексико-семантической и структурной характеристик.

С точки зрения лексико-семантической характеристики проведенный анализ позволил выделить экспрессивно-стилистические и эмоционально-оценочные ФЕ. Анализ фактического материала показал, что большая часть ФЕ со злаковым компонентом (70%) носит безоценочный характер, т. е. не носящий в себе коннотативных оттенков или не выносящих никаких суждений. Например: *nicht die Bohne verstehen* ‘ни бельмеса не понимать’, *die Flinte ins Korn werfen* ‘сдаваться перед трудностями, пасовать’, *ein schwankendes Rohr im Wind sein* ‘быть нерешительным’. На наш взгляд, это связано с тем, что злаковые культуры были необходимы для жизни и для выживания в целом, поэтому они в малой степени связаны с эмоциями.

Вторую группу составляют ФЕ, имеющие оценочный характер, т. е. отражающий оценку той или иной характеристики или действия (30%). Причем данные ФЕ имеют скорее отрицательную оценку, например, *nicht die Bohne* ‘нисколько, ничуть’, *nicht die Bohne wert sein* ‘гроша ломаного не стоит’, *wie eine Prinzessin auf der Erbse* ‘принцесса на горошине’. Мы полагаем, что преимущественно отрицательный характер ФЕ со злаковым компонентом связан с тем, что они являются общедоступными, т. е. не представляют собой ничего необычного, можно сказать, что они обыденны для крестьянина. Кроме того, они являются дешевым продуктом потребления, что, в свою очередь, тоже не вызывает приятных ассоциаций в сознании человека.

Поскольку ФЕ не существуют в языке изолированно, а входят в состав разных лексико-семантических группировок, то они позволяют нам объединить ФЕ в большие группы. Разделение по лексико-семантическим группам показало, что большинство ФЕ со злаковым компонентом несут в себе действие и / или его признак, что связано со взаимодействием человека с самими злаковыми культурами. Как правило, они являются объектом воздействия человека.

Для структурной классификации ФЕ нами была выбрана классификация А.В. Кунина, в которой выделяется 4 основных класса: номинативно-коммуникативные, номинативные, коммуникативные и междоменные ФЕ (см. рисунок).



Рисунок – Структурно-семантическая классификация ФЕ со знаковым компонентом

Проведенный анализ показал, что самую большую по численности группу составляют номинативно-коммуникативные ФЕ (14 ФЕ или 46,7% от всего корпуса материала исследования). Преобладание коммуникативно-номинативных ФЕ можно объяснить тем, что прямое сравнение человека или предмета со знаковой культурой не так вероятно, как то, что действия, производимые с этими знаками, могут вызвать ассоциации с другими действиями, производимыми человеком в других областях жизнедеятельности: *Ernten, wo man nicht gesät hat* ‘пожинать плоды чужого труда’.

Вторую по численности структурную группу составляют номинативные фразеологизмы в количестве 11 единиц. ФЕ этого класса выполняют функцию названия, обозначения предметов, действий, состояний, качеств и подразделяются на три подвида:

- адъективные: *ein schwankendes Rohr im Wind sein* ‘колебаться’;
- субстантивные: *eine Prinzessin auf der Erbse* ‘принцесса на горошине’;
- адverbialsные: *volles Rohr* ‘во всю мощь’.

Среди номинативных подавляющее большинство составляют именно адъективные фразеологизмы, т. е. такие, которые описывают лицо, явление или предмет, беря за основу какую-то качественную характеристику. Всего одна субстантивная ФЕ свидетельствует о том, что злаковыми, как правило, не называют ни человека, ни предмет.

Наличие междометного фразеологизма *nicht die Bohne!* ‘ни за что!’ среди ФЕ со злаковым компонентом является довольно удивительным, т. к. действия, производимые со злаковыми, более вероятны, чем выражение эмоций или воли человек. Отметим также то, что он являлся десемантизированным, что позволило ему получить то лексическое значение, которое он имеет.

Фразеологизмов-пословиц или поговорок меньше, чем остальных единиц, но они, как правило, плотнее закрепляются в памяти носителя и чаще ассоциируются с наукой фразеологией. Например: *unser Kohl schmeckt wohl* ‘наша капуста вкусна’.

Исходя из проведенного анализа ФЕ со злаковым компонентом, мы можем сделать вывод о том, что фразеологические единицы являются одним из наиболее эмоциональных и выразительных средств языка. Сельское хозяйство, а именно злаковые культуры как область человеческой жизнедеятельности, не могли не найти отражение в этих глубоко национальных единицах.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бинович, Л. Э. Немецко-русский фразеологический словарь / Л. Э. Бинович. – М. : Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1956. – 904 с.
2. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache: in 10 Bd. [Электронный ресурс]. – Elektronische Datei (576 Mb). – Mannheim : Bibliogr. Inst. : F. A. Brockhaus AG, 2000. – 1 электр. опт. диск (CD-ROM). – Deutsches Universalwörterbuch, 6. Aufl. Mannheim – 2006 [CD-ROM].
3. Розенталь, Д. Э. Словарь-справочник лингвистических терминов / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – М. : Просвещение, 1985. – 400 с.
4. Виноградов, В. В. Избранные труды. Лексикология и лексикография / В. В. Виноградов. – М. : Наука, 1977. – С. 144–161.

**М.А. ТИМЧЕНКО**

Гомельский филиал Международного университета «МИТСО»  
Научный руководитель: В.А. Скачкова

## **АРТ-ЛЕКСИКА АНГЛИЙСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ РУССКОМ ЯЗЫКЕ**

Русский язык всегда испытывал на себе сильное влияние иностранных языков: люди, возвращаясь из путешествий, как правило, привозили с собой и новый набор слов, выражений, обозначений. Если в прошлом наиболее используемым и распространенным в образованных и интеллигентных слоях населения, преимущественно, являлся французский, то в наши дни английский взял верх. Проанализировав происхождение слов, используемых в наше время русскоговорящим человеком, мы заметим, речь людей состоит примерно на 70–80% из заимствований из других языков (английского, немецкого, французского, тюркских языков), тогда как всего 20–30% остального содержания приходится уже на собственно русские слова и выражения. Хотя более детальный разбор оставшихся слов приведет нас к старославянскому языку. Но давайте на этом остановимся. Пускай эти 20–30% будут славянского происхождения.

Заимствования из неславянских языков слова и выражения так прижились в речи, что зачастую не воспринимаются как иноязычные. Большинство людей не задумывается вовсе, что собеседник использует заимствованные выражения и фразы.

Остановимся на заимствованиях из английского языка. Так, например, всем известные и привычные *джинсы* и *свитер* происходят от англоязычных *jeans* (дословно ‘брюки, сшитые из плотной ткани’; в прошлом, одежда золотоискателей) и *to sweat* ‘потеть’, *шорты* от английского *short* ‘короткий’, изначальный английский вариант *short trousers* ‘короткие брюки’, *трамвай* – *tram* ‘вагон’ + *way* ‘путь’, *сквер* — *square* ‘площадь, сквер’ [1].

Представленные выше слова хорошо знакомы каждому из нас и вряд ли заставят человека, пускай и владеющего английским на приличном уровне, задуматься об их происхождении, но есть и те, которые ярко выделяются на общем фоне, сразу давая понять, откуда они родом: *лонгслив* (*long sleeve*) ‘футболка с длинными рукавами’, *боди* (*body*) ‘одежда, плотно прилегающая к телу’, *айвори* (*ivory*)

‘/цвет/ слоновой кости’, *стретч* (*to stretch* ‘растягиваться’) ‘вид эластичной ткани’, *дедлайн* (*deadline*) ‘крайний срок сдачи работ.

Один из ярких примеров использования английских слов – речь современной молодежи, которая может привести в замешательство многих представителей старших поколений, ведь не сразу понятно, что человек имеет в виду, произнося слова вроде *чилить* (*chill* ‘расслабляться’), *флэшбэк* (*flashback* ‘воспоминание из прошлого’), кого-то же может смутить и простое *сорян / сорн* (*sorry* ‘прости / извини’), что значительно чаще используется в кругах молодых людей, нежели его русскоязычный аналог (как, собственно, и предыдущие два слова).

Но наибольшее разнообразие слов, заимствованных из английского языка наблюдается в около- и профессиональных сторонах нашей жизни.

Особенно хорошо заметно заимствование в кругах художников, периодически выставляющих свои работы, которые сейчас принято называть *артами*, на просторах Интернета. Большинство из них берет оплачиваемые заказы – *коммишны*. Говоря об изображении живых существ (преимущественно, человека), можно заметить, что художник (многие теперь называют себя *артерами*), у которого заказывают работу, будет использовать такие слова, как *хэд* (*headshot* – несмотря на всем привычное обозначение «выстрела в голову», в данном случае обозначает всего лишь портрет), *халфбоди* или же *халф* (*half body*) ‘рисунок по пояс’, *фуллбоди / фулл* (*full body*) ‘изображение в полный рост’ (русский эквивалент, также используемый крайне часто – *полнорост*) [2].

Также современный художник, скорее всего, не скажет таких слов, как *набросок / набросать*, заменив их иностранными вариантами – *скетч* и, соответственно, *наскетчить* (*sketch* ‘эскиз, набросок, зарисовка’).

Помимо упоминавшихся выше *коммишнов*, одним из источников прибыли в арт-кругах являются *адопты* (*to adopt* ‘принять’) – это создание художником персонажа или, как это чаще всего бывает, нескольких персонажей, которые позже будут выставлены на продажу по фиксированной цене, либо же в форме аукциона. На работу, готовую к продаже, ставится *воатермарка* (*watermark* ‘водяной знак’), предотвращающая последующее незаконное использование изображения людьми, не являющимися авторами *адопта*. Однако даже у автора порой могут попросить *пруфы* (*proof* ‘доказательство’; используется и вне данной сферы) того, что именно им была

выполнена работа (чаще всего прюфы представляют собой скриншот программы, в которой и рисует автор, на котором работа видна во время одного из этапов прорисовки, либо же, что более распространено, изображение слоев, которые и составляют итоговый вариант изображения).

Помимо оплачиваемого труда, имеются также и бесплатные варианты получения работы от любимого художника, однако, пользуются ими не все. Так, например, между двумя творческими людьми может быть произведен равноценный обмен на работы, называемый *трейдом* (*trade* ‘обмениваться’). «Родственником» *коммишнов* является *реквест* (*request* ‘запрашивать’) – бесплатный рисунок (однако, как правило, ждать их приходится куда дольше), тогда как несколько схожим по своей сути может считаться *gift* (*gift* ‘подарок’) – в отличие от *коммишнов* и *реквестов*, данный тип рисунка выполняется лишь по желанию самого художника, а не по запросу со стороны.

Если же художник корпит над работой не один, а в команде, то и для этого существует свое, отдельное, обозначение – *коллэб* (*collaboration*). Кроме того, когда работа выполняется в привычном большинству виде – непосредственно на бумаге – ее называют *традишем* / *традишкой* (*traditional art*), в то же время рисунок, выполненный с помощью графического планшета, компьютерной мыши, на планшете, компьютере или телефоне, будет носить название *диджа* / *диджитала* (*digital art*).

Говоря о последнем, важно отметить, что и там имеется довольно много иноязычных обозначений (тогда как к «традиционному рисунку» они, как правило, применяются редко, либо не применимы вообще). Так в основе работы всегда лежит уже упомянутый прежде *скетч*, после которого следует, если работа предполагает его наличие, *лайн* (*line*) ‘аккуратный контур будущего рисунка’ (если же на этом этапе работа завершается, то она будет носить название *лайнворк* – *linework*), за которым следуют основные цвета (в русскоязычных кругах иноязычного обозначения для этого этапа нет, либо оно не прижилось, а потому называется русским словом *покрас*), а уже потом, если требуется, *шейд* / *шейдинг* (*shade*) ‘работа со светотенью’, а завершающим этапом является *рендер* общей работы – придание ей итогового вида (различные эффекты, исправление видимых ошибок и финальная работа с оттенками), в котором она и будет представлена миру. Говоря о финальном этапе, можно отметить, что те же эффекты,

в большинстве своем, что не удивительно, также имеют англоязычное наименование (напр. знаменитый *глитч* – *glitch* ‘эффект’).

Большинство этих выражений можно услышать лишь от самих художников, но потенциальному заказчику также следует их знать, чтобы понять, какие варианты выполнения работы предлагает автор и избежать в последующем различных казусных ситуаций. Ведь в наше время за незнание большинства подобных определений вас могут считать человеком неграмотным и непросвещенным. Да и сами художники активно усваивают такую лексику, если они хотят продуктивно работать на аудиторию либо активно взаимодействовать со своими коллегами или с иноязычными заказчиками.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Егорова, О. С. Тематическая классификация новых англицизмов / О. С. Егорова, Д. С. Никитин // Ярославский педагогический вестник. – 2011. – № 1. – Том 1. – С. 137–149.

2. Лужкова, А. Модные заимствованные из английского слова / А. Лужкова. – Режим доступа: <https://podium-moda.ru/modnye-zaimstvovannye-iz-anglijskogo-slova/>. – Дата доступа: 15.05.2021.



**Е.В. ХВОСТЕНКО**

Минск, БГУ

Научный руководитель: С.В. Воробьева

## **ОЦЕНОЧНОЕ ЗНАЧЕНИЕ В СЕМАНТИКЕ НЕОЛОГИЗМОВ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

Возникновение оценочных неологизмов воспринимается как антропоцентрически ориентированный механизм, который имеет особое предназначение: выражать наряду с номинативными оценочные намерения носителей языка.

В данной работе представлены результаты анализа неолексик современного английского языка с оценочным значением, отобранной методом сплошной выборки с помощью автоматизированного поиска из словаря The Rice University Neologisms Database [1] в количестве 103 единиц.

Одним из ключевых недостатков большинства словарей на данный момент является то, что в них не используются пометы, ведь, как отмечалось ранее, следование словарным пометам – лучший способ фиксации оценочного значения в словарях. При выборе словаря для анализа в нашей работе мы ориентировались на наличие в нем расширенного автоматизированного поиска, распространяющегося на ключевые слова в дефиниции неологизма, исходя из этого нами и был выбран The Rice University Neologisms Database [1]. Данные мы сверяли с такими толковыми словарями, как Dictionary by Merriam-Webster [2], Macmillan Dictionary [3] и Oxford English Dictionary [4].

Таким образом, в корпус материала исследования вошли:

– имена существительные и прилагательные, у которых в дефиниции есть совпадающие со словарными пометами в других словарях лексические единицы (*approving, disapproving, humorous, offensive*);

– имена существительные и прилагательные, с заведомо подразумевающими оценку словами в их структуре либо дефиниции (*good, bad, pleasant/pleasing, unpleasant, super, cool, attractive, appealing, awesome, stupid/silly, idiotic/idiot, dumb*);

– имена существительные и прилагательные со словосочетаниями *an offensive word, an insulting word*, а также *a degrading term* в дефиниции.

Оценка классифицируется по разным критериям, но практически всегда бинарна – она может определяться как положительная и

отрицательная, общая и частная, рациональная и эмоциональная, внешняя и внутренняя, абсолютная и компаративная [5, с. 157]. Оценка в языке связана с понятием нормы, которая распространяется на позитивные оценки. Положительная оценка подразумевает соответствие норме, а отрицательная – отклонение от нормы, или же несоответствие того или иного явления либо процесса всем требованиям нормы.

Особенностью оценки в языке является асимметрия между положительной и отрицательной зонами, вследствие чего «обозначения плохого более дифференцированы, чем обозначения хорошего» [6, с. 47]. По мнению таких исследователей, как Е.М Вольф и Л.О. Чернейко, это связано с психической предрасположенностью человека считать хорошее нормой. В психологии существуют представления, согласно которым человек гораздо тоньше и лучше различает то, что вызывает у него дискомфорт. В нашем исследовании мы поддерживаем данную точку зрения, поскольку большая часть (61%) отобранных нами неологизмов отражает отрицательную оценку, в то время как для выражения положительной оценки могут использоваться только 39% проанализированных неологизмов.

Положительная оценка неологизма в словарях, где используются пометы, чаще всего выражается пометой *approving*, указывающей на одобрение кого-то или удовлетворение тем, что он сделал, например: *feisty* ‘*strong, determined and not afraid of arguing with other people*’, *petite* ‘*of a girl, woman to complement her small and thin body*’.

Большинство лексических единиц с положительной оценкой, отобранных нами, содержат указывающее на оценку слово (*good, pleasant/pleasing, cool, awesome, attractive, appealing, great*) в дефиниции. Это такие слова, как *ubernice* ‘*extremely pleasing or good; good-looking*’, *superfly* ‘*cool, on point, awesome, can be used to describe hair, clothes or a person in general*’, *baller* ‘*someone who is incredibly good at something*’ и т. п. Нам также встретились неологизмы, содержащие оценочную сему в структуре самого слова, например: *gorgeousful* ‘*describing something that is both gorgeous and beautiful*’, *superbulous* ‘*describing something that is great beyond comprehension*’.

В приведенных примерах положительная оценка выражена с помощью лексических единиц с положительной коннотацией; в основном оценочные неологизмы, дающие положительную оценку, описывают внешность людей.

Как уже говорилось ранее, отрицательная оценка в речи более дифференцирована ввиду того, что люди привыкли считать хорошее нормой и подвергать оценке в основном то, что им не нравится. Такие словарные пометы, как *disapproving, humorous, offensive, derogative*, используются только для выражения отрицательной оценки. Например, *blinkered* ‘not aware of every aspect of a situation; not willing to accept different ideas about something’ и *newfangled* ‘used to describe something that has recently been invented or introduced, but that you do not like because it is not what you are used to, or is too complicated’ в Оксфордском словаре [4] помечены как неологизмы, выражающие неодобрение.

Помета *offensive* в основном встречалась в дефинициях неологизмов в словосочетаниях *an offensive word, an insulting word* и *a derogatory term*. Такие слова, как *dipshit* ‘derogatory insult ridiculing someone for being stupid’, *wagner* ‘bastard, offensive term to call someone’, *queerdo* ‘an insult to someone whom the speaker believes is acting in a strange manner’, *omniblow* ‘an insult to a lowly person who, at least according to his friends, is bad at every aspect of life’ считаются оскорбительными по отношению к оцениваемому объекту.

При поиске материала для анализа мы также искали неологизмы по таким словам в дефиниции, выражающим негативную оценку, как *bad, unpleasant, stupid/silly, foolish, dumb, idiotic/idiot*. Слова *stupid/silly, foolish, dumb, idiotic/idiot* сами по себе несут только негативную коннотацию и выражают негативную оценку, критикующую умственные способности или поступки оцениваемого объекта: *feeb* ‘a person who is hopelessly stupid’, *jerkus* ‘a stupid, foolish, or dumb person’, *dipshit* ‘derogatory insult ridiculing someone for being stupid’ и т. п. Некоторые неологизмы, в том числе вышеупомянутые, имеют одно из вышеперечисленных слов в корне: *stupidvisor* ‘a person in a position of management who is ignorant to the impact of their decisions’. Нам также встретились другие оскорбительные слова в структуре самих неологизмов: *jerkus* ‘a stupid, foolish, or dumb person’, *dipshit* ‘derogatory insult ridiculing someone for being stupid’, *sample-slug* ‘one who goes into a chocolate store only to get free sample chocolate, with no intentions of making a purchase’.

Слова *bad* и *unpleasant* также выражают отрицательную оценку и также встречаются в дефинициях отобранной нами лексики, например, *hasu* ‘someone who is bad or not good at something’, *douche bag* ‘an annoying or unpleasant person’, *omniblow* ‘an insult to a lowly person who, at least according to his friends, is bad at every aspect of life’.

Оценочное *bad* входит в структуру некоторых неологизмов: *badman* 'used to describe an individual who goes against the grain of society and/or politics. Is often used to describe gangstas as well', *baddie* 'a female who can take care of herself'. Однако следует отметить, что во втором случае слово *bad* поменяло свою оценочную семантику в данном неологизме, который на самом деле выражает положительную оценку. В этом случае мы можем говорить об энантиосемии – изменение оценочного значения слова на противоположное, возникающего в речевом пространстве, обусловленного контекстом и используемого, как правило, для выражения иронии и сарказма. Другим примером энантиосемии может служить неологизм *sick* 'extremely cool and daring'.

Не все словари используют словарные пометы, однако большинство из них включает слова, совпадающие с ними, в дефиниции. При отборе практического материала мы проверили на наличие всех данных помет в дефинициях неологизмов, а также провели поиск по другим словам, указывающим на оценку, и пришли к выводу, что положительная оценка в основном описывает внешность людей, а отрицательная – критикует умственные способности и поступки людей, что еще раз говорит об антропоцентричности языка.

Анализ также показал, что в большинстве случаев об оценочном значении слова нельзя догадаться по его структуре: небольшое количество проанализированных неологизмов имеют в структуре компонент (корень), указывающий на положительную или отрицательную оценку, которую можно выразить с помощью этого слова в отношении называемого им объекта действительности, причем иногда эта оценка иногда совершенно противоположная.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. The Rice University Neologisms Database [Electronic resource]. – Mode of access: <https://neologisms.rice.edu/index.php?a=index&d=1>. – Date of access: 12.03.2021.
2. Dictionary by Merriam-Webster [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.merriam-webster.com/>. – Date of access: 12.03.2021.
3. Macmillan Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.macmillandictionary.com/>. – Date of access: 12.03.2021.
4. Oxford English Dictionary [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.oed.com/>. – Date of access: 12.03.2021.

5. Фомина, Ю.А. Аспекты изучения языковой оценки / Ю.А. Фомина. – Вестник ЧелГУ, 2007. – № 20. – С. 154-161.

6. Чернейко, Л.О. Научные парадигмы и сублогические модели языка и слова / Л. О. Чернейко // Вестник Московского университета / Л.О. Чернейко. – Филология, 1996. – № 3. – 47 с.

## **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА**

**К.В. АНДРЕНКО**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: К.Н. Веремейчук

### **ФУНКЦИИ ПЕРЕВОДЧИКА В АКТЕ МЕЖЪЯЗЫКОВОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Переводчик – специалист, который занимается переводом, то есть созданием письменного или устного текста на определённом языке (языке перевода), эквивалентного письменному или устному тексту на другом языке (языке-источнике).

Профессия переводчика является серьёзной и ответственной. Основной целью специалиста по переводу является передача сообщения с наименьшими изменениями, сохраняя стиль и особенности речевого поведения автора.

Человек, выбирающий данную профессию, должен обладать дипломатичностью, хорошо развитой памятью, хорошей дикцией. Коммуникабельность, усидчивость и умение находить точки соприкосновения с клиентом часто помогают в работе. Достаточно важны когнитивная гибкость, обширный словарный запас и умение верно использовать вербальные средства, соблюдая правила стилистики и грамматики.

Переводчик – это специалист, поэтому для работы с переводом текстов он должен не только обладать определённым набором качеств, но и изучать специальные дисциплины. К примеру, одним из требований к переводчику является знание основ переводоведения. Немаловажным является знание специалистом реалий или конкретных условий жизни и быта страны, с языка которых производится перевод.  
[1]

Человек, занимающийся переводами, не просто передаёт смысл устного или письменного текста на иностранном языке, пересказав его на другом, но и интерпретирует его, т.е. адаптирует к восприятию человека иной культуры. Это требует понимания иностранного текста и умения разобраться в его тонкостях, предполагает широкое использование наибольшего количества возможностей русского языка, творческий подход к работе, связанный с внутренне верной передачей мысли, эмоций автора. Переводчик является создателем

текста, полноправно заменяющего оригинал по своим функциональным, смысловым и структурным значениям.

Главное направление деятельности специалиста по переводам как языкового посредника – передача сообщения в тех случаях, когда коды (языки), которыми пользуются источник и получатель, не совпадают.

Миньяр-Белоручев Р.К. в своей книге «Общая теория перевода и устный перевод» выделил следующие функции переводчика: [2]

§ Коммуникативная:

- метаязыковая,
- кумулятивная,
- корректировочная,

§ идеологическая;

§ фильтрации и адаптации текста применительно к конкретной ситуации;

§ доверенного лица;

§ защитная.

Он же писал, что передача сообщения и есть обеспечение коммуникации, что означает, что коммуникативная функция представляет собой главную и важнейшую обязанность переводчика. Она в свою очередь состоит из трёх компонентов.

Метаязыковая функция, не являясь самостоятельной, реализуется в комментариях и примечаниях при письменном переводе текста.

Кумулятивная функция проявляется в свойстве языка выступать хранителем культуры, накапливать, сохранять и передавать её ценности. Непосредственно переводчик сохраняет культурные ценности путём донесения их до представителей других культур.

Корректировочная функция заключается в корректировке оригинала, при выявлении погрешностей. В зависимости от обстоятельств переводчиком в таких случаях принимаются разные решения: [3]

1) в переводе сохраняются все погрешности оригинала, но в сносках указываются эти погрешности (письменный перевод литературных произведений иностранных авторов);

2) в переводе исправляются погрешности оригинала с согласия автора исходного текста (письменный и устный перевод с родного языка, когда есть возможность войти в контакт с автором);

3) в переводе исправляются погрешности оригинала без предварительной консультации с автором исходного текста (в устном переводе, когда погрешность очевидна);

4) в переводе сохраняются погрешности (это решение не связано с корректировочной функцией).

Миньяр-Белоручев Р.К. выделяет идеологическую функцию как самостоятельную [2]. Она заключается в умении переводчика учитывать мировоззренческий аспект речевого произведения и лексический фон слов. В качестве доказательства он приводит следующее: «содержание слов коммунизм, капитализм, демократия интерпретируются по-разному в социалистических и капиталистических странах, среди предпринимателей и рабочих».

Помимо этого, переводчик может выполнять функции, которые определяются не спецификой текста, а условиями межъязыковой коммуникации, особенно в нестандартной переводческой ситуации. К ним можно отнести функцию фильтрации и адаптации текста применительно к конкретной ситуации (преобразование содержания и эмоциональной окраски текста под воздействием факторов экстремальности, например, в условиях конфликта), функцию доверенного лица (установление личностных отношений с представителем иной культуры, который оказался в необычных для него условиях), защитную функцию (ослабление внешнего воздействия со стороны непривычной обстановки на иностранного подопечного), корректирующую функцию (изменение представлений коммуникантов об специфике чужой культуры).

Таким образом, можем сделать вывод, что в обычных условиях переводчик выполняет не все из упомянутых функций. На наш взгляд, основной функцией является коммуникативная, а вышеперечисленные являются дополнительными. Реализация дополнительных функций позволяет обеспечить эффективную межъязыковую и межкультурную коммуникации.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Калянова Л.М. Об этике и моральном кодексе переводчика [Электронный ресурс] / Л.М. Калянова. – Режим доступа : <https://doicode.ru/doifile/sciencepublic/fil/spc-26-11-2017-10.pdf>. – Дата дотупа: 14.04.2021.

2. Миньяр-Белоручев Р.К. Общая теория перевода и устный перевод / Р.К. Миньяр-Белоручев. – М.: Воениздат, 1980. – 237 с.



3. Комиссаров, В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В.Н. Комиссаров. – М. : Высш. школа, 1990. – 253 с.

**В.О. БОБКОВ**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: Т.М. Канторович

## **ОСОБЕННОСТИ И ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ**

Вследствие распространения международного сотрудничества в разных сферах, а также процесса интегрирования культурных и национально-правовых систем, очень актуальным является изучение особенностей перевода юридических документов. Выходя на международный рынок различные организации и предприятия, имеют необходимость в высококачественном переводе собственной нормативной документации.

Перевод юридических текстов является одним из наиболее трудных разновидностей перевода, потому что, в первую очередь, это значительная ответственность: незначительная погрешность либо оплошность в переводе юридического текста способна послужить причиной появления серьезных последствий, к значительному материальному ущербу, по этой причине такого рода перевод нуждается в специфических знаниях, по причине ряда отличий от художественного или любого иного [1, с. 124]. Юридические тексты обязаны информировать реципиенту четкую, непредвзятую, а также надёжные сведения, таким образом, переводчику следует гарантировать наибольшую структурную и коннотационную схожесть оригинала и перевода.

Спецификой самого юридического языка и обусловлены трудности его юридического перевода. *Legalese* – специальный термин для определения понятия юридического стиля изложения [1, с. 142]. Этот стиль первостепенно определяет высокий уровень абстрактности изложения, применения устарелых текстов и выражений, не подходящих для употребления в обыденной речи, применение книжной и лексики нейтрального стиля, присутствие массивных синтаксических конструкций, а также специфических терминов. Помимо того, юридическим документам характерно стремление к однородности методов формулировки мысли в однотипных ситуациях, что обуславливает присутствие в них уже готовых шаблонов и стереотипов. Все это делает тексты, содержащие в себе юридическую тематику тяжелыми для осмысления людьми, малокомпетентными в юриспруденции. Вследствие этого

желательным является тот обстоятельство, чтобы перевод исполнялся экспертами, обладающими не только переводческими познаниями в сфере юриспруденции, однако также получившими юридическое образование и опыт в области перевода юридических документов [2, с. 52].

В конкретной степени возможность неправильного толкования документов, а также возможность появления уязвимых мест в законодательстве, исключены склонностью к выработавшимся традициям и конкретному стандарту в написании юридических текстов. Любое государство обладает своей собственной, выработанной со временем юридической системой, надлежащими ей юридическими терминами, собственными устоями и реалиями – это является важным условием, которое должно быть предусмотрено при переводе [2, с. 14].

Юридические тексты непосредственно связаны с культурой, историческими отличительными чертами собственного государства и ее правовым полем [2, с. 35]. Данное заключение объясняет присутствие в юридических текстах множественной безэквивалентной лексики. С целью перевода подобного рода единиц следует не просто превосходное понимание языка, однако также и обладание культурологическими отличительными чертами этого государства, понимание ее правовой и законодательной системы. Только лишь в данном случае переводчик способен обеспечить не попросту компетентный, адекватный перевод, но и также обеспечить его соответствие правовым нормам двух государств [3, с. 39].

В качестве примера проанализируем идиоматическое сочетание слов John Doe. В суде-производстве Соединённых Штатов данное имя собственное применяется целью обозначения участника заседания суда (истца), настоящая информация о котором не является известной или не поддаётся огласке по каким-либо соображениям. При переводе этого словосочетания на русский язык является возможным применение аналога «неустановленное лицо» или применение описательного метода перевода. С целью передачи безэквивалентных терминов и определений, а также терминологических словосочетаний применяются методы транскрипции, транслитерации и калькирования. Невзирая на то, что главными свойствами определений считаются достоверность, а также конкретность, юридической терминологии нередко характерна многозначность, то есть случаи, когда термины иностранного языка имеют несколько значений в переводческом языке.

Чтоб достичь верного вариационного соотношения необходимо обращать внимание на лингвистический контекст, при котором был употреблен специфический термин. В английских юридических текстах достаточно повсеместно попадаются стилистически нейтральные идиоматические формулировки и фразеологизмы, которые крайне редко используются в общелитературном стиле [4, с. 96]. Эта отличительная черта не свойственна для применения в русских юридических документах. При переводе данных словосочетаний следует принимать во внимание то, что они обладают переносным значением. Главным методом, применяющимся в переводе данных словосочетаний, считается переосмысление в целостном виде.

Необходимо также отметить, что в юридических документах обыкновенные фразы могут быть применены в узкоспециальном значении. Примером этого является слово *action*, которое в английском языке обладает значением ‘судебный иск’, ‘судебный процесс’, а также ‘судопроизводство’. При переводе подобного рода лексических единиц следует держать во внимании контекст, а кроме того использовать словари специальной лексики, а также справочники.

Для синтаксиса юридических документов свойственно применение необычно продолжительных предложений с придаточными значениям уступков и условий; отсутствие местоимений-заменителей и во взаимосвязи с этим повторения лексических единиц; огромное число бездейственных конструкций, причастных оборотов, факторов в постпозиции. С принятием во внимание всех отличительных особенностей синтаксиса в русском языке при переводе текстов применяются такие трансформации, как замена части речи, члена предложения и типа предложения.

Область деятельности для юридического переводчика велика. Обработка документов содержит в себе перевод законов, а также нормативно-правовых актов, а кроме того соглашений, учредительных документов, доверенностей, свидетельств, адвокатских решений, ходатайств, адвокатских документов, гражданских актов и прочих.

Легализация, апостиль, нотариальное заверение – все это подтверждает подлинность перевода юридической документации и часто является необходимым для признания документа в другой стране [5, с. 62].

Следовательно, востребованность юридического перевода не снижает высоких требований к его качеству. Экстралингвистические

факторы и семантическая структура слова должны быть учтены для адекватного перевода лексических единиц и синтаксических конструкций юридических текстов, также для этой цели необходимо владеть навыками применения переводческих приемов и трансформаций.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдуллина, В.С. Гражданско-правовой договор. Учебное пособие. – Казань: Юниверсум, 2014. – 89 с.
2. Гайдук, И.В. Трансформационные соответствия как средство достижения эквивалентности перевода юридического текста // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: современные лингвистические и методико-дидактические исследования, 2015. –147 с.
3. Костина, А.С. Особенности текста документации британских социальных министерств // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. Раздел: языкознание, 2012. – 134 с.
4. Латышев, ЛК. Технология перевода: учеб. пособие для студ. лингв, вузов и фак. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – 320 с.
5. Бархударов, Л.С. Язык и перевод (вопросы общей и частной теории перевода). – 2-е изд. – М.: ЛКИ, 2008. – 225 с.

## **Ю.А. ГОЛОВАЧ**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина  
Научный руководитель: О.В. Кивака

### **КОНЬЮНКТИВ В ТЕКСТАХ НЕМЕЦКИХ СМИ**

Зачастую правильное использование конъюнктива создает трудности для многих изучающих немецкий язык. Чтобы разобраться в этих трудностях, важно знать все особенности немецкого сослагательного наклонения. Основной средой для употребления конъюнктива являются средства массовой информации, в частности периодические издания и радио, так как именно они косвенно передают речь других лиц. СМИ должны предоставлять всегда исчерпывающую и понятную информацию, посредством этого человек формирует свое мнение о происходящем в мире.

В немецком языке существует три наклонения (модуса): изъявительное (индикатив), повелительное (императив), сослагательное (конъюнктив). Конъюнктив является в немецком языке модусом (наклонением), с помощью которого что-то воспроизводится опосредованно и без гарантии, представлено как возможное, ирреальное [1]. В частности к конъюнктиву относят: конъюнктив 1, который используется в основном для выражения косвенной речи и необходимости, а также в инструкциях, рекомендациях, в специализированных текстах по математике и физике; конъюнктив 2, который служит часто заменой конъюнктиву 1, когда его форма идентична форме индикатива, а также выражает ирреальность и потенциальность. По морфологическим и функциональным характеристикам формы конъюнктива принято подразделять на презентный конъюнктив, или конъюнктив I (презенс, перфект, футур 1), и на претеритальный конъюнктив, или конъюнктив 2 (претерит, плюсквамперфект, футур 2), к которому примыкают оба кондиционалиса [2, с. 244].

Несмотря на то, что язык массовой информации не ограничивается одним стилем написания, все же его больше относят к публицистическому стилю, характерной чертой которого является конъюнктив косвенной речи.

Основным местом распространения форм конъюнктива являются средства массовой информации. Таким образом нами были изучены тексты периодических изданий на примере журнала „Der Spiegel“ («Шпигель») и газеты „Süddeutsche Zeitung“

(«Южногерманская газета»), а также тексты таких радио-СМИ как „Norddeutscher Rundfunk“ (NDR ; Северогерманское телерадиовещание) и „Bayerischer Rundfunk“ (BR ; «Баварское радиовещание»).

В ходе работы происходила выборка преимущественно из статей и радиотекстов относящихся к политической тематике новостей. Была проанализирована 31 статья. В данных текстах были найдены 40 предложений с использованием сослагательного наклонения и зафиксировано 66 конструкций с употреблением конъюнктива 1 и 2, а также кондиционалиса. Из 66 конструкций на конъюнктив печатных СМИ приходится 33. Употребление конъюнктива преобладает в журнале «Шпигель». В «Южногерманской газете» замечено всего 11 конструкций, из них только 3 приходится на конъюнктив 2.

В текстах периодических изданий конъюнктив используется, прежде всего для выражения косвенной речи, например: *Die Idee zu der ungewöhnlichen Gesichtsbedeckung **habe** er bei einem Urlaub auf Bali **gehabt**. „Ich war da am Händewaschen und habe im Spiegel hinter mir so einen Trockner gesehen, der sehr ähnlich aussah wie die Maske.“ Noch auf der indonesischen Insel **habe** er dann den ersten Prototyp **entworfen** [3]. Mehr als 200 weitere **seien verletzt worden**, sagte ein Militärsprecher am Mittwochmorgen [4]. In Yehud, ebenfalls im Großraum Tel Aviv, **sei** ein Haus direkt **getroffen worden** [4]. Sie **werde** nicht schweigend **zusehen**, wie sich ihre Partei „dem Kreuzzug des ehemaligen Präsidenten anschließt, um unsere Demokratie zu untergraben...“ [3]. При помощи конъюнктива автор статьи дистанцируется от слов говорящего. Исходя из примеров видно, что главной функцией конъюнктива 1 служит передача косвенной речи.*

Также были замечены случаи употребления в одном предложении форм конъюнктива 1 и конъюнктива 2, которые служат для передачи чужой речи, например: *Die Boote **hätten sich** auf rund 140 Meter **genährt** und erst **abgedreht**, als eines der US-Schiffe rund 30 Warnschüsse **abgegeben habe** [3]. Dutzende Gerichte **hätten** Trumps Behauptung **entkräftet**, dass er durch Betrug um seine Wiederwahl **gebracht worden sei** [3].*

В следующих примерах конъюнктив употребляется не только для обозначения косвенной речи, но и для выражения предположения, например: *Damit der Doppelgänger nicht weiter **auffalle**, **habe** der aber mit niemandem **sprechen dürfen**, sagte Waibel [3], а также в следующем примере: *Der Immunitätsausweis **solle** nicht etwa Menschen **ausgrenzen**, sondern zumindest einigen etwas **zurückgeben**, was ihnen zuvor im Zuge**

*der Pandemiebekämpfung genommen worden sei: die Bewegungsfreiheit zum Beispiel* [4].

С помощью конъюнктива говорящий выражает свою неуверенность, например: *Der Sohn nickt und sagt: „Vielleicht **fühlte er sich tatsächlich wohler, wenn es jemanden gäbe, der sich mit ihm unterhielte**“* [3].

В данном случае во всех частях предложения употребляются формы кондиционалиса, который выражает предположение и условие: *"Er **würde sich bestimmt wohler fühlen, wenn es jemanden geben würde, der sich mit ihm unterhalten würde**», sagt der Vater* [3].

В текстах периодических изданий были выявлены случаи с употреблением конъюнктива 2 в значении необходимости действия, например: *Dazu **müsste die Schuldenregel weiter ausgesetzt werden*** [4].

Проанализировав данные примеры и распределив их по функциональным свойствам, было замечено, что в текстах периодических изданий отдается предпочтение конъюнктиву 1, его употребление преобладает в косвенной речи. Также стоит отметить, что случаев употребления конъюнктива 2 в значении ирреальности в представленных примерах не было замечено. В журнале «Шпигель» отдается предпочтение конъюнктиву косвенной речи, в «Южногерманской газете», напротив, предпочтителен конъюнктив 2, а косвенная речь преимущественно выражена индикативом. Необходимо подчеркнуть то, что в журнале «Шпигель» отдается предпочтение перфектным и плюсквамперфектным формам конъюнктива. Также были замечены случаи употребления конъюнктива и индикатива в одном предложении, что не является грамматической и стилистической ошибкой. Использование конъюнктива в данных образцах печатных изданий зависит от лексических предпочтений автора текста, а также от темы сообщения. Так, например, в политических текстах было замечено больше случаев употребления конъюнктива, чем в статьях об общественной жизни.

Несмотря на схожесть тематики программ новостей, в радиотекстах «Северогерманского телерадиовещания» конъюнктив встречается почти в 3 раза чаще, чем в «Баварском радиовещании» (76% и 24% соответственно). Стоит отметить, что в текстах «Северогерманского телерадиовещания» распространены различные формы конъюнктива: конъюнктив пассив, формы будущего времени, плюсквамперфект конъюнктив, перфект конъюнктив, а также кондионалис. Было замечено, что формы конъюнктива 1 в проанализированных текстах преобладают. Для передачи



непроверенного или нереального действия используются претеритальные формы и кондиционалис 1.

Исследование и анализ функционирования форм конъюнктива в текстах немецких СМИ показал, что частота использования конъюнктива зависит от тематического наполнения информации, а также стилистической особенности того или иного издания или радио. В данных текстах СМИ преобладают презентные и перфектные формы конъюнктива, которые выполняют функцию выражения косвенной речи. Что касается «Южногерманской газеты» и «Баварского радиовещания», то разница в употреблении презентных и претеритальных форм конъюнктива здесь не слишком велика, широко используются перфектные и плюсквамперфектные формы конъюнктива. Стоит отметить, что употребление кондиционалиса в периодических печатных изданиях и радио встречается не так часто и является лишь заменой формам конъюнктива, совпадающих с индикативом. В проанализированных предложениях не были замечены случаи выражения ирреальности при помощи конъюнктива 2, так как для исследования были выбраны достоверные источники информации. В некоторых случаях с помощью конъюнктива выражалась не только чужая речь, но и предположение, неуверенность. Таким образом, стоит сказать, что сослагательно-наклонение довольно широко распространено в текстах немецких СМИ и носит функцию, в основном, передачи косвенной речи, а также служит стилистической особенностью языка средств массовой информации.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Duden online-Wörterbuch [Электронный ресурс]. – Bibliographisches Institut GmbH., 2021. – Режим доступа: <http://www.duden.de/woerterbuch>. – Дата доступа: 21.03.2021.

2. Абрамов, Б. А. Теоретическая грамматика немецкого языка: Сопоставительная типология немецкого и русского языков: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Б. А. Абрамов; под ред. Н. Н. Семенюк [и др.]. – М.: Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2004. – 286 с.

3. Nachrichtenarchiv [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.spiegel.de/>. – Дата доступа: 13.02.2021 – 10.03.2021.

4. Süddeutsche Zeitung GmbH [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sueddeutsche.de/>. – Дата доступа: 13.04.2020.

**У.А. ГОНЧАРОВА**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: М.В. Ярошук

## **ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ТРУДНОСТИ ПРИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

Современный этап развития мирового сообщества открывает новые возможности культурной и межкультурной коммуникации, сегодня межкультурная коммуникация, широко трактуемая как общение между представителями различных культур, предполагает взаимопонимание участников коммуникативного акта, принадлежащих к разным национальным культурам. Но в межкультурной коммуникации между представителями разных культур и носителями разных языков существует множество проблем. Среди них основными являются те, которые непосредственно связаны с важнейшими компонентами межкультурной коммуникации, включающими языки и культуры, участвующие в процессе межкультурной коммуникации. Знание языков не всегда гарантирует взаимопонимание и успех в коммуникативном процессе. Не исключены ситуации, когда участники интерпретируют речь представителя другой культуры в соответствии со своими собственными культурными конвенциями и ожиданиями. И если культурные конвенции значительно разнятся, то легко могут возникнуть недоразумение и недопонимание, что может привести к полному разрыву отношений. Чтобы избежать недоразумений в процессе межкультурной коммуникации, необходим посредник, репрезентирующий информацию в другой языковой и культурной среде. Данная функция отводится переводчику, от компетентности которого полностью зависит успех межкультурной коммуникации и который должен не только владеть двумя языками, но и быть бикультурной личностью. Таким образом, перевод в современном переводе рассматривается как часть опосредованной культурой межъязыковой коммуникации, в которой участвует языковой посредник, переводчик. Для достижения взаимопонимания в процессе перевода необходимо, чтобы информация, которой обмениваются участники, передавалась и воспринималась максимально полно и точно.

Процесс перевода является сложным и происходит на многих уровнях одновременно. Однако, людям, некомпетентным в области

перевода и лингвистики, он часто кажется фальшиво простым: переводчик просто берет то, что написано на языке А и переводит его на язык В. Если он хорошо знает оба языка, то это не должно быть сложно, и часто считается, что если у переводчика возникли проблемы, то только потому, что он недостаточно хорошо владеет одним из используемых языков.

Однако, если мы рассмотрим этот процесс более внимательно, то обнаружим, что он не так прост. Существует множество способов взглянуть на перевод, но одно кажется очевидным: перевод - это процесс принятия решения. Из этого следует, что переводчик постоянно сталкивается с необходимостью делать выбор между определенным количеством альтернатив, и хотя все альтернативы могут быть действительны сами по себе, они не эквивалентны.

Вариант перевода, который выберет переводчик в той или иной ситуации, скорее всего, не окажет большого влияния на конечный продукт. Однако, сумма всех разнообразных выборов, как основных, так и второстепенных, оказывает очень большое влияние на окончательный перевод в целом. Именно эта сумма вариантов и способ их взаимодействия определяет конечный эффект, конечный смысл, конечное ощущение перевода, и, действительно, создает сам перевод.

Представитель культуры, кулинария которой не знает сыра, поймет английское слово *cheese* (сыр) только в том случае, если он знает, что на этом языке слово *cheese* означает "продукт питания, сделанный из свернувшегося молока", при условии, что он, хотя бы чисто лингвистически, знаком с понятием "свернувшееся молоко".

Мы никогда не пробовали ни амброзии, ни нектара и обладаем только лингвистическим знанием слов «амброзия», «нектар», а также слова «боги» - названия мифических потребителей этих продуктов; однако мы понимаем эти слова и знаем, в каком контексте они обычно употребляются.

Значение слов «яблоко», «нектар», «знакомство», и вообще любого слова и любой фразы является несомненно лингвистическим или, если выразиться более точно и обобщенно, - семиотическим фактом.

Если рассматривать значение слова «сыр», то его невозможно вывести из нелингвистического знания вкуса чеддера или камамбера без помощи словесного обозначения. Чтобы ввести незнакомое слово, требуется некий набор лингвистических знаков. Для лингвистов, а

также носителей языка, значением любого лингвистического знака является его перевод в другой знак.

Различаются три способа интерпретации вербального знака: он может быть переведен в другие знаки того же языка, на другой язык, или же в другую, невербальную систему символов. Этим трем видам перевода можно дать следующие названия:

1) Внутриязыковой перевод, или переименование - интерпретация вербальных знаков с помощью других знаков того же языка.

2) Межъязыковой перевод, или собственно перевод, - интерпретация вербальных знаков посредством какого-либо другого языка.

3) Межсемиотический перевод, или трансмутация, - интерпретация вербальных знаков посредством невербальных знаковых систем.

При внутриязыковом переводе слова используется либо другое слово, более или менее синонимичное первому, либо парафраза. Однако синонимы, как правило, не обладают полной эквивалентностью, например: *Every celibate is a bachelor, but not every bachelor is a celibate* (Каждый давший обет безбрачия, - холостяк, но не каждый холостяк - это человек, давший обет безбрачия).

Точно так же на уровне межъязыкового перевода обычно нет полной эквивалентности между единицами кода, но сообщения, в которых они используются, могут служить адекватными интерпретациями иностранных кодовых единиц или целых сообщений. Английское слово *cheese* не полностью соответствует своему обычному гетерониму «сыр», потому что его разновидность - *cottage cheese* (творог) на русском языке не обозначает «сыр». По-русски можно сказать: «Принеси сыр и творог» - *Bring cheese and [sic!] cottage cheese*.

Следует отметить, что чаще всего при переводе с одного языка на другой происходит не подстановка одних кодовых единиц вместо других, а замена одного целого сообщения другим. Такой перевод представляет собой косвенную речь; переводчик перекодирует и передает сообщение, полученное им из какого-то источника. Таким образом, в переводе участвуют два эквивалентных сообщения, в двух различных кодах.

Эквивалентность при существовании различия - это кардинальная проблема языка и центральная проблема лингвистики. Как и любой получатель вербального сообщения, лингвист является его интерпретатором. Наука о языке не может интерпретировать ни

одного лингвистического явления без перевода его знаков в другие знаки той же системы или в знаки другой системы. Любое сравнение двух языков предполагает рассмотрение их взаимной переводимости.

Широко распространенная практика межъязыковой коммуникации, в частности переводческая деятельность, должна постоянно находиться под пристальным наблюдением лингвистической науки. Трудно переоценить, насколько велика насущная необходимость, а также какова теоретическая и практическая ценность двуязычных словарей, которые давали бы тщательно выполненные сравнительные дефиниции всех соответствующих единиц в отношении их значения и сферы употребления.

Точно так же необходимы двуязычные грамматики, в которых указывалось бы, что объединяет и что различает эту пару языков в выборе и разграничении грамматических категорий.

Весь познавательный опыт и его классификацию можно выразить на любом существующем языке. Там, где отсутствует понятие или слово, можно разнообразить и обогащать терминологию путем словозаимствований, калек, неологизмов, семантических сдвигов и, наконец, с помощью парафраз. Однако, отсутствие в языке перевода какого-либо грамматического явления отнюдь не означает невозможности точной передачи всей понятийной информации, содержащейся в оригинале. Если в данном языке отсутствует какая-либо грамматическая категория, ее значение может быть передано на этот язык лексическим путем. Форма двойственного числа, как, например, старорусское «брата» переводится с помощью числительного: *two brothers* (два брата). Труднее точно следовать оригиналу, когда мы переводим на язык, в котором есть грамматическая категория, отсутствующая в языке оригинала.

Поскольку информация, которой требуют английская и русская грамматические структуры, неодинакова, мы имеем два совершенно разных набора ситуаций с возможностью того или иного выбора; поэтому цепочка переводов одного и того же изолированного предложения с английского языка на русский и обратно может привести к полному искажению исходного смысла.

Из этого следует, что языки различаются между собой главным образом в том, что в них не может не быть выражено, а не в том, что в них может быть выражено.

Переводческие исследования обычно включают два текста: текст на языке оригинала и текст на целевом языке. Однако читатель

переводимого текста знает только языковую версию, на основании которой он оценивает оригинал. В переводческих исследованиях перечисляются многие причины расхождений между исходным и целевым текстом и оцениваются такие расхождения. Некоторые из различий являются результатом различий между культурой оригинала и целевого текста и стандартами исходной и целевой литературы и вводятся переводчиком или издателем. Другие же просто вытекают из различий между языком оригинала и языком перевода.

Установление взаимопонимания между людьми с различными культурными историями становится проще и привычнее в результате глобализации. В то же время, сама глобализация благоприятно влияет на развитие таких областей, как перевод, который объединяет культуры. Каждый год этот процесс ускоряется, в том числе по причине высокой степени развитости компьютерных технологий.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Комиссаров, В. Н. Текст и перевод / В. Н. Комиссаров, Л. А. Черняховская, Л. К. Латышев. – М.: Наука, 1988. — 164 с.
2. Harris, V. Language, Interpretation and Communication / V. Harris, V. Sherwood. – New York: Plenum Press, 1978. — P. 155– 170.
3. Benner, S. E. New voices: linguistic aspects of translation theory and application to the works of three Ecuadorean women writers / S. E. Benner. – Iowa: Iowa State University, 1994. — P. 4 – 8.

## **В.С. ДРОБЫШ**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: Е.В. Гулевич

### **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА БЛЮД КИТАЙСКОЙ КУХНИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

У китайцев есть древняя поговорка «民以食为天» (досл. «народ считает питанием небо»), что значит, для народа основой является пища. Очевидно насколько важна роль культуры питания в повседневной жизни.

От северо-востока до юго-запада Китая, от побережья до материка, различные регионы имеют культуру питания, которая может отражать их особенности. Эти блюда предназначены не только для того, чтобы утолить голод, но и для того, чтобы подумать о «культурном» аромате, стоящем за насыщенным вкусом этой пищи.

Так как Китай гордится не только большой территорией страны, но и богатством природных ресурсов, то жители обладают широким выбором ингредиентов для приготовления блюд. Кроме того, существуют также различные способы приготовления в разных районах Китая, такие как: 烧(жарить на огне), 熏(коптить), 炖(тушить), 卤(тушить в маринаде), 蒸(варить на пару), 炒(жарить на сковороде), 烤(печь на огне), 焙(обжаривать), 灼 (бланшировать), 爆(быстро жарить на сильном огне), 腌(мариновать/засаливать/засахаривать) 煮(варить), и так далее.

Существует также широкий выбор способов нарезки, таких как 切柳(вырезать), 切丁(резать на кусочки), 切片(резать тонкими ломтиками), 切丝(резать соломкой), 剁碎(рубить/измельчать), 捣烂(толочь) и так далее.

К одному из основных способов перевода названий блюд китайской кухни является дословный перевод. К примерам использования данного способа можно отнести: поджаренная ломтиками рыба в винном соусе (糟溜鱼片); шинкованная курятина с ростками бамбука (冬笋鸡片); приготовленные на пару кусочки свинины, обсыпанные рисовой мукой и завернутые мелко нарезанное мясо курицы с миндалем (杏仁鸡丁); жареная баранина с луком (葱爆羊肉). Перевод в соответствии с формой или вкусом, является метафорическим. Большинство принципов наименования блюд в

китайской кухне не ограничиваются ингредиентами или способами приготовления, а затрагивают также вкус, форму или цвет самого блюда, в чем может содержаться глубокий смысл или даже эмоции людей. По этой причине используются метафоры. Например: куриный суп с черепахой (龟鹤延年汤); салат из свиного языка, желудка и огурца с сычуаньским перцем (夫妻肺片).

Для перевода названий блюд китайской кухни, получивших большое распространение и признание за рубежом, используется способ транслитерации.

Работа переводчика по переводу меню кафе и ресторанов китайской кухни может быть затруднена по нескольким причинам: недостаток знаний в области китайской культуры; использование метафор в названиях блюд китайской кухни; связь названий с различными легендами, сказками и историческими событиями, о которых можно узнать только от представителей китайской культуры; большая часть лексики уходит корнями в диалекты Китая, из-за чего может отсутствовать в китайско-русских и китайско-английских словарях.

Методом сплошной выборки из меню ресторанов, в которых предлагают не только блюда китайской кухни, но и меню на китайском и русском языках, было отобрано 200 названий.

Первым рестораном для анализа меню был выбран ресторан «Юми». Всего было выписано 40 названий блюд. При переводе использовались такие способы, как описательный перевод и дословный перевод.

Посредством дословного способа было переведено 13 названий блюд, например: 西湖牛肉羹 – суп из говядины «посихуски», 京式扒肘子 – свиная рулька по-пекински.

Посредством описательного способа было переведено 27 названий блюд, например: 竹笋肉片 – жареная свинина с бамбуком, 蒜蓉清口 – мидии в чесночном соусе с прозрачной лапшой.

Можно сделать вывод, что ресторан отдал предпочтение описательному переводу. Это связано с желанием владельцев сделать меню понятным для русскоговорящих посетителей, чтобы те имели представление о заказанном блюде: его ингредиентах, способе приготовления.

К тому же использование дословного перевода не всегда является уместным. Например, блюдо «蒜香菠菜». Разобрав название по частям, мы получим: чеснок, ароматный и шпинат. В оригинальном названии не упоминается один из главных ингредиентов (грибы муэр)



и способ приготовления (жарка), поэтому если бы владелец ресторана принял решение об использовании дословного перевода и сохранении оригинальной специфики, то посетители были бы крайне удивлены, что помимо шпината и чеснока в блюде есть и другие ингредиенты.

Следующее меню принадлежит ресторану «Нихао». Всего было выписано 48 названий блюд.

Посредством дословного способа было переведено 23 названия блюд, например: 北京烤鸭沙拉 – салат с уткой по-пекински, 无锡酱板鸭 – утка в соусе по-усийски.

Посредством описательного способа было переведено 25 названий блюд, например: 干烧鲈鱼 – жареный судак с бамбуком и шиитаке, 酸菜鱼 – пикантный судак с маринованной пекинской капустой, 松鼠鱼 – судак «Цветы Хризантемы».

Отдельно следует упомянуть такие названия блюд, как «成都冒菜», «新麻辣香锅», «黑芝麻汤圆» и «锅包肉».

Следующее меню – ресторан «Шанхай». Всего было выписано 38 названий блюд.

Посредством дословного способа было переведено 16 названий блюд, например: 大上海)烩汤 – суп «Шанхай», 糖醋肉段 – свинина в кисло-сладком соусе.

Посредством описательного способа было переведено 22 названий блюд, например: 溜肝尖 – печень жареная с овощами, 拔丝苹果 – фрукты, жаренные в карамели.

В данном меню следует выделить такие названия блюд, как 铁板蔬菜, 铁板鸭片.

За названием также стоит легенда. Блюдо было названо в честь своего создателя. У одной супружеской пары был ресторан, в котором в основном подавались вегетарианские блюда. У жены, повара ресторана, лицо было отмечено рябинами (кит. 麻子). У нее было фирменное блюдо – тофу, которое пользовалось большой популярностью среди гостей. И однажды посетители попросили жену приготовить им тофу с мясом. Она купила немного говядины, нарезала ее маленькими кусочками и добавила в свой тофу. После этого блюдо из тофу с говядиной стало очень популярным, и гости ресторана дали ему название: «麻婆豆腐» («Мапо тофу»). В настоящее время, наряду с популярностью этого блюда, существует множество вариаций его приготовления, например вегетарианский тофу или тофу со свининой [1].

Что касается, названий на русском языке, то во всех трех ресторанах при переводе акцент был сделан на разные элементы. Например, ресторан «Нихао» подчеркивает ингредиенты и родину данного блюда (провинция Сычуань), рестораны «Юми» и «Шанхай» – только ингредиенты данного блюда.

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее распространенным способом перевода названий блюд китайской кухни является описательный перевод и дословный перевод. Однако наиболее успешным и наиболее правильным способом, с точки зрения культуры и коммерческой цели ресторана или кафе, будет использование комбинированного перевода (сочетание транслитерации с описательным переводом).

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. CCHATTY [Electronic resource]. – 2020. – Mode of access: <https://www.cchatty.com/9-famous-Chinese-dishes-translation-and-cooking-g-100040>. – Date of access: 20.10.2020.

## **И.И. ЖМИНЬКО**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы  
Научный руководитель: В.Ф. Чуркова

### **АНАЛИЗ ТРАНСФОРМАЦИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ АНГЛИЙСКИХ ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

В настоящее время договор является наиболее распространённым видом юридического текста. Особенно часто договора подписываются на международном уровне, что определяет необходимость качественного перевода договоров.

Договор представляет собой наиболее популярный вид юридического текста в настоящее время. Это соглашение между собой двух и более сторон относительно определённого вопроса. Договор устанавливает, изменяет и прекращает правовые отношения между сторонами [1, с. 120].

Для анализа нами был выбран юридический текст британского договора, а именно: Agreement between the government of the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland and the government of the Russian Federation on provision by the United Kingdom of assistance for the implementation of the convention on the prohibition of development, production, stockpiling and use of chemical weapons and on their destruction in the Russian Federation.

С опорой на англо-русские словари и словари юридических терминов нами был выполнен перевод данного договора на русский язык.

Далее мы провели анализ трансформаций при переводе юридического текста на русский язык, результаты которого отражены в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ трансформаций при переводе юридического текста на русский язык на материале британского договора

Вид трансформации, переводческий приём	Лексическая единица текста оригинала	Лексическая единица текста перевода
Грамматическая замена формы слова	weapons	оружие
	shall enter into force	вступает в силу
	work	работы

	shallappoint	назначают
	shallselect	выбирает
	shallinform	информируют
	shallberesponsible	отвечают
	shallbetreated	считаются
	shallbeselected	выбираются
	shallhavetheright	имеет право
	shallensure	обеспечивают
	shallprovide	обеспечивает
	shallprovide	предоставляют
	shallpass	переходят
Грамматическая замена части речи	convention to ban	конвенция о запрещении
	to develop and implement	с целью разработки и осуществления
Лексическая замена (конкретизация)	they	стороны
	party	сторона
	Are	назначаются
Перестановка словосочетаний	between the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland and the Russian Federation	между Российской Федерацией и соединенным королевством Великобритании и Северной Ирландии

Таким образом, анализ перевода английского юридического текста на русский язык продемонстрировал наличие трансформаций, используемых при переводе. Наиболее часто используются такие трансформации, как:

- грамматическая замена формы слова,
- грамматическая замена части речи,
- лексическая замена (конкретизация),
- перестановка словосочетаний.

Мы также произвели подсчёт частоты использования конкретных трансформаций. Результаты представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Частота использования конкретных трансформаций при переводе британского договора

Вид трансформации, переводческий приём	Количество	Количество в %
--	------------	----------------

Грамматическая замена формы слова	14	70%
Лексическая замена (конкретизация)	3	15%
Грамматическая замена части речи	2	10%
Перестановка словосочетаний	1	5%
<b>Всего</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

Отсюда следует, что при переводе договора чаще всего используются грамматические замены формы слова, значительно реже используются лексическая замена с целью конкретизации, грамматическая замена части речи и перестановка словосочетаний.

Таким образом, мы произвели анализ используемых трансформаций при переводе английского юридического текста на материале британского договора, а также выявили частоту применения конкретных трансформаций в данном договоре.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Левитан, К. М. Юридический перевод: учебное пособие. – 2-е изд., перераб. – М.: ЮСТИЦИЯ, 2017. – 378 с.

**Д.С. КАБИТЕНКО**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина  
Научный руководитель: А.А. Буров

**ПРИЕМ ЛЕКСИЧЕСКОГО ОПУЩЕНИЯ  
В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПЕРЕВОДЕ РОМАНА  
Е.М. РЕМАРКА «НОЧЬ В ЛИССАБОНЕ»**

Мало кто не согласится, что перевод является творческим процессом. Ярким доказательством этого является художественный перевод, где помимо знаний исходного и переводящего языков переводчик должен обладать определенной степенью литературного мастерства.

Реальный процесс перевода осуществляется в мозгу переводчика и недоступен для непосредственного наблюдения и исследования. Поэтому изучение процесса перевода производится косвенным путем при помощи разработки различных теоретических моделей, с большей или меньшей приближенностью описывающих процесс перевода в целом или какую-либо его сторону [1, с. 158–159].

Трансформационная модель перевода основывается на положениях трансформационной грамматики, которая постулирует существование в языке рядов взаимосвязанных синтаксических структур. В таких (трансформационных) рядах выделяются ядерные структуры, в которых отношения между элементами структуры наиболее прозрачны, и производные структуры (трансформы) выводятся из ядерных по определенным трансформационным правилам [1, с. 165].

В теории и практике перевода понятие «трансформация» имеет определенное значение. Л.С. Бархударов, внесший существенный вклад в разработку типологии переводческих трансформаций исходил из того, что переводческие трансформации – это те многочисленные и качественно разнообразные межъязыковые преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности («адекватности перевода») вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков [2, с. 190].

Художественный перевод невозможно представить без лексических и лексико-грамматических трансформаций. *Лексические преобразования*, возникающие при переводе с одного языка на другой, иначе говоря, при подборе наиболее точного эквивалента в одном случае, обусловлены несоответствием объема содержания одного и

того же понятия в соответствующих лексических системах сравниваемых языков (т.е. в некоторых случаях в качестве определяющего, то есть лежащего в основу того или иного понятия, и выбирается не тот признак, который является определяющим в другом языке). Другими словами, подбор эквивалента обусловлен различиями в концепциях, которые обслуживаются той или иной системой понятий и их выражений. Также лексические преобразования слова обусловлены различными логико-понятийными отношениями, складывающимися при номинации понятий.

В другом случае, трансформация, то есть отклонение от словарного соответствия, диктуется контекстом. Также нельзя забывать о семантических особенностях языков и разнице в смысловом объеме слова. Иначе говоря, в каждом языке слово живет своей жизнью, тесно связанной со своеобразием лексико-семантической системы данного языка. Оно может иметь различные виды лексико-семантических вариантов, благодаря которым преобразования и возможны.

Все виды преобразований или трансформаций, осуществляемых в процессе перевода, известный лингвист Л.С. Бархударов сводит к четырем элементарным типам: перестановки, замены, добавления и опущения.

Однако такого рода деление является в значительной мере приблизительным и условным. Во-первых, в целом ряде случаев то или иное преобразование можно с одинаковым успехом трактовать и как один, и как другой вид элементарной трансформации. Во-вторых, что самое главное, эти четыре типа элементарных переводческих трансформаций на практике «в чистом виде» встречаются редко – обычно они сочетаются друг с другом, принимая характер сложных, «комплексных» трансформаций [2, с. 189–190].

При переводе *опущению* подвергаются чаще всего те слова, которые являются семантически избыточными с точки зрения их смыслового содержания. Устранение семантически избыточных элементов исходного текста дает переводчику возможность осуществлять компрессию текста, говоря иными словами, сокращать его общий объем.

<i>Auf der Terrasse waren einige Tische mit Fremden besetzt</i> [3].	Несколько столиков на террасе было занято [4, с.11].	Несколько столиков на террасе занимали иностранцы [5].
--	--	--

В переводе Плашевского не сказано кем было занято несколько столиков, ведь предложение смотрится органично и привычно и без этого избыточного элемента. Однако переводчик Федорова, наоборот, использует данную конструкцию.

<i>Briefmarken sind <u>das</u> <u>Kleinste</u>, um es zu verstecken, besser als Diamanten [3].</i>		Марки спрятать легче, бриллианты [4, с.17].		Почтовые марки спрятать несложно, легче, нежели брильянты [5].
--	--	---	--	--

Дословный перевод звучал бы косноязычно, а такое перефразирование и опущение оставило суть и настроение высказывания.

<i>Schwarz schwieg <u>eine</u> <u>Weile</u> [3].</i>		Шварц замолчал [4, с.16].		Шварц помолчал [5].
--	--	---------------------------	--	---------------------

Переводчики опускают конструкцию “некоторое время”, чтобы показать загадочность, неизвестность. Не указывать, как долго человек находился в уединении с самим собой.

Из вышеперечисленных примеров можно понять, что особенности контекста очень часто вынуждают переводчика отказаться от дословного перевода. В этом случае он подыскивает вариант, подходящий для конкретного случая, часто употребляя при этом такой вид лексических трансформаций, как опущения.

Переводчик должен быть максимально знаком с особенностями стиля и художественного языка конкретного автора, темой его произведения и способами донесения своих мыслей и взглядов до читателя.

Как правило, лексические трансформации в «чистом виде» встречаются редко. Разного рода трансформации осуществляются одновременно, то есть сочетаются друг с другом — перестановка сопровождается заменой, грамматическое преобразование сопровождается лексическим и т.д. Именно такой сложный, комплексный характер переводческих трансформаций и делает перевод столь сложным и трудным делом.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Комиссаров, В.Н. Теория перевода (Лингвистические аспекты) Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В.Н. Комиссаров. – М. : Высшая школа, 1990. – 253 с.



2. Бархударов, Л.С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов. – М. : «Междунар. отношения», 1975. – 240 с.

3. Remarque, E.M. Die Nacht von Lissabon [Электронный ресурс] / E.M. Remarque. – Режим доступа: [https://royallib.com/read/Remarque\\_Erich\\_Maria/Die\\_Nacht\\_von\\_Lissabon.html#0](https://royallib.com/read/Remarque_Erich_Maria/Die_Nacht_von_Lissabon.html#0). – Дата доступа: 20.04.2021

4. Ремарк Э.М. Ночь в Лиссабоне: [роман] / Эрих Мария Ремарк; пер. с нем. Ю.П. Плашевского. – Москва: АСТ, 2014. – 287 [1] с.

5. Ремарк, Э.М. Ночь в Лиссабоне [Электронный ресурс] / Э.М. Ремарк. – Режим доступа: <https://ruwapa.net/read/7375/>. – Дата доступа: 20.02.2021

**У.Г. КИВАЙКО**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: А.Н. Искан

## **ПРИМЕНЕНИЕ И СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА МОДАЛЬНЫХ ГЛАГОЛОВ (НА ПРИМЕРЕ ДОГОВОРА КУПИ-ПРОДАЖИ)**

В процессе передачи мыслей, которые выражены на одном языке, средствами другого языка, возникает большое количество трудностей. Особенно это касается перевода модальных глаголов с английского языка на русский.

Проблема перевода данных глаголов связана тем, что русский язык не имеет широкого ряда употребляемых модальных глаголов, то есть к таким глаголом в русском языке можно отнести: глаголы мочь и хотеть. В это же время в английском языке существует четкий лексико-грамматический класс модальных глаголов. К модальным глаголам в английском языке относятся следующие глаголы: can (could), may (might), must, should, ought, shall, will, would, need, dare.

Модальные глаголы не обозначают действия или состояния, а передают отношения говорящего к действию [1, с. 286].

Юридические документы можно охарактеризовать как тексты, которые написаны в официально-деловом стиле и не имеют эмоциональной окраски. Такие тексты обычно ориентированы на передачу содержания. Поэтому при переводе юридических документов в основном применяют дословный перевод.

Анализируя текст можно сделать вывод, что модальные глаголы играют важную роль в юриспруденции, так как именно они задают долженствование и обязанность исполнения различных пунктов договоров, законов и т. п.

На примере части Договора купли-продажи товаров рассмотрим применение и способы перевода модальных глаголов в юридических текстах. В результате дословного перевода Договора было обнаружено наличие множества модальных глаголов, которые являются характерными для юриспруденции. Например,

*In this Agreement, unless the context otherwise requires, the following rules of interpretation shall apply.*

*В настоящем Договоре, если контекст не требует иного, должны применяться следующие правила толкования.*

В данном предложении shall apply можно также перевести как «обязаны применяться», что будет значить строгое следование каждой строке Договора либо не переводить его вообще, и тогда shall просто придаст стилистическую окраску предложению:

*В настоящем Договоре, если контекст не требует иного, применяются следующие правила толкования.*

Исследуя данное небольшое предложение уже можно сделать вывод, что модальные глаголы имеют большое количество способов перевода как в юридических, так и иных тестах.

*Each Party must, at its own expense, take all reasonable steps and do all that is reasonably necessary to give full effect to this Agreement and the events contemplated by it.*

*Каждая Сторона должна за свой счет предпринимать все разумные меры и делать все, что необходимо для полного осуществления настоящего Договора и предусмотренных им мероприятий.*

В данной ситуации наблюдается классический перевод модального глагола must, то есть он обозначает долженствование. Является категоричным, выражает непосредственную обязанность, а именно, что каждая Сторона лично несет ответственность за соблюдение Договора и должна делать все, чтобы он был осуществлен.

*The balance Purchase Price will be due to the Seller immediately upon receipt of the Good.*

*Оставшаяся часть Цены покупки будет уплачена Продавцу сразу же после получения Товара.*

Глагол will указывает на приказ и обязательное его исполнение сразу же после того, как покупатель получит товар.

*The Seller must provide to the Buyer a valid tax invoice, in compliance with any requirements which the Australian Taxation Office may impose from time to time.*

*Продавец должен предоставить Покупателю действительный налоговый счет-фактуру, соответствующий любым требованиям, который может время от времени предъявляться Австралийским налоговым управлением.*

Данное предложение содержит несколько модальных глаголов, таких как must и may, которые являются противоположными по своему значению. Что касается глагола must, то он указывает на долженствование, то есть продавец должен/обязан предоставить счет-фактуру и другие варианты не рассматриваются. Однако если взять

глагол may, то он означает предположение, возможность, а именно счет-фактура как может, так и не может предъявляться. То есть may указывает на предположение (50% уверенности).

*The ACL may give the Buyer certain rights, warranties, guarantees and remedies regarding the provision of goods or services by the Seller, which cannot be excluded, modified or restricted by the Seller.*

*ACL может предоставить Покупателю определенные права, гарантии и средства правовой защиты в отношении предоставления Продавцом товаров или услуг, которые не могут быть исключены, изменены или ограничены Продавцом.*

Модальный глагол may обозначает возможность предоставления определенных прав, если в этом есть необходимость. Данное предложение еще раз подтверждает, что may в большинстве случаев, особенно в юридических текстах, обозначает возможность предоставления чего-либо. Также в этом же предложении наблюдается наличие модального глагола can с отрицанием, что значит полный запрет, так как права и т. п. не могут быть исключены продавцом – это запрещено законодательством. Глагол can встречается очень редко в юриспруденции.

*The Buyer shall not, under any circumstances, acquire any right in or to any Intellectual Property.*

*Покупатель ни при каких обстоятельствах не должен приобретать какие-либо права на какую-либо Интеллектуальную собственность.*

Еще один яркий пример того, что глагол shall обозначает не только будущее время, но и долженствование, что делает его схожим с модальным глаголом must. Об этом свидетельствует перевод данного предложения.

Таким образом, можно сделать вывод, что самыми распространенными модальными глаголами оказались shall, must, may. Однако также встречаются глаголы can и will. Это связано с тем, что для исследования был взят Договор, имеющий две Стороны, которые несут какие-либо обязанности друг перед другом, о чем и свидетельствует широкое распространение именно данных модальных глаголов.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Митрошкина, Т.В. Английский язык: полный курс подготовки к централизованному тестированию и экзамену / Т.В. Митрошкина. – 3-е изд. – Минск : Тетралит, 2015. – 576 с.

## А.В. КЛИМЕНОК

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель: С.В. Адамович

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЛОВАРЯ ABBYY LINGVO ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕХНИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Ресурс *ABBYY Lingvo* является лидером в сфере перевода. Всегда доступные развернутые переводы, пояснения, множество примеров характеризуют данный ресурс. В его базе имеется большое количество словарей на многих языках мира, а также из определенных сфер деятельности, таких как, например: медицинской, экономической, военной и т.д.

Проанализировав возможности использования словарей ABBYY Lingvo для перевода специальных текстов из разных сфер деятельности, перевод технического текста выполнялся с помощью использования англо-русского онлайн-словаря ABBYY Lingvo. Поскольку текст относится к ИТ-сфере, в процессе редактирования перевода мы прибегали к специальному словарю – англо-русскому словарю по вычислительной технике и программированию, так как в оригинальном тексте содержалось довольно много специальных терминов, которые не представлены в словаре общеупотребительной лексики. Такие термины, как *disassemblers*, *disassembled*, *two-by teop codes* переводились вручную с использованием специального словаря.

Результаты автоматического и отредактированного переводов представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Перевод технического текста

Оригинал	Перевод (без редактирования)	Перевод (с редактированием)
«Most <b>disassemblers</b> can be fooled by a simple misalignment error – for example, jumping into the middle of an instruction so that the target of the jump is <b>disassembled</b> incorrectly. The typical technique of performing	Большинство <b>ассамблеров</b> можно обмануть простой ошибкой выравнивания - например, прыжком в середину команды так, что цель прыжка <b>деассемблирована</b> неправильно. Типичная	Большинство <b>дизассемблеров</b> можно обмануть с помощью простой ошибки нарушения границ - например, используя прыжок в середину инструкции, чтобы цель прыжка

<p>an unconditional jump into another instruction is not very effective with <b>disassemblers</b> that follow the flow of execution – the jump will be followed, and the bytes between the jump and the jump target will be ignored. Instead, you can use a <b>conditional jump</b>, followed by the first byte of a <b>multibyte</b> instruction (0x0F is ideal for this, because it is the first byte of all <b>two-byte opcodes</b>); this way, a flow-of-execution disassembler will disassemble the code after the <b>conditional branch</b>» [1].</p>	<p>техника выполнения безусловного прыжка в другую инструкцию не очень эффективна при использовании ассамблеров, которые следуют за потоком выполнения - прыжок будет выполняться, а байты между прыжком и целью прыжка будут игнорироваться. Вместо этого можно использовать <b>условный переход</b>, за которым следует первый байт <b>многобайтовой</b> инструкции (0x0F идеально подходит для этого, так как это первый байт всех <b>двухбайтовых опкодов</b>); таким образом, разобрать код после условной ветви можно с помощью ассамблера по окончании.</p>	<p><b>дизассемблировалось</b> неправильно. Типичная техника выполнения безусловного перехода в другую инструкцию не очень эффективна против <b>дизассемблеров</b>, отслеживающих поток выполнения - дизассемблер отследит прыжок, а байты между прыжком и целью будут проигнорированы. Вместо этого можно использовать <b>условный переход</b>, за которым следует первый байт <b>многобайтовой</b> конструкции (идеально подходит 0x0F, потому что это первый байт всех <b>двухбайтовых кодов операций</b>) Таким образом, дизассемблер отслеживающий поток выполнения, будет код дизассемблировать код после условного ветвления.</p>
<p>«This <b>macro</b> compares the eax register to itself, forcing a true condition; the jz instruction is therefore always followed during execution. A disassembler will either ignore the instruction and the byte that follows as an instruction, or it will follow the jz instruction. If the jz instruction is followed, the disassembler can still interpret the code incorrectly if the address after the jz instruction is disassembled before the address to which the jz</p>	<p>Этот <b>макрос</b> сравнивает регистр eax с самим собой, что приводит к возникновению истинного условия; поэтому во время выполнения всегда выполняется инструкция jz. Ассамблер либо проигнорирует инструкцию и</p>	<p>Этот <b>макрос</b> сравнивает регистр eax с самим собой, создавая условие true, следовательно, инструкция jz выполняется всегда. Дизассемблер либо будет игнорировать инструкцию jz и</p>

<p>instruction jumps. For example» [2]:</p> <p>«To allow the adhesive to leave the central hole 10, <b>outlet channels</b> 13 originate from the central hole 10 and branch into several distribution channels 14 which cleave the surface of the <b>core</b> 3.</p> <p>These distribution channels 14 are covered by the <b>sleeve</b> 4 which, according to the invention, comprises a vapor-permeable material, whereby the introduced single-component adhesive has the ability to harden in the air can harden within a sufficiently short time.</p> <p><b>The adhesive dowel</b> 2 shown in figures 2 to 8 as an exemplary embodiment is suitable to be attached at a relatively thin lightweight building panel 1 having a thickness of approximately 17 mm, the cover panels 5, 6 having a thickness of approximately 2 mm and are made of cardboard as well as the interposed center layer 7» [2].</p>	<p>байт, который следует за ней в качестве инструкции, либо будет следовать за инструкцией jz. Если команда jz выполняется, то ассемблер всё равно может неправильно интерпретировать код, если адрес после команды jz разобран до адреса, по которому команда jz перепрыгивает.</p> <p>Например:</p> <p>Чтобы позволить клею выйти из центрального отверстия 10, <b>выводные каналы</b> 13 выходят из центрального отверстия 10 и разветвляются на несколько распределительных каналов 14, которые расщепляют поверхность <b>ядро</b> 3.</p> <p>Эти каналы распределения 14 закрыты <b>муфтой</b> 4, которая, согласно изобретению, состоит из паропроницаемого материала, при этом введенный однокомпонентный клей обладает способностью затвердевать на воздухе в течение</p>	<p>интерпретировать следующий байт как конструкцию, либоспримет инструкцию jz как выполняемую. Если инструкция jz будет рассматриваться как выполняемая, дизассемблер все же может неправильно интерпретировать код, если адрес после инструкции jz дизассемблируется до адреса, на который перепрыгивает инструкция jz.</p> <p>Для вывода клеящего материала через центральное отверстие 10 используются <b>каналы вывода</b>, отходящие от этого отверстия 10 и разделяющиеся далее на несколько распределительных каналов 14, подведенных к поверхности <b>ядра</b> 3.</p> <p>Распределительные каналы 14 заключены <b>муфту</b> 4, которая, согласно изобретению, содержит газопроницаемый материал, в результате представляемый однокомпонентный клеящий материал</p>
---	--	--

	<p>достаточно короткого времени.</p> <p><b>Клеевой дюбель 2</b>, показанный на рис. 2 - 8, в качестве образцового воплощения пригоден для крепления на относительно тонкую легкую строительную панель 1 толщиной около 17 мм, покровные панели 5, 6 толщиной около 2 мм, изготовленные из картона, а также расположенный между ними центральный слой .</p>	<p>может отвердевать в воздушной среде в течение достаточно короткого периода времени.</p> <p><b>Пробка из клеящего материала 2</b>, приведенная на рис. 2 - 8 в качестве примера осуществления изобретения, пригодна для скрепления относительно тонкой легкой панели 1 толщиной приблизительно около 17 мм и крышек 5, 6 толщнами приблизительно 2 мм каждая, изготовленных, так же как и центровые прокладки, из картона.</p>
--	--	--

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Investopedia – 4 Factors That Shape Market [Electronic Resource]. – Mode of access: <https://www.investopedia.com/articles/trading/09/what-factors-create-trends.asp>. – Date of access: 20.12.2020.
2. Flylib – Countering Disassembly [Electronic Resource]. – Mode of access: <https://flylib.com/books/en/2.878.1.225/1/>. – Date of access: 10.12.2020.



**Е.Д. КРАЙН**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: В.Ф. Чуркова

## **ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СПЕЦИАЛЬНЫХ ТЕКСТОВ**

Лингвистические особенности специальных текстов основаны на их стилистике, грамматике и лексике. Основная цель перевода специальных текстов – донести до читателя ясную и точную информацию. Это может быть достигнуто путем логической интерпретации фактического материала без видимых эмоций. На лексическом уровне полнота перевода достигается с помощью терминов и представления их адекватных эквивалентов, которые обеспечивают ясность и однозначность изложения. Наиболее распространенной особенностью данных текстов являются термины, насыщенность терминологией, а также наличие лексических структур и аббревиатур. Особое место среди таких материалов занимают тексты, ориентированные не только на определенную языковую группу, а также на членов определенных профессиональных объединений, обладающих определёнными дополнительными знаниями.

«Грамматические особенности англоязычных специальных текстов, например, представлены в двух особенностях: пассивной глагольной трансформации из-за отсутствия падежной смены существительного, что делает формы прямого и косвенного подлежащего идентичными и допускает пассивные глагольные трансформации, используя прямые или косвенные подлежащие» [1, с. 54].

Грамматические особенности перевода специальных работ характеризуются частым употреблением причастных и глагольных наречных фраз, простых, развернутых и сложных предложений, страдательного залога, инфинитива, причастных и герундиальных фраз.

Большая опасность для переводчика содержится в том, что языках (русском и английском) существует множество сходных грамматических форм и структур в синтаксисе; функции и значения которых в разных языках не совпадают. Подобные названия таких форм и конструкций, заимствованные в данных языках из латыни, не должны вводить в заблуждение. Английский инфинитив и причастие

отличаются от соответствующих русских форм. В процессе перевода необходимо использовать грамматические преобразования. Функциональное соответствие достигается полным изменением структур, порядка слов и заменой частей речи и предложения, добавлением и пропуском слов. Умение адекватно переводить иностранный текст является одной из целей обучения, хотя оно и не направлено на подготовку высококвалифицированного переводчика.

В английских предложениях из специальных текстов местоимения *they* («они») и местоимение-существительное *one* («какой-то») употребляются без указания на исполнителя действия. В русском языке в таких предложениях нет местоимения, действие передается глаголом в третьем лице множественного числа, что делает предложение неопределенно-личным. В русском языке более высокая степень абстрактности характеризует форму глагола 3-го лица. Например, проведённое совещание показывает. Форма глагола 1-го лица применяется не очень часто в научно-технических текстах. Но при использовании мы можем найти только 1-е лицо множественного числа. Он также находится в обобщенном значении некоторого неопределенного набора лиц, куда входит личность говорящего. «Специальные тексты характеризуются так называемой «номинативной системой» – увеличением количества имен и уменьшением количества глаголов: первое место занимают существительные, второе – прилагательные, а третье – глаголы» [2, с. 22].

Таким образом, перевод специальных текстов, выполненный профессионалами, всегда отличается высоким качеством. Специальные тексты, содержащие большое количество терминов, т. е. слов или выражений, используются только в определенной области или описывают определенную область в мельчайших деталях. Специализированная лексика, используемая исследователями в каждой области, требует от переводчика, переводящие данные тексты, наличия экспертных знаний.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Комиссаров, В.Н. Современное переводоведение. – М., Высшая школа, 2004. – С. 54.
2. Паршин, А.Н. Теория и практика перевода. – М.: Русский язык, 2000. – С. 22.

**А.Д. КРИВОБЛОЦКАЯ**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: А.Н. Искан

## **АНАЛИЗ ГРАММАТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТА БРИТАНСКОГО СОГЛАШЕНИЯ**

Документ – материальный объект, содержащий закреплённую информацию, специально предназначенный для её передачи в пространстве и времени, и такой, что используется в общественной практике [1, с. 46].

Основная задача переводчика – добиться адекватности перевода оригинальному тексту. Кроме того, адекватный перевод должен как можно точнее отражать смысл оригинала и соответствовать языковым стандартам языка, на который переводится текст. Для выполнения этих двух требований зачастую недостаточно просто перенести все языковые формы оригинала с аналогами с целевого языка, поскольку такие полные аналоги часто не существуют. Различие в грамматической структуре языков, фразеологизмов, наличие определенных категорий в языке оригинала приводит к необходимости использования специальных переводческих приемов, сочетающих концепцию переводческих преобразований.

Адекватный перевод – это также эффективное использование переводческих преобразований, позволяющих добиться точности передачи всей информации, содержащейся в исходном тексте. Кроме того, для успешного перевода нам необходимо знать его основное предназначение. А.М. Ключина, А.И. Здор выделяют, что ею является достижение адекватности перевода [2, с. 54]. Подтверждение этому можно найти в исследованиях многих авторов. Например, А.В. Федоров даёт следующее определение адекватного перевода: «Адекватный или эквивалентный перевод – это такой перевод, который осуществляется на уровне, необходимом и достаточном для передачи неизменного плана содержания при соблюдении соответствующего плана выражения, т.е. норм переводящего языка. Перевести – значит выразить верно, и полно средствами одного языка то, что уже выражено ранее средствами другого языка» [3, с. 15].

Нами был выполнен перевод Соглашения между Правительством Соединённого Королевства Великобритании и Северной Ирландии и Правительством Королевства Марокко в отношении системы британских школ в Марокко с английского языка на русский и

произведен анализ грамматических трансформаций, выявленных при переводе.

Данный анализ грамматических трансформаций был рассмотрен в таблице 1.

Таблица 1 – Анализ грамматических трансформаций

Переводческий приём	Лексическая единица ИЯ	Лексическая единица ПЯ
Грамматическая замена части речи	To determine the provisions	является определение положений
	the same treatment accorded by the Moroccan government	тот же режим, который правительство Марокко предоставляет
Грамматическая замена формы слова	with regard to the excellent state of the <u>relationship</u>	с учетом отличного состояния <u>отношений</u>
	Salaries	Зарплата
	Enrolment <u>fees</u>	<u>Плата</u> за зачисление
Добавление	In Rabat	В городе Рабат
Грамматическая замена сложного предложения простым	The temporary or definitive closure of a British school, whether decided by the administrators of that school or as set out in Article 2(3), will become effective at the end of the school year following the relevant decision, except in case of force majeure.	Временное или окончательное закрытие британской школы по решению администрации этой школы или в соответствии со статьей 2 (3) вступает в силу в конце учебного года после принятия соответствующего решения, за исключением форс-мажорных обстоятельств.
	Appropriate residence and work permits will be delivered to the British schools' employees by the competent Moroccan authorities, in accordance	Соответствующие разрешения на проживание и работу будут выдаваться сотрудникам британских школ компетентными

	<p>with the Moroccan legislation in force, for the period of validity of their contract of employment with the schools.</p>	<p>властями Марокко в соответствии с действующим марокканским законодательством на период действия их трудового договора со школами.</p>
Объединение предложений	<p>With the understanding of both the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation of the Government of Morocco and the Embassy of the United Kingdom in Rabat, Annex 1 may be modified, either to include new schools, or to delete, permanently or temporarily, any British school which no longer meets the required criteria. Such modification will be effected by an exchange of written diplomatic notes between the Ministry of Foreign Affairs and International Cooperation of the Government of Morocco and the Embassy of the United Kingdom in Rabat.</p>	<p>С согласия как Министерства иностранных дел и международного сотрудничества правительства Марокко, так и посольства Соединённого Королевства Великобритании в Рабате, Приложение 1 может быть изменено, чтобы включить в него новые школы или исключить, навсегда или временно, любую британскую школу, которая больше не соответствует требуемым критериям и такое изменение будет произведено путем обмена письменными дипломатическими нотами между Министерством иностранных дел и международного сотрудничества правительства Марокко и Посольством Соединенного</p>

		Королевства Великобритании в Рабате.
--	--	---

Таким образом, в результате анализа были использованы приемы грамматической трансформации. Были использованы такие переводческие приёмы как грамматическая замена части речи, грамматическая замена формы слова, грамматическая замена сложного предложения простым, объединение предложений. Это связано с функциями и характером документов, которые требуют точного, ясного и компетентного отражения информации в тексте перевода. Как мы уже поняли, язык юридических документов безличный, нейтральный, без выразительной лексики и средств выразительности, точности, клише, что требует большего внимания при переводе грамматической структуры текста.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Михайлов, А.И. Основы информатики / А.И. Михайлов, А.И. Черный, Р.С. Гиляревский. – 2-е изд., перераб. и доп. – М., 1968. – 757 с.
2. Ключина, А.М., Здор, А.И. Проблемы и способы перевода английских в текстах юридического дискурса // Поволжский педагогический вестник. – 2016. – №3 (12). – С. 54–59.
3. Федоров, А.В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы): Для институтов и факультетов иностр. языков. Учеб. пособие. – 5-е изд. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ; М.: ООО «Издательский Дом «ФИЛОЛОГИЯ ТРИ», 2002. – 416 с.

**А.Г. КУЛИКОВСКАЯ**

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель: Т.М. Канторович

## **ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА ЮРИДИЧЕСКИХ АББРЕВИАТУР В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТАХ**

В последнее время наблюдается тенденция к экономии языковых средств и совершенствованию языковой формы как на письме, так и в устной речи. Как отмечает Н.В. Баско, «суть экономии языковых средств заключается в обеспечении передачи огромного количества информации за минимальное время. Этот процесс достигается посредством использования аббревиатур» [1, с. 80].

Аббревиация в английском языке в наибольшей степени отражает современное стремление к развитию всех сфер деятельности, так как английский язык является языком международного общения. Это влечет за собой изменение языковых средств, появление в текстах достаточно большого количества новых слов.

Изучение аббревиатур обусловлено необходимостью определения роли и места аббревиации в современном языке, определенными потребностями в переводческой деятельности, что дает возможность обеспечить максимально адекватный перевод аббревиатур, также необходимостью повышения уровня подготовки профессиональных переводчиков в плане умения переводить незнакомые новые аббревиатуры, встречающихся в процессе устного и письменного перевода. Проблему образования и перевода аббревиатур рассматривают в своих трудах А.А. Алексеев и Н.А. Каширина, В.В. Борисов, Е.Н. Галкина, А. Паршин [2, с. 128].

Часто при переводе аббревиатур у переводчика возникают проблемы с тем, как их передать на русский язык. Это объясняется существованием в любом языке собственной системы сокращений, которая является неотъемлемой составной частью всей лексико-семантической системы. В связи с этим подобные системы разных языков существенно отличаются друг от друга.

Б.А. Гончаров считает: «Процесс перевода, отсутствующего в словарях и справочниках сокращения, выполняется в два этапа, первым из которых является дешифровка сокращения, то есть выявление исходной англоязычной формы коррелята. Вторым этапом является передача коррелята средствами русского языка, то есть поиск эквивалентной русской формы, которая наиболее точно передает

выявленное содержание. Первый этап обычно не вызывает сложности при работе с юридическими текстами, поскольку анализ контекста в большинстве случаев позволяет успешно дешифровать сокращение». «Переводчику следует знать способы перевода аббревиатур. К таким способам относятся: аналог; калькирование; транслитерация – передача буквенного состава иностранного сокращения русскими буквами; транскрипция – передача фонетической формы аббревиатуры русскими буквами; описательный перевод; создание нового русского сокращения» [3, с. 144].

Мы не ставим нашей задачей проанализировать все возможные способы перевода английских аббревиатур и подробно рассмотрим наиболее распространенные из них. Так, транслитерация, равно как и транскрипция, чаще всего применяется в тех случаях, когда речь идет об именах собственных, названиях государственных учреждений, должностей, специфических для данной страны, то есть о сфере общественно-политической жизни, о названиях предметов и понятий материального быта, о формах обращения к собеседнику, аббревиатурах и т. п. Слово исходного языка переносится в текст переводящего языка как есть, сохраняя отчасти полностью форму в виде заимствования, транскрибированного транслитерированного слова. Например: *UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation)* – *ЮНЕСКО (Международная организация по вопросам образования, науки и культуры)*.

Н.В. Кленовая выделяет: «недостаток транскрипции/транслитерации как переводческого приема состоит в том, что механическая передача безэквивалентного слова не способна достаточно полно раскрыть содержание нового понятия, которое может либо остаться вообще непонятым для многих получателей текста, либо будет лишь приблизительно понято из контекста.» [4, с. 103].

В.Н. Комиссаров пишет: «Что касается приема **калькирования**, то он основном используется для передачи части географических названий, именовании историко-культурных событий и объектов, титулов и званий, названий учебных заведений, государственных учреждений, музеев, терминов и т. п. Кроме того, калькирование применяется в тех случаях, когда требуется создать осмысленную единицу в переводном тексте и при этом сохранить элементы формы функции исходной единицы. В ряде ситуаций калькирование сопровождается процессами свертывания/развертывания исходной единицы, в зависимости от типологических характеристик двух



языков. Например: **ROIC** (*return on invested capital*) – *прибыль на инвестированный капитал* [5, с. 210].

По мнению Н.В. Кленовой, «аналог (слово или словосочетание в переводном тексте, имеющее в данном контексте то же значение, что и неэквивалентное ему слово или словосочетание в исходном тексте) как переводческий прием имеет многообразные проявления и используется переводчиком тогда, когда некая предметная ситуация должна передаваться при переводе через принятые в языке нормы, закрепляющие те иные знаки за определенными фреймами. Например: **ORS** (*Organisation of American States*) – *ОАГ (Организация американских государств)*.

Единственным недостатком рассмотренного приема перевода аббревиатур является отсутствие порой точного эквивалента для той иной языковой единицы в языке перевода» [4, с. 103].

В.В. Сдобников считает, что «**описательный перевод** (способ передачи безэквивалентной лексики, заключающийся в раскрытии значения единицы исходного языка с помощью развернутого описания на переводящий язык), не являясь ведущим среди способов перевода аббревиатур в рамках делового письма, может оказаться единственно возможным в тех случаях, когда в переводящем языке нет сокращения-эквивалента. Достоинством описательного перевода является возможность наиболее полного раскрытия сути описываемого явления, а его недостаток – в определенной громоздкости. Характер описательного перевода, используемого в контексте, очень редко полностью воспроизводит перевод-объяснение изолированного слова. Обычно полное объяснение значения слова «не укладывается» в рамки контекста. Как правило, такие конструкции изобилуют причастными оборотами, сложными дополнениями и развернутыми (часто избыточными) определениями нового понятия. С помощью громоздкого словосочетания трудно выделить разъясняемое явление действительности из ряда других и закрепить его в сознании носителей переводящего языка как понятие, в то время как для создания понятия необходимо емкое, краткое и удобное название. Поэтому переводчику часто приходится сокращать объяснение до минимума, давать только часть описания. Например: **bc** (*blindcopy*) – *пометка в письме, которую ставит автор, если он не желает упоминать имя другого адресата*» [6, с. 308].

Таким образом, можно выделить следующие способы перевода аббревиатур в юридическом дискурсе: аналог, калькирование, транслитерация и транскрипция, описательный перевод, а также

создание нового русского сокращения. К наиболее часто встречающимся относятся аналог, калькирование, транслитерация и транскрипция и описательный перевод.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баско, Н. В. Активные словообразовательные процессы в русском языке новейшего времени / Н.В. Баско // Вопросы филологии. – № 3–4 (48). – 2014. – С. 79–87.

2. Борисов, В. В. Аббревиация и акронимия. Военные и научно-технические сокращения в иностранных языках / В.В. Борисов. – М., Воениздат, 1972. – 320 с.

3. Гончаров, Б. А. К вопросу о типологии и переводе сокращений в англоязычной научно-технической литературе // Теория и практика перевода. – Киев, 2013. – Вып. 17. – С. 143–151.

4. Кленовая, Н. В. Специализированный перевод: учебно-методический комплекс по курсу «Специализированный перевод» для студентов факультета лингвистики и перевода. – Магнитогорск: МаГУ, 2007. – 183 с.

5. Комиссаров, В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров. – Москва: Высшая школа, 1990. – 253 с.

6. Сдобников, В. В. Теория перевода: учебник для студентов лингвистических вузов и факультетов иностранных языков / В. В. Сдобников, О. В. Петрова. – Москва: Восток-Запад, 2007. – 448 с.

**Е.А. МОСКОВА**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: А.Н. Искан

**АНАЛИЗ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ПРИ  
ПЕРЕВОДЕ ЮРИДИЧЕСКИХ ДОКУМЕНТОВ  
С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ (НА ПРИМЕРЕ  
СОГЛАШЕНИЯ О ВЫХОДЕ СОЕДИНЕННОГО  
КОРОЛЕСТВА ВЕЛИКОБРИТАНИИ И СЕВЕРНОЙ  
ИРЛАНДИИ ИЗ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА И  
ЕВРОПЕЙСКОГО СООБЩЕСТВА  
ПО АТОМНОЙ ЭНЕРГИИ)**

Основная задача при переводе юридических текстов – максимальная передача содержания текста оригинала. Из-за различий и особенностей исходного и переводящего языка не всегда удается найти подходящий эквивалент.

Для достижения равнозначного перевода характерны переводческие преобразования, которые позволяют обеспечить максимальный уровень эквивалентности при переводе исходного текста, а также дают возможность избежать негативных последствий использования регулярных соответствий в определенных контекстах.

Под переводческими трансформациями понимаются «технические приёмы перевода, которые представляют собой замену регулярных соответствий нерегулярными, а также сами языковые выражения, получаемые в результате таких приёмов» [1, с. 148].

Для юридических текстов характерны сокращения, такие как UNO, UNESCO, UK, FBI. Как правило, сокращения передаются двумя способами:

1) Слово ИЯ переводится – содержание его передается соответствующими средствами ПЯ с помощью эквивалентов, аналогов.

2) Слово ИЯ переносится в текст ПЯ как есть, сохраняя отчасти или полностью форму в виде заимствования, транскрибированного или транслитерированного слова [1, с. 207].

При этом перевод аббревиатурой предполагает ее наличие или создания в ПЯ. В тексте встречается такие аббревиатуры, как **TEU** – «Договор о Европейском союзе» и **Euratom** – «Евратом». Стоит отметить, что при переводе первой аббревиатуры используется второй способ, при котором сохраняется форма. Однако, при переводе

аббревиатуры **Euratom** применяется первый способ путем дословного соответствия.

Довольно часто в рассматриваемом тексте применяется прием «лексических добавлений». В следующем предложении использован данный прием и прием «опущение»: **Stressing that the objective of this Agreement is to ensure a norderly with drawal of the United Kingdom from the Union and Euratom.** – Подчеркивая, что целью настоящего Соглашения **является** обеспечение упорядоченного выхода **Великобритании** из Союза и Евратама. Дословно **is**– это, но для лучшего восприятия текста добавляем слова **является. United Kingdom** – Соединенное Королевство, полное название – **United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland**, но для избежания повторов можно использовать полный перевод – Соединенное Королевство Великобритании и Северной Ирландии, Соединенное Королевство, Великобритания.

В.Н. Комиссаров разделяет переводческие трансформации на лексические, лексико-грамматические и грамматические. К лексическим трансформациям автор относит транскрибирование (экссесс – excess), транслитерацию (скоординированная политика – *coordinated policy*), калькирование (диспозиция – *disposition*), конкретизацию (правонарушение – *offense*, преступление – *criminal offense*), генерализацию (*victim* – потерпевший; *law* – право, закон).

К лексико-грамматическим трансформациям относятся антонимический перевод, компенсация и экспликация [2, с. 100].

Транскрибирование и транслитерация – это приемы перевода лексических единиц оригинала путем воссоздания ее формы с помощью букв языка перевода. При транскрибировании воспроизводится звуковая форма иноязычного слова, а при транслитерации его грамматическая форма (буквенный состав). Например: Klaus – Клаус; Barbara – Барбара; Lübek – Любек.

Калькирование – это прием перевода лексических единиц оригинала путем замены ее составных частей – морфем или слов (в случае устойчивых словосочетаний) – их лексическими соответствиями в языке перевода. Сущность калькирования заключается в создании нового слова или устойчивого сочетания в языке перевода, копирующего структуру исходной единицы. В ряде случаев использование приема калькирования сопровождается изменением порядка следования калькируемых элементов. Нередко в процессе перевода транскрипция и калькирование используются

одновременно. Например: transnational (англ.) – транснациональный; petrodollar – нефтедоллар.

Конкретизация – лексико-семантическая трансформация, при которой осуществляется замена слова или словосочетания исходного языка с более широким предметно-логическим значением на слово или словосочетание языка перевода с более узким значением. В результате применения этой трансформации создаваемое соответствие и исходная лексическая единица оказываются в логических отношениях включения – единица исходного языка выражает родовое понятие, а единица языка перевода – входящее в нее видовое понятие. Например: коллектив завода – рабочие и служащие. При конкретизации в первоначальную структуру вводится дополнительная дифференциальная сема: «учащийся – студент».

Генерализация – лексико-семантическая трансформация, при которой выполняется замена единицы исходного языка, имеющей более узкое значение, единицей языка перевода с более широким значением. Это преобразование является обратным конкретизации. Приемом генерализации приходится пользоваться, если в языке перевода нет конкретных понятий, аналогичных понятиям исходного языка. Этот прием помогает переводчику выходить из трудного положения, когда он не знает обозначения видового понятия на языке перевода. Например: бананы, апельсины, ананасы – фрукты. При генерализации семантическая структура изменяется за счет потери дифференциальной семы: «стол – мебель, стул – мебель» [3].

Суть антонимического перевода заключается в том, чтобы выразить мысль лексической единицы подлинника через противоположное понятие, при этом, естественно, изменив её структуру. Пример: Volkswagen will stop building of new plants in China. – Компания Фольксваген не будет продолжать строительство новых заводов в Китае. Замена “will” на “не будет” – применение очевидного отрицания, тогда как использование вместо глагола “stop” глагол “продолжать” – отрицание скрытое, т.е. употребление антонима.

Компенсация – это способ перевода, применяемый тогда, когда некоторые смысловые элементы и стилистические особенности невозможно передать достоверно. Чтобы не утратить значение полностью, в тексте перевода используются элементы другого порядка. При этом применяться они могут вовсе не в том самом месте, где они присутствуют в оригинале. Вот наиболее характерный пример использования компенсации при переводе на русский язык с

английского: “Why don't you write a good thrilling detective story?” she asked. “Me?” exclaimed Mrs Albert Forrester... (S. Maugham, The Creative Impulse). А почему бы вам не написать детективный роман, такой, чтобы дух захватывало? – Чего? – воскликнула миссис Форрестер. С помощью экспликаций можно передать значение любого безэквивалентного слова в оригинале. Как правило, употребляется вместе с транскрипцией, применяется при переводе терминов, уникальных объектов. Пример: *servationist* – сторонник охраны окружающей среды.

Рассмотренные переводческие трансформации позволяют более точно осуществить перевод юридических текстов и достичь максимального уровня эквивалентности при переводе и сохранить его адекватность. Данные приёмы позволяют сохранить содержание и цель коммуникации текста оригинала, что позволяет донести сущность текста до рецептора.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Голикова, Ж.А. Перевод с английского на русский. Learn to Translate by Translating from English into Russian: Учебное пособие. – Минск: Новое знание, 2008. – 287 с.
2. Комиссаров, В.Н. Слово о переводе [Текст] / В.Н. Комиссаров. – М., Международные отношения, 1994. – 349 с.
3. Виды переводческих трансформаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://fir.bsu.by/images/departments/gl/gl-materials/gl-studyprocess/vasilieva/vasilieva\\_TPP\\_4.pdf](https://fir.bsu.by/images/departments/gl/gl-materials/gl-studyprocess/vasilieva/vasilieva_TPP_4.pdf). – Дата доступа: 11.12.2020.

**К.С. ПЕТРАН**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина  
Научный руководитель: М.В. Ярошук

## **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЗАГОЛОВКОВ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРЕССЫ**

Серьезное значение для переводчика при работе с информационно-описательными материалами имеет умение понимать и оперативно переводить заголовки англоязычных газет. Оно особенно необходимо при переводе публицистических материалов устно, с листа, и при реферировании. Если письменный переводчик в случаях, когда заголовок сложен для понимания, имеет возможность вернуться к проблеме его интерпретации после того, как переведено все сообщение или статья, т.е. уяснено их содержание, то устный переводчик этого сделать, как правило, не может. Для него перевод газетного материала обычно начинается с перевода заголовка, а при реферировании газетного материала положение осложняется еще и тем, что именно по заголовкам переводчик должен определить, относится ли тот или иной материал к заданной ему теме или нет.

Главная цель перевода – достижение адекватности. Специфика перевода заголовков объясняется их природой как относительно самостоятельных мини-текстов. При переводе заголовков переводчик выступает как соавтор, реализуя в многочисленных вариантах перевода потенциал заголовка как мини-текста.

Л.Б. Бойко выделяет четыре основных способа передачи заголовков [1, с. 10]:

- 1) аутентичное воспроизведение (передача заголовка в том же виде, в каком он существовал в языке оригинала);
- 2) полноэквивалентный перевод;
- 3) частично-эквивалентный перевод;
- 4) полная замена одного заголовка на другой при переводе с языка оригинала на переводной язык.

Во время работы с английскими качественными газетами переводчик должен учитывать их специфические особенности. Английская газета характерна использованием терминов, эмоциональной окраской с использованием перифраз, жаргонизмов и окказионализмов, особым характером заголовков, разговорно-фамильярным характером информации, официальностью обращений и титулов и лексическими особенностями. В газетах информация

представлена таким образом, чтобы широкая публика понимала сообщение, заложенное в ней.

Главным образом сообщаются факты и явления из разных сфер деятельности. В данном стиле присутствуют терминология из политики и права, экономики, медицины, инженерии и другие, имена собственные, географические названия, идиомы и другие лексические единицы. Ведущей функцией этого стиля является денотативная функция, т.е. сообщение фактов. В качественных газетах большая часть информации относится к сфере политики, следовательно, газетные тексты изобилуют политическими терминами.

Почти для всех можно найти эквивалент, но есть слова, значение которых можно понять только в контексте. Переводчики должны быть осторожны с такими словами-омонимами. Например, политический термин «state» может переводиться и как «штат», и как «государство»:

1. They discussed the key state and federal franchise regulations and also explained how they would affect franchise operations. – Они рассмотрели основные положения законов штатов и федерального законодательства и также объяснили, как это повлияло бы на франчайзинговые операции.

2. «The average annual growth of total budget revenue of the state is projected at the level of 11.8 percent, while average annual growth of expenditures – at 9.5 percent». – «Среднегодовой рост общих доходов бюджета государства годы прогнозируется на уровне 11,8 процента, а среднегодовой рост расходов 9,5 процента» (The Times, 12.01.2019).

В первом предложении термин «state» употребляется с определением «федеральный» и обозначает штат. Во втором предложении «state» переводится как государство, исходя из контекста.

У слова «congressman» два значения, одно из которых переводится как «член Конгресса США», так и «член Палаты Представителей».

Например: «The bodies of a congressman from the ruling party and his driver were found yesterday in a burnt-out car, hours after they were kidnapped by armed men». – «Тела члена конгресса из правящей партии и его водителя были найдены в сгоревшей машине, несколько часов спустя после того, как их похитили вооруженные люди» (The Times). Этот термин можно заменять словом «representative», т.е. «представитель».

Слову «устав» можно найти несколько эквивалентов в английском языке, например, «charter», «constitution», «rules», «statutes» или



«regulations»). Наиболее распространенные термины используются сокращенно.

К примеру, для американского читателя понятно, что «House» с большой буквы это сокращенная форма «The House of Representatives» (Палаты представителей): «We will wake up to the results from America's midterm elections, as seats in the House and in the Senate go up for grabs». – «Мы узнаем из результатов промежуточных выборов в Америке, кому достались места в Палате представителей и Сенате» (The Times).

В газетно-публицистическом стиле широко используются имена, названия районов и учреждений. Для английского читателя понятно без контекста, что «Piccadilly Circus» (Пиккадилли-Серкус) – это площадь, «Park Lane» (Парк-Лейн) – улица, а «Columbia Pictures» (Коламбия пикчерс) – киностудия. При переводе этих названий используется прием транслитерации, но при этом переводчику нужно уточнить, что это такое, так как русскому читателю эти названия будут непонятны.

Сокращаются не только термины, но и имена и названия. Чаще всего, в самой статье есть расшифровки этих слов. Переводчик, если может сохранить такое сокращение, сохраняет его и далее тоже объясняет значения. Но иногда читатели настолько привыкли к этим сокращениям, что никаких объяснений не требуется.

Например, названия географических объектов Mo. – Missouri (Миссури), NJ. – New Jersey (Нью-Джерси), FL. – Florida (Флорида), S.P. – South Pacific (Южнотихоокеанский) и другие; названия организаций «NASA» – НАСА (Национальное агентство по аэронавтике и исследованию), «UN» – ООН (Организация Объединённых Наций), «WHO» – ВОЗ (Всемирная организация здравоохранения) и другие.

Также в английских газетах встречаются сокращения имен политиков, президентов и даже прозвища. Так, например, президента США Теодора Рузвельта называли «Teddy», Картера – «peanut president», а Никсона называли «Tricky Dicky». К таким вольностям газет привыкли английские и американские читатели. Но если попытаться сохранить при переводе, то на русского читателя это произведет другое воздействие. В таком случае переводчику лучше не сокращать имена, а если он и переводит прозвища, то обязательно нужно добавить комментарий.

Переводческие трансформации используются для достижения адекватного и эквивалентного перевода. Большинство переводоведов,

например Л. С. Бархударов, В. Н. Комиссаров и др., определяют понятие «переводческая трансформация» как отношение между исходным текстом и текстом перевода. При переводе некоторые трансформации, обусловленные определенными различиями в структуре языков, носят вынужденный характер. В то же время выделяются переводческие трансформации, не обоснованные такими различиями, но необходимые для сохранения коммуникативно-функциональных свойств текста.

Таким образом, перевод каждого конкретного заголовка многовариантен, а его успешность зависит от того, насколько адекватно и 50 полноценно переводчику удалось передать смысловое, стилистическое, а главное, функциональное содержание заголовка. Перевод заголовков в большей мере, чем перевод текстов иной функционально-стилистической нагрузки, требует передачи функциональной точности, ради которой переводчику часто приходится отказываться от формальных соответствий.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бойко, Л.Б. Особенности функционирования заглавий в текстах с различными коммуникативными заданиями: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Одесса: ОГУ им. И.И. Мечникова, 1989. – 14 с.

2. ИноСми – всё, что достойно перевода [Электронный ресурс]. – 2007–2015. – Режим доступа: <http://www.inosmi.ru>. – Дата доступа: 19.03.2020.

**К.М. ПОПКО**

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы  
Научный руководитель: Л.В. Рычкова

## **ОСОБЕННОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ ПРЕДЛОГОВ ПРОСТРАНСТВЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ ПО СРАВНЕНИЮ С РУССКИМ**

Актуальность данной работы обусловлена возникновением трудностей у обучающихся при освоении китайских предлогов. Целью работы является выявление особенностей употребления предлогов в китайском языке по сравнению с русским языком. Умение правильно употреблять предлоги является крайне необходимым навыком, в частности, для прохождения экзамена на уровень владения китайским языком HSK (汉语水平考试).

Можно предположить, что трудности в освоении предлогов китайского языка носителями русского языка во многом обусловлены различиями в понимании функций этой части речи. В русской грамматике предлоги относят к служебным частям речи, а их функцию видят в выражении в сочетании с косвенными падежами существительных (а также субстантивированных прилагательных, местоимений и числительных) различных отношений между формами имени и другими словами в предложении [1, с. 195]. Предлоги русского языка в силу своей многозначности могут быть переданы при переводе на китайский язык разными лексико-грамматическими средствами.

В китайском языке отсутствуют падежи в том виде, в котором они существуют в русском языке. Предлоги в китайском языке – служебные слова, выражающие объектные, пространственные, временные, целевые и причинные отношения. Предлоги выражают отношения между неоднородными членами предложения, а именно между сказуемым и дополнением, а также между сказуемым и обстоятельством [2, с. 40]. К тому же, в китайском языке есть такая служебная часть речи, как послелогои, и некоторые предлоги в определенных ситуациях употребляются совместно с послелогоами. Послелогои – это служебные слова, уточняющие пространственные и временные отношения, выражаемые предлогами. Послелогои, как и предлоги, выражают отношения между неоднородными членами предложения, а именно между сказуемым и обстоятельством [2, с. 42]. В то время как китайские предлоги являются дериватами глаголов и

до сих пор сохраняют некоторые их синтаксические свойства, послелого являются дериватами существительных и сохраняют их синтаксические особенности [3, с. 71].

В китайском языке, как и в русском, предлоги принято разделять на группы или разряды. Один из известных исследователей китайской грамматики Юньпин Чжао предлагает разделять китайские предлоги на следующие разряды:

1. Предлоги, выражающие пространственные отношения (места и направления): 自 – от, из, 往 – в, 朝 – к, 向 – к, 到 – до, 在 – в, к, на, 于 – в, 由 – из, 沿着 – по, 从 – из, с, 顺着 – вдоль и др.;

2. Предлоги, выражающие временные отношения: 从 – из, с, от, 到 – до, 在 – в, 当 – при, 于 – в, 随着 – по мере, 临 – при и др.;

3. Предлоги, выражающие субъектно-объектные отношения: 对于 – в отношении кого, чего, 关于 – о, об, 替 – за, вместо, 同 – с, 与 – и, с, 跟 – с, 给 (показатель дательного падежа - кому), 用 (показатель творительного падежа - чем?), 被 (показатель творительного падежа, предлог пассива - кем?), 把 (предлог прямого дополнения, показатель винительного падежа), 将 (предлог прямого дополнения, показатель винительного падежа), 替 (показатель родительного падежа – для кого?, за кого?) и др.;

4. Предлоги, выражающие целевые отношения: 为 – за, для, 为了 – для, 为着 – для, ради;

5. Предлоги, выражающие причинные отношения: 因 – по причине, 因为 – из-за того, что..., 由于 – из-за;

6. Предлоги, указывающие на способы и методы совершения действия: 按 – по, 按照 – в соответствии, согласно, 依照 – в соответствии с ..., 依据 – согласно, 本着 – в духе, 经过 – через, 通过 – через, сквозь, 根据 – согласно и др.;

7. Предлоги, выражающие исключение: 除了 – кроме, 此外 – кроме того;

8. Предлоги, выражающие пассивность: 被, 让, 叫, 教, 给, 由, 为 [4].

Рассмотрим предлог 在 со значением нахождения где-нибудь: 他们在北京见面了。’Они встретились в Пекине’. В этом предложении предлог 在, который показывает местоположение субъекта, используется в одиночку, без послелога. В китайской грамматике возможно отсутствие послелогов в ситуациях, когда

обстоятельство места представлено номинацией учреждения, организации, жилого дома, учебного заведения и т.д. Если же обстоятельство представлено локативом, употребление послелогов не допускается вовсе.

Предлог 在 может быть опущен в том случае, если сказуемое выражено глаголом 有 или его отрицательной формой 没有, например: 在桌子上有四本词典。桌子上有四本词典。 'На столе лежат четыре словаря'.

Для выражения значения из..., от... часто используется предлог 从: 他是从哪里来的? 'Откуда он?'.

Предлог 离 обычно применяется для обозначения расстояния от объекта в сочетании с 近 и 远 [5, с. 375], например: 我学校离家不远。 'Моя школа недалеко от дома'.

Свойства, функции и этимология русских и китайских предлогов достаточно сильно отличаются. Более того, русским предлогам, которые указывают на местоположение, в китайском языке могут соответствовать как предлоги, так и послелогов.

При сочетании предлогов 在, 从, 打 с личными местоимениями или существительными, обозначающими людей, для завершения конструкции при обозначении места требуется послелог, например: 弟弟得书包在我这儿。 'Рюкзак младшего брата у меня'; 她是从她奶奶那儿来的。 'Она прибыла от ее бабушки'. Предлог 往 при сочетании с одушевленными существительными также требует послелогов [5, с. 376].

Еще одной сложностью в освоении предложной системы китайского языка является специфика пространственного восприятия мира его носителями. Значению *внутри чего-либо* в китайском языке соответствует значение *сверху чего-либо*, например: 我们在出租车上。 'Мы в такси'. В данном примере русский предлог *в* соответствует китайскому локативу 上 со значением *на поверхности чего-либо* [6, с. 21].

Также возникают сложности при выборе предлога, исходя из частоты его употребления в определенном стиле. Значительная часть китайских предлогов используется только в определенном стиле. Некоторые предлоги чаще всего употребляются в архаичных выражениях. Примером такого предлога пространственных отношений является 于. Данный предлог употребляется

преимущественно в книжных и официально-деловых выражениях [5, с. 378], например, 李白出生于唐代。 ‘Ли Бай родился в эпоху Тан’.

Подводя итог, следует отметить, что нет единых правил, знание которых обеспечит во всех случаях правильность употребления китайских предлогов носителями русского языка. Для выработки навыка корректного употребления китайских предлогов необходимо сочетать изучение теоретической базы с анализом речи носителей языка, выполнением устных и письменных тренировочных упражнений.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Валгина, Н. С. Современный русский язык: учебник / Валгина Н. С., Розенталь Д. Э., Фомина М. И. – 6-е изд., перераб. и доп. – М. : Логос, 2002. – С. 195.

2. Горелов, В. И. Грамматика китайского языка / В. И. Горелов. – М. : Просвещение, 1982. – С. 40–42.

3. Горелов, В. И. Теоретическая грамматика китайского языка / В. И. Горелов. – М. : Просвещение, 1989. – С. 70–75.

4. Чжао, Юньпин. Сопоставительная грамматика русского и китайского языков / Юньпин Чжао. – М. : Прогресс, 2003. – 460 с.

5. Курдюмов, В. А. Курс китайского языка. Теоретическая грамматика / В. А. Курдюмов. – М. : Цитадель-трейд; лада, 2005. – С. 372–378.

6. Сяоцянь, Ван. Сопоставительный анализ способов выражения пространственно-статических отношений в русском и китайском языках / Ван Сяоцянь // Вестник НГУ : Лингвистика и межкультурная коммуникация. – Том 8 (1). – 2010. – С. 20–24.

**Ю.А. РОМАНОВСКАЯ**

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель: Е.Г. Антончик

## **АНАЛИЗ ОСОБЕННОСТЕЙ ПЕРЕВОДА КОНСТРУКЦИЙ В ПАССИВНОМ ЗАЛОГЕ С НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ**

Главными задачами правильного перевода являются наиболее полная и точная передача объёма и смысла исходного текста, а также соответствие норм языка перевода и языка, с которого переводится текст. Поскольку сфера употребления пассивных залоговых конструкций в русском языке является более узкой, чем в немецком языке, то это обуславливает поиск способов перевода с немецкого языка на русский. Это будет способствовать достижению коммуникативной эквивалентности языка перевода с исходным языком.

Для анализа особенностей перевода пассивных конструкций с немецкого языка на английский был выполнен перевод раздела «Мошенничество» Уголовного кодекса Германии.

В результате анализа было выявлено, что в юридических текстах существует большое количество пассивных залоговых конструкций, и, в отличие от текстов художественной литературы, они представлены в более сложной форме. В некоторых случаях было проблематично найти эквивалент в русском языке, поэтому иногда при переводе было использовано максимально приближённое значение к оригиналу. Считаем, что это связано с различиями в правовых системах стран и наличием терминов, которые специфичны лишь для одной правовой системы.

Также сложности возникали из-за того, что пассивная залоговая конструкция на исходном языке имела несколько значений перевода на русский язык. Это связано с тем, что недостаточно знаний в области юриспруденции Германии, а также умений и навыков в более точном переводе.

Анализ материала показал, что в данной статье встречается 28 пассивных залоговых конструкций. Такое количество уже может свидетельствовать о широком употреблении пассивных залоговых конструкций в тексте юридической прессы.

В анализируемом тексте встречаются следующие пассивные залоговые конструкции:

1. Образованные при помощи возвратных глаголов (в разных временных формах). Например: *Der Charakter wird herausgestellt.* – *Характер подчёркивается.*

2. Страдательное причастие с глаголом *быть* (в разных временных формах). Например: *Die Forderung ist zu geflossen.* – *Требование могло быть начислено.*

3. Безличное предложение. Например: *Nur Eigentum ist geschützt.* – *Только имущество защищено.* Данные конструкции в анализируемом тексте встречаются меньше всего.

Не было обнаружено неопределённо-личных предложений пассива [1].

В тексте больше всего встречается пассивных залоговых конструкций форм *Infinitiv-Passiv* (12 случаев употребления) [2]. Данная форма пассива мало изучается в русскоязычных школах и институтах, а характерна преимущественно для изучения в учреждениях Германии. Для ознакомления с ней были задействованы многие интернет-ресурсы.

Анализ показал, что в тексте также довольно часто встречается *Präsens-Passiv* (10 случаев употребления). Меньше всего встречается *Perfekt-Passiv* (4 случая употребления) и *Präteritum-Passiv* (2 случая употребления). В тексте не обнаружено формы *Futur-Passiv*.

Стоит отметить, что в анализируемом тексте пассив действия преобладает над пассивом состояния (25 случаев из 28). Употребление такого вида пассива в юридических текстах является наиболее предпочтительным.

Таким образом, пассивные залоговые конструкции широко встречаются в текстах юридической направленности. Пассив действия преобладает над пассивом состояния. Больше всего в анализируемом тексте встречается пассивных залоговых конструкций форм *Infinitiv-Passiv*. Не обнаружено неопределённо-личных форм пассива, а пассив в форме безличного предложения встречается крайне редко.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Перевод страдательного залога с немецкого языка на русский язык [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://otherreferats.allbest.ru/languages/00184063\\_0.html](https://otherreferats.allbest.ru/languages/00184063_0.html). – Дата доступа: 12.12.2020.

2. Инфинитив (*Infinitiv*) в немецком языке [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://deutsch->



[online.ru/dop\\_mat/grammatics/gram\\_tab\\_02\\_04\\_02](https://online.ru/dop_mat/grammatics/gram_tab_02_04_02). – Дата доступа:  
10.12.2020.

**А.Е. СЛАВИНСКАЯ**

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы  
Научный руководитель: В.Ф. Чуркова

## **ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ КОНТРАКТА ПО СВОБОДНОЙ ЗАНЯТОСТИ)**

Главной задачей при переводе юридических текстов является максимальная передача содержания текста оригинала. Из-за различий и особенностей исходного и переводящего языка не всегда имеется возможность подобрать подходящий эквивалент.

При переводе допускаются потери, связанные с трудностями передачи особенностей исходного языка. По мнению В.Н. Комиссарова, «абсолютная тождественность перевода оригиналу недостижима и отнюдь не препятствует осуществлению межкультурной коммуникации» [1, с. 39].

Общеизвестно, что основным средством для выражения отрицания в английском языке является частица «not» (аналог русского «не»). Если говорить о её месте в предложении, то она ставится после модального или вспомогательного глагола. В том случае, если в предложении имеется не один вспомогательный глагол, то частицу «not» следует ставить после первого из них. По причине того, что в английском предложении данный глагол появляется специально для построения отрицательной конструкции, он не имеет перевода на русский язык, например:

*Freelancer will not use any Freelancer or third party Pre-Existing Intellectual Property in connection with this Contract unless Freelancer has the right to use it for Customer's benefit. If Freelancer is not the owner of such Pre-Existing Intellectual Property, Freelancer will obtain from the owner any rights as are necessary to enable Freelancer to comply with this Contract.* – **Фрилансер не будет использовать** какую-либо ранее существовавшую интеллектуальную собственность фрилансера или третьих лиц в связи с настоящим контрактом, если только фрилансер **не имеет** права использовать ее в интересах клиента. Если фрилансер **не является** владельцем такой ранее существовавшей интеллектуальной собственности, фрилансер получит от владельца любые права, необходимые для того, чтобы фрилансер мог соблюдать настоящий контракт.

Часто в англоязычных юридических текстах можно наблюдать употребление союза «unless». «Unless» – это то же самое, что и конструкция «if... not», поскольку оба этих глагола имеют значение «**exceptif**» (за исключением, если не). Важно заметить, что предложение после «unless» не может быть отрицательным, оно всегда имеет позитивный характер, потому что тогда в предложении будет двойное отрицание и отсутствие смысла, например:

*Freelancer will not use any Freelancer or third party Pre-Existing Intellectual Property inconnection with this Contract **unless** Freelancer has the right to use it for Customer's benefit.* – Фрилансер не будет использовать какую-либо ранее существовавшую интеллектуальную собственность фрилансера или третьих лиц в связи с настоящим контрактом, если только фрилансер не имеет права использовать ее в интересах клиента.

В юридических текстах встречается и лексический способ выражения отрицания. Это означает, что сами слова, используемые в речи, несут в себе отрицательную семантику. Отрицание при этом может свободно перемещаться из одной части речи в другую, например:

*If Freelancer **fails** to promptly conform the Services and/or Deliverables to defined requirements or specifications, or take action...* – Если фрилансер **не может** своевременно привести услуги и / или результаты в соответствие с определенными требованиями или спецификациями или предпринять действия...

Учёные Л.С. Бархударов и Д.А. Штелинг выделяют также такой способ выражения отрицания, как отрицательные местоимения, которые служат для придания предложениям отрицательного смысла и значения. Местоимение «nothing» употребляется по отношению к неодушевленным предметам, например,:

***Nothing** contained in this Contract shall create an employer and employee relationship, a master and servant relationship, or a principal and agent relationship between Freelancer and Customer.* – **Ничто**, содержащее в этом контракте, не должно создавать отношения между работодателем и сотрудником, отношения между хозяином и слугой или отношения принципала и агента между фрилансером и клиентом.

В этом примере также следует обратить внимание на то, что в английском языке после слова «nothing» предложение имеет неотрицательный характер, в то время как в русском языке всё наоборот, например: *nothingshallcreate/ ничто не должно создавать.*

Употребление таких отрицательных местоимений, как «neither», «no», «no one» отнюдь не редкое явление. Важно помнить, что если используется отрицательное местоимение, то дополнительно строить отрицательную конструкцию предложения с частицей «not» не нужно, например: *no assignment shall be binding/ никакая уступка не является обязательной.*

В теории перевода известны такие морфологические способы выражения отрицания, как аффиксация, представленная префиксацией и суффиксацией. Наиболее обширная группа префиксов в английском языке – именно префиксы (приставки) отрицательного значения. Приставки -in, -non часто используются для создания отрицательных прилагательных, существительных и причастий, например: *Non-Conforming Services and Deliverables/несоответствующие услуги и результаты.*

В языке существует предлог «без» – without. Он употребляется для выражения отсутствия кого-либо (чего-либо) или используется для выражения отрицания (в сочетании с герундием или отглагольным существительным), например:

*With respect to any information, knowledge, or data disclosed to Customer by the Freelancer, the Freelancer warrants that the Freelancer has full and unrestricted right to disclose the same **with outin curring** legal liability to others, and that Customer shall have full and unrestricted right to use and publish the same a sit may see fit.* – В отношении любой информации, знаний или данных, раскрытых клиенту фрилансером, фрилансер гарантирует, что фрилансер имеет полное и неограниченное право раскрывать их, **не неся** юридической ответственности перед другими лицами, и что клиент имеет полное и неограниченное право использовать и публиковать то, что он сочтет нужным.

Таким образом, использование двойного отрицания в русском языке используется очень часто и в юридических текстах. Это и отличает его от английского языка, поскольку для английского языка такое явление не характерно. Например, слово «unless», которое довольно часто употребляется в тексте контракта, уже содержит в себе отрицательный смысл, поэтому после него ни в коем случае не ставится больше никакое отрицание. При переводе юридических документов необходимо обращать внимание на контекст и учитывать все возможные варианты перевода, чтобы выбрать наиболее подходящий. Перевод юридической лексики является одним из

наиболее востребованных, и проблемы данного перевода требуют тщательного изучения для последующего устранения таких проблем.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Комиссаров, В. Н. Слово о переводе. – М.: Международные отношения, 1994. – 349 с.

**В.Н. СЫРЕЛЬ**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы  
Научный руководитель: А.Н. Искан

## **АНАЛИЗ ГРАММАТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ, ВЫЯВЛЕННЫХ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЮРИДИЧЕСКОГО ТЕКСТА (НА ПРИМЕРЕ СОГЛАШЕНИЯ)**

Грамматические трансформации являются одним из видов переводческих трансформаций, под которыми понимается преобразование структуры предложения в процессе перевода в соответствии с нормами переводящего языка [1].

При осуществлении перевода представленного юридического текста (Соглашения) были обнаружены некоторые грамматические трансформации. Как уже было отмечено ранее, в связи с наличием большого количества характерных особенностей, присущих определенным грамматическим трансформациям, в данной работе рассматривались наиболее распространенные из них. К таким грамматическим трансформациям относятся те трансформации, в отношении которых большинство лингвистов сошлись во мнениях, представив их в своих классификациях.

Таким образом, наиболее распространенными грамматическими трансформациями являются: замена членов предложения; замена частей речи; замена форм слова; синтаксическая замена.

В свою очередь анализ перевода позволил выявить структурные единицы (предложения), которые содержат некоторые виды представленных грамматических трансформаций.

В результате анализа было выявлено следующее:

1. Замена множественного числа английского существительного на русское существительное в единственном числе: исходный язык – activities, переводящий язык – деятельность (замена формы слова).

2. Замена прилагательного существительным: исходный язык – dependant, переводящий язык – зависимость (замена части речи).

3. Замена глагола существительным: исходный язык – to define, переводящий язык – определение условий; исходный язык – to ensure, переводящий язык – обеспечение эффективного функционирования (замена части речи).

4. Замена сложноподчиненного предложения (с придаточной определительной) простым предложением (с причастным оборотом): исходный язык – to issue the necessary permits that the Agency requires

for the Sites and Facilities, переводящий язык – выдавать необходимые разрешения, требуемые Агентством для Объектов и Сооружений (синтаксическая замена).

5. Замена единственного числа английского существительного на русское существительное во множественном числе: исходный язык – third party rights, переводящий язык – права третьих лиц (замена формы слова).

6. Замена сказуемого дополнением: исходный язык – to ensure, переводящий язык – для обеспечения снабжения (замена части речи).

7. Замена сказуемого дополнением: исходный язык – to support, переводящий язык – для поддержки ЕКА(замена части речи).

8. Замена сказуемого дополнением: исходный язык – to ensure, переводящий язык – для обеспечения того, чтобы.....; исходный язык – to operate, переводящий язык – для эксплуатации объектов (замена части речи).

9. Замена сказуемого дополнением: исходный язык – to carry out, переводящий язык – для выполнения необходимых национальных международных формальностей; исходный язык – to obtain and maintain, переводящий язык – для получения и поддержания использования радиочастот(замена части речи).

10. Замена сказуемого дополнением: исходный язык – to take, переводящий язык – для принятия таких мер; исходный язык – to prevent, переводящий язык – для предотвращения помех; исходный язык – to ensure, переводящий язык – для обеспечения того, чтобы (замена части речи).

11. Замена сказуемого дополнением: исходный язык – to ensure, переводящий язык – для обеспечения уменьшения любых помех(замена части речи).

В итоге всего было обнаружено одиннадцать структурных единиц (предложений), содержащих около восемнадцати примеров представленных грамматических трансформаций. Из них: 1 (5,55%) – замена единственного числа английского существительного на русское существительное во множественном числе (замена формы слова); 1 (5,55%) – замена прилагательного существительным (замена части речи); 1 (5,55%) – замена сложноподчиненного предложения (с придаточной определительной) простым предложением (с причастным оборотом) (синтаксическая замена); 2 (11,12%) – замена множественного числа английского существительного на русское существительное в единственном числе (замена формы слова); 2

(11,12%) – замена глагола существительным (замена части речи);11  
(61,11%) – замена сказуемого дополнением (замена части речи).

Таким образом, при осуществлении анализа Соглашения больше всего было выявлено замен членов предложения, а именно замен сказуемого дополнением.

Возникновение данного обстоятельства, в свою очередь, обусловлено специфичностью перевода юридических текстов с английского на русский язык, которая заключается в наличии некоторых различий в структуре представленных языков.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Грамматические трансформации при переводе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lektsii.org>. – Дата доступа: 04.12.2020.



**О.И. ЮРКЕВИЧ**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина  
Научный руководитель: А.А. Буров

**ДОБАВЛЕНИЯ КАК ВИД ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИХ  
ТРАНСФОРМАЦИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ПЕРЕВОДЕ  
(НА ПРИМЕРЕ РОМАНА Г. ФАЛЛАДЫ "КАЖДЫЙ  
УМИРАЕТ В ОДИНОЧКУ")**

Перевод художественного текста является сложным и многогранным видом человеческой деятельности. Данный вид перевода невозможно представить без переводческих трансформаций, о чём свидетельствует их вариативность и частотность в переводах.

Каждая переводческая трансформация мотивирована, то есть, вызвана той или иной причиной. Зачастую переводчик трансформирует текст на интуитивном уровне, он не отдаёт себе отчёт в том, с какой целью он осуществил те или иные трансформации.

Мотивы и причины использования переводческих трансформаций каждый лингвист видит по-разному. Г.М. Стрелковский объясняет использование переводческих преобразований следующим образом: «Переводчик воспринимает исходящую от отправителя информацию в виде конкретных произведений речи. Именно в этих речевых произведениях и реализуется коммуникативное намерение. Следовательно, переводчику необходимо так преобразовать речевое произведение одного языка в речевое произведение другого, чтобы передать коммуникативное намерение отправителя. Важным требованием является точность в переводе, которая должна определяться не точным соответствием между единицами двух языков, а функциональной тождественностью. Точным может считаться лишь такой перевод, который обеспечивает тождественность функции речевого произведения при эквивалентности смыслового оригинала и его транслята» [1, с. 88]. То есть, переводчик использует трансформации, чтобы текст перевода был также функционально тождественен исходному тексту. Лексико-грамматические трансформации – это способы перевода лексических единиц оригинала путем использования в переводе единиц ПЯ, значение которых не совпадает со значениями исходных единиц, но может быть выведено из них с помощью определенного типа логических преобразований.

Достижение переводческой эквивалентности («адекватности перевода»), вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков, требует от переводчика прежде всего умения произвести многочисленные и качественно разнообразные межъязыковые преобразования – так называемые переводческие трансформации – с тем, чтобы текст перевода с максимальной возможной полнотой передавал всю информацию, заключенную в исходном тексте, при строгом соблюдении норм ПЯ.

Все виды преобразований или трансформаций, осуществляемых в процессе перевода, можно свести к четырем элементарным типам, а именно: перестановки; замены; добавления; опущения [2, с. 191].

Причины, вызывающие необходимость лексических добавлений в тексте перевода, могут быть различны. Одной из них является то, что можно назвать «формальной невыраженностью семантических компонентов словосочетания в ИТ. Это явление весьма типично для словосочетаний немецкого языка; с точки зрения порождающей грамматики, его можно трактовать как «опущение» тех или иных семантических элементов, наличествующих в глубинной структуре предложения, при ее трансформации в структуру поверхностную [2, с. 221].

В переводах романа Г. Фаллады часто встречаются лексические добавления.

... so völlig sind sie von der geistigen Überlegenheit dieses Sechzehnjährigen überzeugt, daß keiner auch nur eine Vermutung laut werden läßt [3, с. 18].	Они так убеждены в умственном превосходстве этого шестнадцатилетнего <b>всезнайки</b> , что никто не решается открыть рот [4] (перевод Н. Касаткиной).	... они настолько убеждены в умственном превосходстве этого шестнадцатилетнего <b>юнца</b> , что никто даже гадать не смеет [5] (перевод Н. Федоровой).
--	--	---

В своем переводе Н. Касаткина использовала лексическое добавление *всезнайка*, чтобы показать неодобрение персонажа автором. Добавление Н. Федоровой *юнец* служит для концентрации внимания на возрасте героя.

Sie schluckt ein paarmal, sie öffnet sogar die Augen, die sonst sehr blau sind	Она судорожно раскрыла рот, <b>будто</b> <b>ей не хватает</b> <b>воздуха</b> , и подняла на	Жена несколько раз всхлипывает и даже открывает глаза, обычно ярко-
---	--	--

<i>und jetzt wie ausgebläst aussehen</i>	мужа глаза, обычно такие голубые, а теперь тусклые, выцветшие [4]	синие, а сейчас точно выцветшие [5]
[3, с. 14].	(перевод Н. Касаткиной).	(перевод Н. Федоровой).

В переводе Н. Касаткиной используется добавление *будто ей не хватает воздуха*, обусловленное стилистическими соображениями.

Переводческие трансформации – это те многочисленные и качественно разнообразные межъязыковые преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков. Адекватное использование и мера переводческих трансформаций являются одними из главных признаков, отличающих хороший художественный перевод.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Стрелковский, Г. М. Теория и практика военного перевода: немецкий язык / Г.М. Стрелковский. – М. : Воениздат, 1979. – 272 с.
2. Бархударов, Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л.С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.
3. Fallada, H. Jeder stirbt für sich allein [Электронный ресурс] / H. Fallada. – Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/737508/>. – Дата доступа: 25.03.2021.
4. Фаллада, Г. Каждый умирает в одиночку [Электронный ресурс] / Переводчики Касаткина Н., Станевич В. и др. – Режим доступа: <https://www.litmir.me/br/?b=111082&p=1>. – Дата доступа: 25.03.2021.
5. Фаллада Г. Один в Берлине. Каждый умирает в одиночку [Электронный ресурс] / Пер. с нем. Н. Федоровой. – Режим доступа: <https://libcat.ru/knigi/proza/foreign-prose/42384-gans-fallada-odin-v-berline-kazhdyj-umiraet-v-odinochku.html#text>. – Дата доступа: 25.03.2021.

**А.А. ЯНУШКО**

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы  
Научный руководитель: А.Д. Дудько

## **СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ДЕЛОВОЙ КОРРЕСПОНДЕНЦИИ**

Английский язык является универсальным средством коммуникации, в том числе и в сфере делового общения. Выходя на международную арену, компании вынуждены прибегать к использованию английского языка для достижения различных договоренностей посредством переговоров, деловой переписки, заключения контрактов и т.д.

Деловое письмо является одним из важнейших методов осуществления взаимодействия между людьми и достижения договоренностей в различных сферах деятельности. Низкое качество выполнения перевода может привести к недопониманию, поставить под вопрос возможность сотрудничества, снизить его эффективность. При переводе важно соблюдать стилистические нормы текстов официально-делового стиля. Особое значение имеют точность передачи информации, безличность, отсутствие эмоционально-оценочного компонента.

Лингвостилистический состав англоязычной деловой корреспонденции имеет ряд особенностей при переводе на русский язык. Например, наличие большего количества специальных терминов, географических названий порождает необходимость их замены русскими эквивалентами.

Широко распространено использование аббревиатур и сокращений. Наиболее часто сокращения используются при написании адресов, дат, времени. Например, *rd.* – *дорога*, *sq.* – *площадь*, *Tel.* – *телефон*, *Nov.* – *ноябрь*, *Mon.* – *понедельник*, *Co.* – *компания*. В процессе перевода необходимо расшифровывать аббревиатуру или сокращение на языке оригинала, а затем осуществлять ее перевод. Например, *PO* – *purchase order* – *заказ на покупку*, *QC* – *quality control* – *контроль качества*, *CO* – *chief operating officer* – *исполнительный директор*, *LLC* – *limited liability company* – *общество с ограниченной ответственностью* [1]. Также, возможно использование оригинальной аббревиатуры на латинице, в таком случае предпочтительно сделать перевод-расшифровку при

первом ее использовании в тексте перевода. Аббревиатуры, которые не поддаются расшифровке, оставляют на языке оригинала.

Названия частей и отделов учреждений, должностей, ученых степеней, титулов, собственные имена и названия обычно переводятся с учетом традиционного написания. Например, *World Bank* – *Всемирный Банк*, *Yanka Kupala State University of Grodno* – *Гродненский государственный университет имени Янки Купалы*, *Head of Department* – *заведующий кафедрой*, *Ph. D. in engineering science* – *доктор технических наук* [2].

Наименования иностранных компаний, фирменные названия машин, приборов, химических веществ, изделий, материалов транскрибируются в тексте перевода или сохраняется английский вариант написания. Например, *boiler TsKS-10* – *котел ЦКС-10*, *Phillips DS 74* – *аппарат «Филлипс DS 74»* [2].

Для англоязычной деловой корреспонденции характерно наличие клишированных фраз и выражений. Например, *Dear Mr/ Mrs* – *уважаемый/ уважаемая*, *Sincerely* – *с уважением*, *with reference to your letter* – *на основании Вашего письма*, *please attach* – *просим предоставить*.

Для текстов деловой корреспонденции характерна унификация, они имеют четкую стандартизированную структуру, определенную форму. В случаях, когда культурные различия определяют отсутствие адекватных эквивалентов, переводчик прибегает к дословному переводу. Однако, качественный дословный перевод требует знаний специализированной лексики на английском и русском языках, а также знание международного делового этикета.

В силу различия языковых систем неизбежно использование переводческих трансформаций.

В предложении *You may learn about job conditions in job offer attached to this letter.* – *С полным перечнем условий работы вы можете ознакомиться в приложении к письму* [4] переводчиком были использованы приёмы перестановки и замены. Замена *attached to this letter* на *приложение к письму* обусловлена тенденцией к субстантивированию в русском языке, вследствие чего английский глагол был заменен на словосочетание, состоящее из отглагольного существительного "приложение" и имени "письмо", означающего субъект процесса, выраженного отглагольным существительным.

В примерах *Thank you in advance and your immediate confirmation will be greatly appreciated.* – *Заранее благодарна и признательна за быструю обработку моего заказа* и *An early reply will be much*

*appreciated.* – Мы будем Вам благодарны за Ваш скорый ответ [3] страдательный залог был заменен на действительный.

*The Steering Committee will soon be discussing the group's analysis and proposal.* – В ближайшее время Управляющий комитет обсудит результаты анализа и предложения группы – пример перестановки. Использование перестановки обусловлено различием в порядке слов в англоязычных и русскоязычных предложениях. В английском предложении начинается с подлежащего (*The Steering Committee*), затем следует сказуемое (*will soon be discussing*). В русском языке в начале предложения чаще располагаются обстоятельства места и времени, как в данном примере «в ближайшее время».

В предложении *Mr John Lewis General Manager Hovernly Ltd* – г-н Джон Льюис, генеральный директор Ховерни Лтд [4] переводчик использовал транскрипцию для перевода имен собственных: имени «*John Lewis*» и названия компании «*Hovernly Ltd*».

Рассмотрим пример использования транслитерации. *Igor Petrov, Managing Director Ltd. The company «Center»* – Игорь Петров, Управляющий ООО Компания «Центр» [4]. Имя собственное *Игорь Петров* было передано на письме при помощи букв английского алфавита. Использование транслитерации позволяет избежать искажений при письменном переводе. При передаче названия компании переводчик прибег к дословному переводу.

Анализ трансформаций при переводе деловой корреспонденции с английского языка на русский привел к следующим заключениям. Наиболее часто встречаются дословный перевод, транскрипция, грамматические перестановки, замены, реже транслитерация и калькирование, членение и объединение предложений. Как правило, данные преобразования обусловлены частичным несовпадением категории числа, формы различных пассивных конструкций и т.д. Наряду с перечисленными приемами, достаточно часто используется прием антонимического перевода. Генерализация, наоборот, используется редко, поскольку документы требуют предельно точного перевода.

При переводе текстов деловой корреспонденции перед переводчиком встает задача преодоления этнолингвистического барьера и обеспечения понимания между сторонами. Высокая степень ответственности переводчика перед заказчиком определяет недопустимость ошибок, неточностей, вольной интерпретации текста оригинала, так как недопонимание между сторонами может привести к серьезным последствиям, в том числе к экономическим санкциям

для самого переводчика. Также, перевод деловых писем может накладывать на переводчика дополнительные требования, такие как опыт в области делопроизводства и юриспруденции, а также достаточный уровень знаний в профессиональной области, в рамках которой ведется переписка.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Косарева, Т. Б. Как научиться переводить юридические документы? / Т. Б. Косарева. – М. : Дрофа, 2009. – 112 с.
2. Практическое руководство для переводчиков / Бюро переводов «Трактат». – Москва, 2014. – 83 с.
3. Лазуткина, Е. М. Культура деловой речи: учебник для вуза. / Е. М. Лазуткина. – Москва: издательство Норма, 2000. – С. 216–237.
4. Деловое письмо на английском с переводом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ienglish.ru/blog/business-angliiskiy-po-skype/delovaia-perepiska-na-angliiskom/delovoe-pismo-na-angliyskom-s-perevodom>. – Дата доступа: 15.05.2021).

**Э-М.Д. ЯСИНЧУК**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: И.Р. Стемпень

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГРАММАТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ С ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ**

Научному стилю свойственны логичное, последовательное, связное изложение материала, точность, объективность, обобщенно-отвлеченный характер изложения, номинальность, причинно-следственные связи, формальность, информационная насыщенность, достигаемая с помощью усложненных синтаксических конструкций, но в то же время сжатость или конденсированный характер изложения.

Все языковые средства научных текстов используются для того, чтобы соответствовать своей основной цели – логическому и объективному изложению научной информации [1, с. 110].

Использование грамматических трансформаций обуславливается типологическими различиями языков. Хотя и испанский, и английский языки относятся к языкам Европы и на первый взгляд достаточно похожи, относятся они к разным языковым группам. В целом для перевода использование только грамматических трансформаций – явление достаточно редкое, обычно они применяются в комплексе с лексическими трансформациями, образуя тем самым комплексные лексико-грамматические трансформации.

Лексическая сторона трансформаций имеет некоторые закономерности. Главной чертой научного стиля любого языка является использование терминов и специализированной лексики.

Проанализировав оригинал и перевод научной биомедицинской статьи “Bisfenol A como factor de riesgo de cáncer de próstata”, мы наглядно увидели, какие конкретно грамматические трансформации используются при переводе биомедицинских статей.

При переводе статьи было обнаружено использование следующих грамматических трансформаций: перемещение члена предложения, замена типа предложения, замена части речи, замена члена предложения, замена типа члена предложения, замена числа, замена залога, добавление модального глагола, замена типа части речи, изменение типа сказуемого, замена лица и членение предложения.



Использование данных трансформаций обусловлено нормой и узусом языка перевода.

Самой частоупотребляемой трансформацией оказалось перемещение члена предложения. Во всех случаях кроме одного перемещалось определение. Один раз перемещалось обстоятельство. Один случай сопровождался лексическим добавлением. Трансформация перемещения члена предложения определения обусловлена порядком слов. В испанском языке регрессивный порядок слов (определение стоит после определяемого слова), а в английском языке прогрессивный (определение стоит перед определяемым словом) (*№1 cáncer de próstata – prostatecancer*).

Далее следует замена типа предложения. Чаще всего заменялось односоставное предложения двусоставным, сложное предложение простым, реже – простое сложным или безличное предложение личным. Замена типа предложения чаще обусловлена особой синтаксической структурой в языке, которая является наиболее эффективной в энном контексте. Как было упомянуто ранее, для испанского языка неполные предложения – достаточно распространенное явление, в то время как для английского языка недопустимо. Это возможно из-за того, что в испанском языке глаголы во всех лицах и числах имеют разные окончания, иными словами, морфологическая парадигма испанского языка позволяет опустить подлежащее, делая предложение односоставным без потери смысла. Для английского языка характерны двусоставные предложения, так как подлежащее не опускается по причинам отличной системы спряжения глагола.

Трансформации по замене части речи чаще всего подвергались существительные, заменялись они на наречия, местоимения и причастия. Также заменялись прилагательные на существительные, инфинитивы на герундии, причастия на прилагательные и глаголы на причастия. Замена части речи происходит из-за определенной сочетаемости слов и частей речи, разделении сем и норм языка и стиля.

Замена члена предложения обусловлена различиями в перераспределении сем в предложении и особенностями грамматики. Например, в примере (*№45 En esta revisión, sepretendecomprobar – Thisreviewattemptstogo*) данная трансформация используется по причине уже упомянутой особенности испанского языка – безличности. В английском языке обстоятельство стало подлежащим, так как в английском предложении обязательно должен быть субъект

действия. В примере №90 (...*el que produce...* – ... *produces...*) определение становится сказуемым уже из-за другой вышеупомянутой причины – тяготения испанского языка к сложным предложениям с несколькими придаточными частями и лаконичности и простоте английского языка, наоборот, избегающего громоздких наложенных структур. Замене чаще подвергалось определение, заменялось оно на разные члены предложения: подлежащее, сказуемое, обстоятельство. Помимо обстоятельства заменялись подлежащее на дополнение, дополнение на обстоятельство, обстоятельство на подлежащее.

Форма глагола во всех случаях заменялась с возвратной на невозвратную. Потому как в испанском языке безличные конструкции и пассивный залог образуются через возвратную форму глагола. В английском языке эта трансформация в зависимости от функции сопровождается добавлением подлежащего или причастия.

Замене типа члена предложения подвергалось определение, точнее способ выражения определения из придаточного предложения заменялось на причастный оборот. Кроме этого, единожды причастный оборот сменился существительным с применением лексического опущения. Замена типа определения происходит по причине того, что для испанского языка характерно наложение придаточных частей, что иногда раздувает испанские предложения. Английский же язык славится своей краткостью и четкостью, поэтому употребление причастного оборота предпочтительнее придаточных предложений. Эта трансформация становится причиной другой трансформации, а именно, замены сложных предложений простыми.

Замена залога, равно как и изменение формы глагола, происходит по той же самой причине: безличности одного языка и личности другого. Кроме того, изменение формы глагола может обуславливаться не только изменением залога, но и различием в образовании и использовании различных форм страдательного залога в этих языках. В испанском языке, в отличие от английского, существуют два способа образования страдательного залога. Первый заключается в добавлении возвратной частицы *se*, данный способ используется, когда нам неизвестен или не важен субъект действия, также этот способ более употребителен из-за простоты образования. Второй способ сводится к использованию вспомогательного глагола *ser/estar* и причастия. В свою очередь употребление глагола *ser* как вспомогательного акцентирует внимание на результате, а *estar* – на состоянии. В английском же языке существует лишь один способ

образования страдательного залога, который немного напоминает второй способ в испанском языке. Так как для испанского языка характернее использование первого способа образования страдательного залога, это неизбежно приводит переводчика к изменению формы глагола.

Модальный глагол – служебный элемент, выражающий отношения и оттенки. Добавление модального глагола происходит в рамках части сказуемого, например при образовании пассивного залога (*№ 30 ...seencuentra el bisfenol A (BPA) ... - ...Bisphenol A (BPA) can be found...*).

Замене типа части речи подвергались местоимения. Заменялись различные типы местоимений: отрицательное на неопределенное, возвратное на личное и указательное на личное.

Замена лица также произошла единожды (*№ 50 ...observamos... - ...can be observed...*). Здесь в оригинале мы видим прием отождествления автора с читателем или «научную скромность», в переводе же вместо этого пассивный залог.

Таким образом, наличие какой-либо грамматической категории в одном языке и отсутствие в другом неизбежно приводит к опущению формальных единиц, с помощью которых в языке оригинала выражается данная категория. Ярким примером этого служит опущение показателей категории рода при переводе с испанского языка на английский, а также категория *el subjuntivo*, выраженная формой глагола в испанском, не имеющая аналогов в английском языке.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мальчевская, Т.Н. Специфика научных текстов и принципы их классификации. (Особенности стиля научного изложения). – М.: Наука, 2006. – 264 с.

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ: МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

**П.В. АЛЬШЕВСКАЯ**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: С.В. Адамович

## КУЛИНАРОНИМЫ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Для проведения исследования кулинарунимов в русском языке мы использовали книгу рецептов «Моя русская кухня» Елены Глебовой [1].

Выбор данной книги был обусловлен, конечно же, языком, на котором написана книга, наличием в ней большой базы рецептов национальной кухни, многолетним опытом авторов в кулинарии.

В качестве русскоязычных кулинарных шоу мы выбрали 5 выпусков шоу «Братская кухня» на канале Союзного государства Беларуси и России «БелРос». Так как русский язык является официальным языком как в России, так и в Беларуси, более того, по данным Информационно-аналитического центра при Администрации Президента Республики Беларусь, в Беларуси на русском языке в повседневной жизни разговаривают 97% населения [2], русскоязычные кулинарунимы, свойственные названиям традиционных российских и белорусских блюд, в определенной степени отражают как российскую, так и белорусскую культуру.

Для анализа кулинарунимов в русском языке нами было отобрано 82 кулинарунима и разделены их по типу блюда и национальной принадлежности в Таблице 1:

Таблица 1 – Кулинарунимы в русском языке в соответствии с их национальной принадлежностью и типом блюда

<i>Тип блюда</i>	Кулинарунимы, относящиеся к русской национальной кухне	Кулинарунимы, относящиеся к белорусской национальной кухне	
<i>Закуски</i>	Ланспик, тельное, буженина, запеченная	винегрет, заливное, икра	Полендвица, студень, скибка с зеленью
<i>Первые блюда</i>	Щи ленивые, свекольник,	рассольник, суп-потрох,	Затирка, лакшины, борщ, щи из свежей капусты, поливка с

	уха, окрошка, ботвинья, красный борщ	курицей, ботвинья
<i>Основные блюда</i>	Бефстроганов, няня, перепечи, тюря, солянка, жаркое, бараний бок с кашей, тавранчук, кундюбки, пожарские котлеты, кулебяка, пельмени, курник, расстегаи	Гуляш по-радзивилловски, гречаники, клецки с душами, ботвинья, гарда, рыбные галки, судак по-немански, копытки, драники, бабка со свиной, таркованка, кишки картофельные, мачанка, колдуны, колубцы, пачиста
<i>Десерты</i>	Пирожки площадные, блины, блинный пирог, ватрушки, бобки, рванцы, яблоки моченые, барбарисовое варенье, сочники, драчена, творожная запеканка, пончики из тыквы	Пирог черничный с крушанками, коврижка, пряники с маком, цукаты апельсиновые, блины по старинному рецепту, крендель, яблоки, запеченные с брусникой, налистники с творогом, кулага черничная
<i>Напитки</i>	Кисель, вишневый квас, медовуха	Крамбамбуля, мятная наливка, сбитень, морс брусничный, кисель из красной смородины

Исходя из данных таблицы, большинство кулинаронимов национальной русской и белорусской кухни не отражают напрямую способ приготовления или основные ингредиенты блюда, и чтобы понять из чего и как приготовлено блюдо, скорее всего, нужна дополнительная справка, так как у всех кулинаронимов, конечно же, есть своя история происхождения и названия.

Однако, как и в китайском языке, в русском языке есть «половинчатые» кулинаронимы, в которых одна часть требует исторической справки, а другая содержит название одного из ингредиентов или начинки, например, *пончики из тыквы*, *кисель из красной смородины*, *бабка со свиной*, *налистники с творогом* и т.д. Например, не каждый знает, что налистники – это тонкие блины, а бабка – традиционное блюдо белорусской кухни из тертого картофеля.

Также есть и заимствованные из других языков кулинаронимы: *крамбамбуля*, *драчена*, *ланспик* (от фр. *Aspic* – заливное). Интересным является тот факт, что драчена – это блюдо из картофеля, изначально

относящиеся к белорусской и украинской кухням, но затем позаимствованное в русскую.

Анализируя русские кулинаронимы, достаточно непросто определить настоящую родину того или иного кулинаронима, так как белорусская и русская культура на протяжении всего периода своего развития находились в тесной взаимосвязи и влияли на национальную кухню друг друга. Для всеми известных кулинаронимов, например, *рассольник*, *щи*, *борщ*, *студень*, определить первоисточник практически невозможно. Более того, помимо собственно белорусской и русской кухонь, эти блюда также встречаются в разных вариациях у украинцев, казахов и малых народностей России, что усложняет определение первоисточника блюда. При составлении таблицы для определения национальной кухни, к которой относится кулинароним, мы руководствовались тем, к какой культуре тот или иной кулинароним отнесен в кулинарных книгах, что, однако, не исключило повторений.

Что касается разделения по типу блюд, можно заметить, что закусок в русской и белорусской кухне не так уж много, упор делается на основные блюда. Также в русской и белорусской кухне довольно много десертов, так как, например, русская кухня славится своими пирогами и блинами. Напитки, представленные в книгах, варятся либо из ягод, либо на основе хмеля.

Таким образом, большинство русских кулинаронимов имеют специфические названия, и человеку, не знакомому с традиционной русской/белорусской кухней, будет тяжело понять, о каком блюде идет речь, как оно выглядит и из чего приготовлено, если он столкнется с таким кулинаронимом. Эта особенность как нельзя ярче отражает аутентичность кулинаронимов и заложенную в них древнюю историю. Кулинаронимы, заимствованные из других культур, представляют особый интерес, так как из-за процесса постоянного взаимодействия между культурами современных стран восточной Европы, происхождение некоторых, в особенности, наиболее известных и популярных кулинаронимов определить достаточно сложно.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Глебова, Е.П. Моя русская кухня / Е.П. Глебова. – М. : Эксмо, 2018. – 273 с.

2. Ермак, В.И. Республика Беларусь в зеркале социологии / В.И. Ермак. – Минск : Белорусский Дом печати, 2019. – 86 с.

## П.В. АЛЬШЕВСКАЯ

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: С.В. Адамович

### ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КУЛИНАРОНИМОВ В КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Китайские кулинаронимы отражают специфику блюда, основные ингредиенты и способ приготовления в своем названии, однако ряд кулинаронимов не раскрывают суть блюда через название ввиду устоявшихся традиций и древности рецептов.

Подробно проанализируем лингвокультурные особенности кулинаронимов в китайском языке.

Для удобства анализа мы разделили кулинаронимы, встречающиеся в шоу, в соответствии с выпусками, в которых они упоминаются. Разделение представлено в Таблице 1:

Таблица 1 – Кулинаронимы, отобранные для лингвокультурологического анализа из кулинарного шоу «*透鲜滴星期天*» «Свежее воскресенье»

Номер выпуска	Кулинаронимы
1	<i>葱烤大排</i> ‘свиная отбивная с луком’, <i>山胡椒油爆炒仔鸭</i> ‘утенок, жареный в масле перца кубеба’
2	<i>春卷</i> ‘«весенние» рулетики’, <i>姜葱炒蟹</i> ‘краб, обжаренный с имбирем и зеленым луком’
3	<i>毛血旺</i> ‘маосюэван’, <i>菠萝虾仁炒饭</i> ‘жареный рис с креветками и ананасом’
4	<i>麻婆豆腐</i> ‘тофу мапо’, <i>煎酿三宝</i> ‘три сокровища’
5	<i>锅包肉</i> ‘гуобаожоу’, <i>宫保鸡丁</i> ‘курица гунбао’

Далее мы рассмотрим каждый кулинароним, встречающийся в шоу, с точки зрения лингвокультурологической специфики, определим историю его происхождения и его место в китайской культуре.

*葱烤大排* ‘свиная отбивная с жареным луком’. Еще до начала приготовления блюда на шоу, шеф-повар отмечает, что существует



два названия этого блюда – собственно, **葱烤大排** ‘свиная отбивная с жареным луком’ и **葱烧大排**, что переводится, по сути, так же. Разница лишь в том, что глагол **烤** чаще применяется, когда блюдо жарится либо во фритюре, либо в большом количестве масла, а глагол **烧** – когда блюдо просто жарится в глубокой сковороде-вок. На протяжении шоу блюдо упоминается в первом варианте. Стоит отметить, что, как и на шоу, так и в презентации рецепта блюда (отдельная видеовставка, где в двух минутах показан рецепт блюда) отбивные с луком действительно жарятся в большом количестве масла, что вполне оправдывает свое название. Такая вариация названий и глаголов, описывающих то или иное блюдо, говорит о богатстве кулинарного словаря в китайском языке и древних традициях приготовления блюд, так как лексика формируется в языке веками. Блюдо относится к традиционной шанхайской кухне, поэтому ведущие отмечают, что у гостя программы, который готовил блюдо под руководством шеф-повара, отлично получилось передать традиционный шанхайский вкус.

**山胡椒油爆炒仔鸭** ‘утенок, жареный в масле перца кубеба’. Данное блюдо относится к традиционной кухне провинции Хунань, которая славится особенно острыми блюдами. Однако, на шоу происходит интересная ситуация – один из гостей говорит, что он не ест утку, а второй, который отвечает за приготовление блюда, говорит, что не ест острое. Тогда шеф-повар принимает решение заменить утку на курицу, однако, не соглашается убрать из рецепта перец чили, так как он является одним из главных ингредиентов, и он отмечает, что это не будет настоящим блюдом хунаньской кухни без перца чили. Такой подход к приготовлению блюд говорит о том, что в китайской кухне есть взаимозаменяемые ингредиенты и есть место кулинарным вариациям, однако китайцы очень ценят следование исторической рецептуре блюд и, хотя некоторые ингредиенты могут меняться, продукты, которые дают тот самый национальный вкус, китайцы не хотят менять и берегут национальные традиции их приготовления.

**春卷** ‘«весенние» рулетики’. Данное блюдо имеет очень древнюю историю и популярно во всем Китае и даже за его пределами, поэтому, как отмечают ведущие шоу, отследить регион происхождения данного блюда достаточно сложно. Однако, стоит отметить, что наибольшей популярностью блюдо пользуется в историческом регионе Цзяннань, который является исторической

областью в Китае, занимающей правый берег нижнего течения реки Янцзы. Рулетки называются «весенними», потому что чаще всего их готовят на праздник весны, также известный нам как китайский новый год. У данных рулетиков существует множество вариантов различных начинок, однако, на шоу участники придерживались оригинальной рецептуры и готовили их с пекинской капустой и курицей. Связь данного блюда с праздником весны говорит о том, что кулинарная культура не существует обособленно, она связана с другими культурными аспектами, такими как национальные праздники и традиции.

**姜葱炒蟹** ‘краб, обжаренный с имбирем и зеленым луком’. Как отмечают ведущие шоу, существует также версия этого блюда, в котором краб заменяют на креветки. Интересным является тот факт, что во время трехминутного выбора ингредиентов гости программы путаются из-за того, что для приготовления этого блюда необходимо несколько видов различного масла, а так как гости – не профессиональные повара, они не понимают, что же им нужно взять. Также, поскольку блюдо готовится из живого краба, то есть, его убивают непосредственно перед приготовлением, гость программы, девушка, боится его. Данное блюдо является традиционным блюдом провинции Гуандун и относится к кантонской кухне. В шоу также отмечается, что несмотря на то что в ресторанах данное блюдо чаще всего готовится с добавлением большого количества масла, в домашних условиях его можно приготовить даже при небольшом количестве масла. Это говорит о том, что хотя в Китае очень сильна культура еды вне дома, традиционная кухня, конечно же, находит свое место в домах китайцев, которые любят и умеют готовить.

**毛血旺** ‘маосюэван’. Данное блюдо возникло в Чунцине и является одним из традиционных блюд провинции Сычуань. В качестве основного ингредиента для блюда используется утиная (в некоторых вариантах блюда свиная) кровь, блюдо как готовят, так и едят с использованием сырых субпродуктов, отсюда и название – **毛血** ‘кровь животных’, **旺** ‘творог’. Блюдо представляет собой красный суп с добавлением овощей и тофу, а так как большинство разновидностей тофу имеют консистенцию творога, название вполне себя оправдывает. Данное блюдо имеет древние корни и включено в «Систему стандартов кухни Чунцина». Блюда сычуаньской кухни являются одними из самых острых во всем Китае, поэтому один из участников, который не любит острое, спрашивает, можно ли приготовить блюдо без перца чили, на что шеф-повар отвечает, что

нельзя, что еще раз подчеркивает важность данного ингредиента в китайской кухне.

**菠萝虾仁炒饭** ‘жареный рис с креветками и ананасом’. Отличительной особенностью этого блюда является сочетание сладкого ананаса с рисом и креветками. Очень интересной также является подача блюда – оно подается непосредственно в самом ананасе, после того как из него вырезают всю мякоть. Так как для приготовления блюда не нужен целый ананас, из его остатков потом делают мороженое и подают вместе с этим блюдом как десерт. Данный рецепт является традиционным блюдом пекинской кухни. Стоит отметить, что за 20 минут, которые даются на шоу на приготовление блюд, участник успевает приготовить и рис, и мороженое, что говорит о том, что многие китайские блюда достаточно просты в приготовлении, хоть и имеют древнюю историю. Также данный кулинароним отличается по своей структуре от большинства китайских кулинаронимов, так как все блюда, где используется рис в качестве основного ингредиента чаще всего, заканчиваются на **饭**, что означает ‘блюдо’, но также является сокращением от **米饭** ‘рис’.

**麻婆豆腐** ‘тофу мапо’. Старинное блюдо сычуаньской кухни с древней историей. По некоторым данным, это блюдо существовало еще в XIII веке в деревнях около Ченду – столицы провинции Сычуань. Сам кулинароним также имеет интересное происхождение: **麻** (‘ма’) – это сокращение от **麻子**, что переводится как ‘оспины, пятна’, в то время как **婆** (‘по’) – сокращение от **婆婆** (‘бабушка, старуха’). Таким образом, тофу мапо – это тофу по рецепту бабушки с рябым лицом. История происхождения кулинаронима очень похожа на историю происхождения русского кулинаронима **бабка** (см. п. 1.4), что говорит о том, что несмотря на то что культуры в прошлом развивались, главным образом, обособленно, во всех культурах ценят древние традиции и передают их из поколения в поколение.

**煎酿三宝** ‘три сокровища’. Традиционное блюдо кантонской кухни, которое очень любят в Гонконге, Макао и провинции Гуандунь. Данное блюдо также имеет альтернативное название на русском языке – ‘самбо’, являющееся транскрипцией второй части китайского названия – **三宝**. Изюминкой этого блюда является то, что начинки могут быть взаимозаменяемыми, с разнообразными вкусами, с мясом и без мяса. На шоу участники готовят по традиционному

рецепту – они используют свиной фарш для начинки, а в качестве «тарелочек» для «сокровища» (начинки) используют баклажан, перец и тофу. Способ приготовления блюда и факт взаимозаменяемости продуктов еще раз свидетельствует о разнообразии китайской кухни.

锅包肉 ‘гуобаожоу’. Данное блюдо относится к традиционной харбинской кухне и было придумано, в первую очередь, для того чтобы угощать им иностранных гостей. Как мы уже знаем, традиционная китайская кухня отличается остротой своих блюд, поэтому, так как Харбин находится в относительной близости от России и там часто бывает много русских гостей, два местных шеф-повара – Чжэн Синвэнь и Инь Ду Суэйин придумали это простое блюдо с кисло-сладким вкусом, которое быстро стало очень популярным во всем современном Китае и вошло в разряд национальной кухни. Сам кулинаром происходит из способа приготовления блюда: мясо (肉) готовится в сковороде-вок (锅) и обваливается в кляре (包). Ведущие шоу отмечают, что данное блюдо действительно похоже на блюда европейской кухни, так как оно готовится с использованием кетчупа, что говорит о том, что в китайской кухне есть место как заимствованным из других культур блюдам, так и не совсем свойственным национальной кухне ингредиентам (в большинстве блюд традиционной китайской кухни не используются кетчуп или майонез, которые очень привычны для европейской кухни).

宫保鸡丁 ‘курица гунбао’. Данное блюдо является традиционным блюдом провинции Сычуань, и, конечно же, отличается своей остротой. Изобретателем блюда считается Дин Баочжэнь – китайский сановник и известный гурман, живший во времена династии Цин. Когда Дин Баочжэнь был губернатором провинции Шаньдун, у него на службе состояло более десяти поваров. Собиравшихся в его доме гостей он часто угощал блюдом собственного изобретения – обжаренными кусочками курицы. Позже, став наместником в провинции Сычуань, Дин Баочжэнь видоизменил своё блюдо, приспособив его к особенностям сычуаньской кухни – сделав его более острым и пряным. Поскольку Дин Баочжэнь занимал при императорском дворе должность гунбао – воспитателя наследника, блюдо получило название «гунбаоцзидин» (宫保鸡丁), что в буквальном переводе означает «кусочки куриного мяса,

приготовленные по рецепту гунбао». Ведущие шоу отмечают, что впоследствии рецепт данного блюда распространился по всему миру и сейчас оно является одним из самых известных китайских блюд, что говорит о том, что кулинарная культура Китая влияет на другие кулинарные культуры, точно также, как и на нее оказывается влияние со стороны других культур.

Таким образом, проанализировав кулинаронимы китайской кухни, мы можем отметить глубокую связь с культурными традициями и историей, а также тот факт, что большинство кулинаронимов полностью или частично отражают в своем названии ключевой ингредиент блюда, способ приготовления, а в некоторых случаях также дополнительные ингредиенты. Несмотря на то, что описанные выше блюда относятся к традиционной китайской кухне, почти каждое из этих блюд относится к определенной провинции, которая является его родиной. Это говорит о том, что несмотря на территориальную и культурную целостность современного Китая, в отдельных регионах все же существуют свои древние традиции, рецепты блюд и своя кулинарная культура, отличающаяся специфическими вкусами, например, провинция Сычуань славится своими острыми блюдами, а кантонская кухня известна своими нежными и хрустящими блюдами.

**А.А. АНАНЧУК**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: М.В. Ярошук

## **СПЕЦИФИКА МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

К числу наиболее существенных отличительных признаков английского молодёжного сленга относятся следующие: сленг – это не литературная лексика, то есть слова и сочетания, находящиеся за пределами норм литературного английского (Standard English), что характерно для устной речи.

Фамильярная эмоциональная окраска многих слов и выражений сленга отличается большим разнообразием оттенков (шутливая, ироническая, насмешливая, пренебрежительная, презрительная, грубая и даже вульгарная). Это свойство очерчивает стилистические границы его употребления.

В зависимости от сферы употребления сленг можно подразделить на общеизвестный и общеупотребительный (General Slang) и малоизвестный и узкоупотребительный (Special Slang).

Многие слова и выражения сленга непонятны или малопонятны для основной массы носителей языка, особенно в период их возникновения и до перехода в более широкую сферу употребления, потому что прежде всего связаны со своеобразной формой выражения – например, при многочисленных случаях переноса значения (переносного употребления), столь характерного для сленга. Непонятность может также быть результатом того, что сленгизмы представляют собой заимствования из диалектов и жаргонов иностранного языка.

Сленг включает в себя различные слова и словосочетания, с помощью которых люди могут отождествлять себя с определенными социальными и профессиональными группами.

На наш взгляд, следует упомянуть о денотативном и коннотативном значении слова. Денотативное значение слова, по мнению И.В. Арнольд, несет в своем лексико-семантическом варианте первую часть информации, связанной с предметом сообщения и называющей понятие. Коннотация – это вторая часть информации, которую несет слово, а именно – сообщение, связанное с условиями и участниками общения. Именно в эту часть и входят коннотации:

эмоциональный, оценочный, экспрессивный и стилистический компоненты.

Слово может иметь и оценочный компонент значения, если оно одобряет или не одобряет то, что оно называет, то есть оно может выражать положительное или отрицательное суждение. Сравним: *time-tested method* (одобрение) и *out-of-date method* (неодобрение).

Слово имеет экспрессивный компонент значения, если его образность усиливает то, что называет это же слово или другие, синтаксически с ним связанные. «Например: *She was a thin, frail little thing, and her hair which was delicate and thin was bobbed...* (D.H. Lawrence. *The Fox*) (Она была тоненьким, хрупким маленьким существом). Слово *thing* вместо *girl* экспрессивно подчеркивает хрупкость девушки, выраженную прилагательными *thin, frail, little*.

Предметно-логическая часть, содержащая лексическое значение, является непростой, она отражает всю сложность понятия, выраженного в слове. Так, в основном значении слова *woman* мы различаем, как минимум, три компонента: взрослое человеческое существо женского пола.

Слово обладает стилистической коннотацией или стилистическим компонентом значения, если характерно для определенных функциональных стилей или сфер речи.

Иногда период между его появлением и переходом в сленг настолько короток, что оно может восприниматься как образование общего сленга. Сленговая лексика появляется только в рамках групп носителей языка, чья жизнь и деятельность характеризуется особыми условиями существования.

"Существует три основные причины, по которым то или иное слово попадает в сленг – полезность, мода и потребность в экспрессии (последняя причина выступает в качестве основной при формировании и пополнении синонимических рядов). Под полезностью понимается востребованность понятия, обозначаемого данным словом в традиционном обществе" [11, с.342]. Популярность того или иного слова всегда связана с определенными экстралингвистическими факторами. Слово может попасть в сленг из того или иного специального сленга, если будет употреблено в кино или на телевидении.

Формирование словаря сленга происходит за счет тех же источников и средств, которые свойственны языку вообще и английскому языку в частности. Если мы обратимся к В.Г. Вилюману, то в его работе увидим, что данный автор полагает, что главную роль

в пополнении этой стилистической группы в английском языке играет переосмысление слов в связи с их переносным употреблением, сужением и расширением значения. Многие слова сленга возникают путем сокращения слов, словосложения. Роль аффиксации в образовании слов сленга незначительна. Согласно его наблюдениям заимствования, которые подверглись фонетической адаптации и переосмыслению также являются продуктивным способом словообразования. Рассмотрим лишь некоторые особенности словообразования, ярко отражающие общие тенденции в английском сленге.

1. Обратное словообразование: to crack wise – «wisecrack»;
2. Заимствования из других языков: «swami guy» – божественный человек (от «swami» – отшельник или йогин, получивший посвящение в религиозном монашеском ордене (хинди));
3. Аффиксация – способ образования слов с помощью аффиксов, то есть, присоединение аффиксов к корню или основе слова. Например: «smiley» – знак-символ, «hacker» – программист-фанатик, «kludgy» – сделанный наспех, «crocky» – нежный, боящийся изменений;
4. Аббревиация: «pen» – penitentiary, «prowlie» – prowler car, «nix» – no, «dick» – detective, «competish» – competition, «rep» – reputation, «pixels»= «pix» – photos, 24/7 – 24 часа в сутки 7 дней в неделю;
5. Метафоризация является одним из самым продуктивных способов пополнения словарного состава сленгизмов. Наличие в молодежном языке метафор и метонимий объясняется тяготением к экспрессивности и стремлением к конкретным образам: «stay kind» («be healthy») – будьте здоровы; «to peak career-wise» – заняться карьерой; «to shake a bit» – потанцевать; «to bust out some moves» – показать класс в танце;
6. Наиболее многочисленным классом стал процесс переосмысления лексико – семантических единиц. По мнению В.Г. Вилюмана, переосмысление слов в связи с их переносным употреблением, сужением и расширением значения играет основную роль в образовании новых единиц сленга: to hang out (around) – тусоваться, бродить, cool – клевый, to shake somebody hard – сильно доставаться, artsy – пафосный, ink (tattoo) – татуировка, to hmmm (to think) – думать.



## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арнольд, И.В. Лексикология современного английского языка / И.В. Арнольд. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Высшая школа, 1986. – 295 с.
2. Виноградов, В.В. Избранные труды. Лексикология и лексикография/В.В Виноградов. – М., 1977. – С. 140-161.
3. Алимova Г. Ю. Молодежный сленг и разговорная речь в современной лингвистике // Молодой ученый. — 2017. — №12. — С. 606-608
4. Гальперин, И.Р. О термине «сленг» /И.Р. Гальперин//Вопросы языкознания. –1956.-№6. – С.107-114.

**А.С. БОРОВКОВА**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы  
Научный руководитель: Л.М. Серета

## **СОЗДАНИЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ОБРАЗА ПОСРЕДСТВОМ РЕКЛАМЫ**

В зависимости от характера рекламных сообщений выделяют два вида рекламы: товарная (коммерческая, функциональная) и престижная (имиджевая).

Товарная реклама представляет собой рекламу в традиционном понимании, целью которой является демонстрация преимущества определенного товара. Главными факторами, влияющими на решение потребителя, здесь являются цена и качество самого товара. Такая реклама оказывает непосредственное и быстрое воздействие на желание потребителя, и, таким образом, быстрее окупается.

В свою очередь, имиджевая реклама, как и следует из названия, позволяет создать определенный имидж, образ компании (а иногда и продукта). Имиджевая реклама не содержит призывов к приобретению, она просто знакомит потенциальных клиентов с брендом, формирует доверие, убеждает в необходимости своей работы. Она представляет собой информацию о компании, не ориентированную на конкретный продукт, а дающую более широкое представление о компании и ее роли в обществе. Может показаться, что такой вид рекламы менее эффективен, чем обычная товарная реклама, однако, в отличие от товарной рекламы, имиджевая имеет важное преимущество – она имеет долговременный эффект, а если точнее – формирует доверие и лояльность потребителей.

Престижная реклама вызывает в первую очередь к эмоциям потребителя. В целом, имиджевая реклама предназначается для создания ментального образа или портрета компании у потребителей [1]. Она строит в сознании потребителя положительный образ бренда или товара, дает потребителю понять, что, приобретая товары или услуги именно этой фирмы, он делает правильный выбор, так как эта компания совершает общественно-полезные дела, трепетно относится к своей продукции, заботится о мнении своих клиентов, поддерживает мировоззрение определенной группы людей и т.д.

Во время первой волны имиджевой рекламы сообщения в основном фокусировались на основных ценностях компании. В начале 1980-х годов American Express представила первую кампанию,

которая связала корпоративные ценности с благотворительностью. В своей рекламе компания объявила, что они жертвуют часть своей прибыли на восстановление Статуи Свободы [2], а именно – один цент каждый раз, когда кто-то пользовался ее кредитной картой. Кампания достигла отличных результатов: число новых держателей карт вскоре выросло на 45%, использование карт увеличилось на 28%, а на реставрацию Статуи Свободы было пожертвовано более 1,7 млн. долларов [3, с. 150]. В дальнейшем компания American Express представила программу «Charge Against Hunger» («Плата от голода»), в рамках которой средства, вырученные от использования карт АМЕХ, поступали в некоммерческую организацию по борьбе с голодом «Share Our Strength» («Поделимся нашей силой») [3, с. 153].

А.Н. Романов в учебнике «Маркетинг» [4, с.93] перечисляет следующие наиболее распространенные способы осуществления престижной рекламы: подготовка и публикация в журналах не рекламных материалов о достижениях компании, о социально значимых направлениях деятельности и т.п.; организация пресс-конференций с приглашением не только прессы, но и известных лиц из различных сфер; распространение фирменных журналов, брошюр, буклетов, сообщающих о достижениях, общественно-полезной деятельности компании, заботе о потребителях и т.п.; участие в благотворительных акциях (взносы в благотворительные фонды, участие в благотворительных «марафонах», других акциях в поддержку малоимущих слоев населения, больных детей, инвалидов, пенсионеров и др.); поддержка организаций здравоохранения, культуры, спорта, просвещения, образования и т.п.

Ким Шихан [5, с. 247] предложила несколько иную классификацию престижной, социально-ответственной рекламы. Она утверждает, что рекламодатели могут продемонстрировать свою социальную ответственность в рекламных сообщениях тремя способами: показать связь между социальными проблемами и продуктом, показать связь между социальными проблемами и компанией, а также показать, что корпорация жертвует средства на решение социальных проблем.

В первом типе социально-ответственной рекламы социальные проблемы упоминаются в сочетании с рекламируемыми продуктами. Таким образом, рекламодатель использует товар или услугу, чтобы привлечь внимание потребителей, а затем социально ответственное сообщение подсознательно ассоциируется с конкретным продуктом. Например, некоторые компании продвигают политику отказа от

тестирования продукции на животных, с целью привлечь внимание потребителей, также выступающих против такой практики.

Второй тип социально-ответственной рекламы содержит социальные проблемы и отношение к ним компании, но без привязки к конкретному товару или услуге. Примером такой рекламы являются многочисленные рекламные кампании, направленные на осведомленность общества о наличии определенных проблем, таких как, например, расизм, ненадлежащая среда для передвижения инвалидов-колясочников или угроза распространения СПИДа.

Третий тип социально-ответственной рекламы предоставляет потребителям информацию о том, что рекламодатели жертвуют часть своей прибыли на конкретную цель. Причем такая информация может быть как центром рекламного сообщения, так и одним из нескольких сообщений в рекламном объявлении. Это могут быть как постоянные, так и окказиональные пожертвования (например, на борьбу с текущей эпидемией COVID-19).

Помимо этого, на сегодняшний день стало уделяться гораздо больше внимания так называемой рекламной этике. Мими Драмрайт выделила [5, с. 3] три уровня этики рекламы:

Первый уровень – *«микроуровень»*, на котором рассматриваются отдельные люди. Суть этого уровня в том, что за создание рекламы отвечают люди, соответственно их моральные и этические ценности будут отражаться на рекламном сообщении, создаваемом ими.

Второму уровню Драмрайт дала название *«мезоуровень»*, на котором рассматриваются уже целые рекламные агентства. У любого агентства существует своя корпоративная этика и мораль, соблюдение которых работниками гласно или негласно поощряется. Это может быть, например, позиция по поводу окружающей среды или политики.

Третий уровень, соответственно, получил название *«макроуровень»*, и на нем рассматривается влияние рекламы на общество, а именно – как рекламное сообщение влияет на отдельных людей. Например, на этом уровне могут вестись размышления о том, как повлияет на общество реклама противозачаточных таблеток: приведет к уменьшению нежелательных беременностей или к более беспорядочным половым связям? Одной из главных этических дилемм в рекламе является ее провокационность. Существует негласное правило, что чем больше реклама шокирует, тем она успешнее.

Таким образом, имиджевая и социально-ответственная реклама наиболее тесно связана с общественным миром. Объектом такой

рекламы является не отдельный товар, а образ компании, ее общественная полезность, компетентность и т.д. Именно поэтому она наиболее подвержена влиянию социальных процессов и изменений – необходимо подстраиваться под изменяющиеся нужды и взгляды людей в меняющемся мире.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Brown, T.J. The company and the product: Corporate associations and consumer product responses // *Journal of Marketing*. – 1997. – № 61. – С. 68–80.
2. Webb, D.J. A typology of consumer responses to cause-related marketing: From skeptics to socially concerned // *Journal of Public Policy and Marketing*. – 1998. – № 17. – С. 226–240.
3. Steckel, R. Making money while making a difference. – Homewood, IL : High Tide Press, 1999. – 248 с.
4. Романов, А.Н. Маркетинг: учебник / А.Н. Романов. – М. : Банкии биржи, ЮНИТИ, 1995. – 560 с.
5. Kim, S. Controversies in Contemporary Advertising / S. Kim. – SAGE Publications, 2013. – 336 с.

**Д.Ф. БРОНОВА**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: С.В. Адамович

## **МОРФОЛОГИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ВЕЖЛИВОСТИ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ**

К морфологическим средствам выражения вежливости в английском языке относятся сослагательное наклонение и пассивный залог.

Сослагательное наклонение широко используется в высказываниях, содержащих просьбу.

Например: «*I would like to invite you to a seminar that I'm confident will interest you I would be very grateful if you consider my application.*

*I would like to help you make it more attractive to the customers. I am the owner of rose gardens, we grow fine roses all the year round. Roses would become a very good decoration for all wedding ceremonies.*

*I would like you to replace the item or give me back my money.*

*I'd like to book a single room in your hotel from August 1 till August 10. Could you please tell me the price per night including breakfast and dinner if possible?*

*We would like to know more about your company's products offers and would appreciate receiving your wholesale price list.*

*However, there are some points which I would like clarified before we go ahead and order the system.*

*Could you please tell me the price per night including breakfast and dinner if possible?*

*I would be very grateful for a swift response to these queries, in order that we can begin the process as soon as possible».*

Конструкции в страдательном залоге *you are provided, you are (not) supposed, you are requested* позволяют смягчить категоричность запрета и часто используются в правилах поведения в общественных местах.

Например: «*You will be provided with company car according to the corporate policy and full medical insurance.*

*If there is any report that is required I will get it from other team members».*

«Единицы модальности выступают как важнейшее средство языка, которое позволяет достичь следующие стратегические цели: избежать прямого волеизъявления говорящего, передать его в

косвенной форме; выразить неуверенность в возможности осуществления названного действия, подчеркивая таким образом нереальность его реализации; предоставить возможность адресату не осуществлять называемое действие; дистанцировать как слушающего, так и самого говорящего от называемого действия и др.» [1, с. 15].

Например: «*You may learn about job conditions in job offer attached to this letter. Can't you do it any quicker? Can you send me this information?*»

«В английском языке выделяются следующие основные модели реквестивных побудительных высказываний с модальным компонентом: «*Can (could) you + Verb Phrase?*»: например, *Can you spare me a few minutes?* (просьба о действии); *Can you come over today?* (приглашение)» [2, с. 68].

Следует отметить, что в просьбах, требующих больше усилий и времени, употребляется гипотетическая форма *could*, при этом часто добавляются прагматические маркеры вежливости типа *kindly*, *possibly* и т.п.: «*Could you + kindly/possibly + VP?*». Как вариант этой модели довольно распространена форма *Could you do me a (big) favour?* (просьба с эксплицитным выражением коммуникативного намерения). «*Can't (couldn't) you + VP?*» [2, с. 68].

Степень вежливости вопросительно-отрицательных высказываний будет определяться в каждом конкретном случае их употребления в зависимости от широкого контекста, как семантического, так и прагматического: «*Will (would) you + VP?*» [2, с. 68].

Например: *Would you help me with this translation?* (вопрос-просьба о намерении, желании).

Модель «*Can you + VP?*» [2, с. 68] является более вежливой формой побуждения по сравнению с «*Will you + VP?*» [2, с. 68] на том основании, что отказ выполнить действие является более естественным по причине возможности/невозможности, чем по причине отсутствия желания.

«*Won't you + VP?*» [2, с. 68].

Например: *Won't you provide me this information?*

Вместе с тем употребление «*Won't you + VP?*» в речевом акте приглашения является весьма вежливой, поскольку «заставляет адресата совершить бенефактивное для него действие» [3, с. 116]: «*Won't you come to our party tomorrow?*». Далее следуют вопросы, ориентированные на говорящего, т.е. на самого себя, а они являются всегда более вежливыми, чем вопросы, направленные на собеседника. «*Can (could) I + VP*», например: *Can I take your pen?* (просьба-

разрешение); *Can I help you?* (предложение). «*May (might) I + VP?*», например: *May I come in?* (вопрос о разрешении); *May I have the bill?* (просьба). Следует отметить, что *May I...?* более вежливо, чем *Can I...?*: *may* выражает большее почтение к адресату [3, с. 116].

Различие между *can* и *may* при выражении речевого акта разрешения заключается в коммуникативном контексте употребления: *may* чаще встречается в официальной обстановке общения при далекой «социально-психологической дистанции между коммуникантами, *can* – обычная форма в нейтральной или непринужденной обстановке и при близкой социально-психологической дистанции между коммуникантами» [3, с. 116]. Хотя следует также признать, что в настоящее время грань между *may* и *can* постепенно стирается.

В последней группе моделей именная, глагольная или адвербиальная фразы ограничены определенной лексико-семантической группой. Модальный элемент предикации способен оказывать влияние на ракурс оценки ситуации, который говорящий волен выбирать намеренно: он может явно выразить или скрыть истинные интенции и прагматические задачи высказывания.

Так, например, форма *will* может быть интерпретирована как побудительный речевой акт в «*Will you listen to me and stop interrupting?*» и как вежливое предложение в «*Will you have another slice of lemon?*» [3, с. 116].

Таким образом, в приведенных выше типовых реквестивных (интеррогативных) моделях побудительных (директивных) речевых актах принцип вежливости определяет поведение обоих коммуникантов, как адресанта (говорящего), так и адресата (слушающего): эти модели служат вежливой формой побуждения в силу того, что направлены на выяснение возможностей адресанта/адресата совершить каузируемое действие и тем самым демонстрируют уважительное отношение говорящего к личности адресата.

## СПИСОКЛИТЕРАТУРЫ

1. Тарнаева, Л.П. Обучение будущих переводчиков трансляции культурно-специфических смыслов институционального дискурса: автореф. дис. ... д-ра педагог. наук: 13.00.02 / Л.П. Тарнаева. – Российский государственный педагогический университет. – Санкт-Петербург, 2011. – 42 с.



2. Джиева, А.А. Английский менталитет сквозь призму языка: концепт PRIVACY // Вестник МГУ. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникации. – №1. – М., 2006. – С.41–59.

3. Ларина, Т.В. Категория вежливости и стиль коммуникации: Сопоставление английских и русских лингвокультурных традиций. – М. : Рукописные памятники Древней Руси, 2009. – 516 с.

**Д.М. БУРАЧУК**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель: К.Н. Веремейчук

## **МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ОСОБЕННОСТИ В РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ**

Манипуляция – способ воздействия на человека с целью переубеждения и навязывания своих мыслей, решений, желаний и т.п. Манипуляции производятся не только человеком на человека, но и текстом, мелодией, изображением, цветом на человека. Тема манипуляции и на сегодняшний день остаётся актуальной, однако она до сих пор малоизучена, и на это есть несколько причин: сложность выяснения истинных мотивов манипулятора, особенности поведения каждого человека, отсутствие определённых знаний в области психологии и т.д. Для того, чтобы руководить людьми и заставить их купить ваш товар или воспользоваться вашей услугой, требуется определённая стратегия и приёмы. Одними из таких манипулятивных приёмов являются следующие: эвфемизмы, риторические вопросы, живлённая оценка, переосмысление, имплицатуры и сравнение в пользу манипулятора.

Рассмотрим всё по порядку. Эвфемизация – замена слов с негативным значением на слова с положительным или нейтральным значением. Людям не всегда приятно слышать правду в её настоящем звучании, это может отпугнуть покупателя и развить у него негативные ассоциации с вашей компанией. Чтобы избежать такого результата рекламные компании заменяют более грубые и конкретные слова на что-то более завуалированное и менее оскорбляющее, например, «бедные» – «люди с низким доходом», «глупый» – «некомпетентный», «инвалиды» – «люди с ограниченными возможностями» и другое [1].

Риторический вопрос – вопрос, не требующий ответа. Этот приём не требует то покупателя какого-либо конкретного ответа. Ответ уже есть и всем очевиден, но то, что вы уже знаете правильный ответ и соглашаетесь заставляет вас покупать товары, которые могут вам быть не нужны. Риторические вопросы задаются на основе очевидных фактов и стереотипов, например «*Надоели укусы от комаров, зуд и жужжание?*» Конечно же, надоели. А кому они не надоели?

С помощью живлённой оценки фирмы не вызывают у нас желания оспаривать качество продукта, так как в рекламе было

сказано, что продукт отличного, хорошего, лучшего качества. Во время просмотра рекламы люди задумываются насчёт качества товара и начинают сомневаться. Чтобы такого не происходило, компании сразу пишут про положительное качество продукта, тем самым отвечая на вопросы потенциальных покупателей и не заставляя их сомневаться, ведь сомнение – один из главных врагов бизнес-индустрии.

Переосмысление – также является одним из действенных способов манипуляции. При переосмыслении продукту присваиваются те положительные качества, которые выгодны манипулятору. Это также может проявляться в выделении положительных моментов при неутешительной ситуации, например, при ограблении какого-либо магазина, манипулятор может сказать, что даже грабители предпочитают грабить именно его магазин и именно его технику. С помощью такого способа манипулятор выделил положительное в данной ситуации, что заставляет потенциальных покупателей убедиться в качестве товара, ведь не будет же грабитель воровать что-либо бесполезное или не имеющее высокую ценность.

Имплицитурны – скрытая информация в тексте, которая открыто не выражается, но подразумевается. Благодаря имплицитурнам, манипуляторы могут «вселить» в покупателя выгодные ему качества и, чтобы продать товар, сказать, что именно его продукции не хватает покупателю для того, чтобы быть лучше, сильнее, умнее и т.д. Например, *«Новая красота от Sunsilk»*. Скрытый смысл: вы и так красивы, но с помощью продукта Sunsilk вы станете ещё красивее, у вас появится новая красота.

Сравнение в пользу манипулятора – сравнение своего продукта с таким же продуктом, но гиперболизируя свойства своего товара. При таком приёме манипулятор сравнивает свой продукт с таким же продуктом, но другой фирмы, при этом он не оглашает название продукта конкурента по закону рекламы и присваивает более положительные качества своему товару, например в рекламе стирального порошка Ариэль мы слышим такой текст: *«Это обыкновенный стиральный порошок, а это – Ариэль»*. Здесь покупатель понимает, что порошок Ариэль – необычный стиральный порошок, значит он лучше, следовательно надо его попробовать и узнать в чём именно он лучше и действительно ли он таков, как его рекламируют [2].

Кроме того, любые манипуляции в рекламе – это не только игра с нашим разумом, но и с нашими чувствами. Ведь никто не захочет просто крем для лица или чипсы. Люди хотят покупать молодость, образ, удовольствие, наслаждение и другие чувства, столь не достающие современному человеку. Ещё один хороший способ продать продукт или хотя бы создать стойкую ассоциацию с товаром – это вызвать у потенциального покупателя эмоции. Эмоции в большинстве случаев берут верх над логикой и благоразумием, эмоции запоминаются сильнее, чем логические рассуждения. Даже реклама, которая всем уже надоела и постоянно прокручивается, лучше запоминается, чем эмоционально нейтральный ролик. Ведь многократный повтор какой-либо информации превращается в аксиому для аудитории.

Рифмы и стихотворения – отличный способ заставить человека неосознанно запомнить информацию про товар. Даже детям довольно-таки легко запомнить такие стишки, например: *«семь, семь, восемь, восемь – позвони и мы подбросим»*. Данные слова хорошо рифмуются, стихотворение небольшое и звучит интересно [3].

Помимо полезных товаров, нужно к тому же продать товары, которые, возможно, не нужны человеку. Как же это сделать? Можно создать проблему из ниоткуда, например, можно прорекламировать смываемую втулку от туалетной бумаги, средство от бактерий под ободком унитаза, запах изо рта и перхоть, которые должны лечиться, а не волшебным способом исчезнуть благодаря чудо-средству [2].

Лень – ещё один инструмент, который фирмы могут использовать для продажи своего товара. С годами человечество придумывает всё больше и больше вещей, облегчающих нашу жизнь. Всё больше и больше людей заняты работой или семьёй и просто не имеют время приготовить ужин, поэтому мультиварка станет тем самым спасением в их жизни. Манипуляторы знают про темп жизни современного человека, знают, что после работы у человека не будет времени и, скорее всего, желания готовить что-либо себе, поэтому реклама мультиварки как раз поднимет им продажи. Даже если рассматривать смываемые втулки от туалетной бумаги, то можно сказать, что выбросить втулку – дело несложное, но зачем тратить время на поиск урны, если это можно смыть в течении пары секунд, тем более человеку будет интересно понаблюдать, как смывается втулка и проверить, действительно ли она растворяется.

Страх – ещё один способ навязать человеку свой товар. Компаниям выгодно запугать человека, ведь это очень сильное

чувство. С помощью страха можно прорекламирровать кисломолочный продукт, повышающий иммунитет и защищающий от различных респираторных заболеваний, например, в ролике вы можете увидеть болеющего ребёнка, которому мама даёт данный кисломолочный продукт, и он мгновенно выздоравливает, ведь иммунитет укрепился, значит, ребёнку не страшны никакие заболевания. Страх перед болезнью, смертью, беспомощностью и отсутствием возможности работать и обеспечивать семью заставляет людей покупать этот продукт [3].

Подводя итоги, хотелось бы выделить, что манипулятивные приёмы выступают как специально организованные методы воздействия на человека, которые осуществляются с помощью графических и невербальных средств. Они могут напрямую воздействовать на человека и в скрытой форме. Несмотря на то, что сейчас в каждой рекламе используется какой-либо манипулятивный приём, мы должны остерегаться их воздействия на нас и быть более осведомлёнными в данной области.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Быкова, О.Н. К вопросу о языковой манипуляции в СМИ / О.Н. Быкова. – Красноярск, 1999. – С. 18–22.

2. Ворошилова, М.Б. Креолизованный текст: аспекты изучения / М.Б. Ворошилова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://politlinguist.ru/materials/mono/Ворошилова%20Политический%20КТ-2013.pdf>. – Дата доступа : 24.04.2021.

3. Попова, Е.С. Структура манипулятивного воздействия в рекламном тексте / Е.С. Ворошилова // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://elar.ufr.ru/bitstream/10995/24067/1/iurg-2002-24-23.pdf23.pdf>. – Дата доступа : 24.04.21.

**А.В. БУХОВСКИЙ**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: С.В. Адамович

## **ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ ПРИРОДА НАЦИОНАЛЬНО-СПЕЦИФИЧЕСКИХ ЭТИКЕТНЫХ ФОРМ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ**

Национальная специфика речевого этикета находит свое выражение, прежде всего, в том, что «количество и качество социальных ситуаций, выражаемых посредством формул речевого этикета, в различных языковых коллективах может не совпадать. Кроме того, различными могут быть количество этикетных единиц в тематических группах сопоставляемых языков, может наблюдаться варьирование количества синонимов в синонимических рядах этикетных формул, а некоторые единицы речевого этикета могут быть безэквивалентными» [1, с. 13]. Так, например, можно говорить об «отсутствии прямого соответствия в семантической структуре английских формул этикета *Goodmorning / afternoon / evening* и русских *Доброе утро / день / вечер*. Английские формулы сопоставляемой пары оказываются шире по своему значению, поскольку могут выступать и в качестве формул прощания, в то время как русские формулы используются, главным образом, только как вербальные маркеры приветствия» [1, с. 13].

Различия в поведенческом этикете сопоставляемых лингвокультур также в значительной степени «обусловлены национально-культурными традициями. Таким образом, речевой этикет признается тесно связанным с национально-культурной традицией. В нем отражаются и фиксируются условия и образ жизни конкретной нации, народные обычаи и традиции, уровень развития общества, его культура и искусство, мораль и религия, а также т.н. «психологический склад» нации, ее менталитет» [1, с. 15].

Одними из наиболее распространенных формул приветствия в современном английском языке являются единицы, указывающие на время суток:

*Goodmorning, sir. It is us, and we have the young lady you sent us to fetch for you.*

*Goodevening, friends.*

Для современного этапа развития английского языка характерно значительное распространение формулы *hello*, которая встречается в речи в виде различных модификаций: *Hullo, Hallo*.

Формула приветствия *Hello* и ее модификации удобны благодаря их краткости и сравнительной универсальности. Вероятно, это и послужило причиной их широкого распространения в англоязычной коммуникации:

*Cliff: There you are, dillin? Hullo, Helena.*

*«Beatie: Hello poppy Bryant.*

*Mr. Bryant: Hello Beatie. You're here then.»*

*"Hello, Ratty," he said. "Good to see you again. Do you know where Door is?"*

Формула неофициально-дружеского приветствия *hi* получила широкое распространение в англоязычном повседневном общении. *Hi* – приветствие непринужденного характера, свойственное неофициальному общению:

*«Hi, Pusey! When's your next picture?»*

Система формул прощания в английском языке представлена формулами *goodbye, bye*:

*"Good-bye," said Richard.*

В английском языке отмечается функционирование разговорно-фамильярных формул прощания *see you, solong, cheero / cheerio* и их вариантов:

*See you on Monday.*

*See you anon.*

*See you soon.*

*«Cheero, skipper. See you later.»*

На основе формулы *cheero / cheerio* могут образовываться и окказиональные формулы прощания:

*Pamela (blowing him loud mock kisses): Cheeribye, darling.*

Система формул приветствия и прощания в современном русском языке представлена следующими.

В настоящее время широко используется универсальная формула *здравствуйте* и ее варианты *здравствуй, здорово*:

*Здравствуйте, дорогие гости!*

*Здравствуй, Дорогой ... – Здравствуй, Дорогая.*

*Здорово всем! Вчера случай был прикольный, до сих пор как вспомню так смех пробирает.*

В русском языке отмечается активное употребление стяженной формулы *здрас(ь)те*, которая является неофициальной разговорной формой:

*«Здрасьте. А я вы откуда?»*

*«Здравствуйте. Могу я видеть Катю и Диму?»*

*«Это мы. Здрасьте».*

Формулу приветствия *здрасьте* можно услышать не только как краткое приветствие, но также и для выражения удивления, часто неприятного:

*«Здрасьте! Что всё это значит?!»*

Сходным с формулой *здрасьте* значением обладает и формула *привет*:

*«Привет, дружище! Как ты жив-здоров?»*

Группу часто употребляемых формул приветствия составляют единицы, указывающие на время суток:

*«Доброе утро!»*

*«Добрый день!»*

*«Добрый».*

Ответ с использованием первой части приветствия характерен для всех формул с указанием времени.

*«Вечер добрый всем!»*

В русском языке функционируют непринужденно-фамильярные формулы приветствия *салют / салютик*, формула прощания *пока*:

*«Всем салют!»*

*«Олежка, если ты решил от меня избавиться, то учти – у тебя это не получится. Пока! Собирайся».*

В русском языке отмечается расширение состава прощаний-пожеланий:

*«До свидания вам и всем».*

*«До свидания и удачи».*

*«Успехов тебе, Олежка, до свидания!»*

*«Счастливо оставаться».*

В связи с расширением культурных контактов в русский язык входят заимствованные формулы прощания *адье, чао, бай*:

*«Прощай, дорогая! Видно, не судьба нам быть вместе. Адье! ...»*

*«Бай! Не поминай лихом».*

*«Хотя он простился с ней и даже сказал «чао», но она почему-то постоянно попадалась ему на глаза ...».*



Последняя формула в приведенном примере своей необычностью подводит итог всей неискренней ситуации коммуникации, поскольку ее значение противоречит предшествующему обещанию.

Таким образом, как в англоязычном, так и в русскоязычном общении часто используются упрощенные формулы приветствия и прощания с целью снижения официальности и церемонности повседневного общения. Также отмечено использование с той же целью формул: *hi, cheero / cherio* в английском и *чао, пока, бай, салют* в русском.

Различия системы формул речевого этикета английского и русского языка касаются как структурных особенностей языковых единиц, так и характера их функционирования.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1.1. Формановская, Н.И. Вы сказали: «Здравствуйте!» (Речевой этикет в нашем общении) / Н.И. Формановская. – М. : Знание, 1982. – 160 с.

**Д.И. ВИШНЕВСКАЯ**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: Е.В. Гулевич

## **УЧЕТ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ Д. БАЙДЕНА**

Байден пообещал быть президентом для каждого американца, в том числе, для тех, кто голосовал за Трампа. Он написал в Twitter, что стать президентом для него честь, и впереди ждет трудная работа во благо всех американцев, независимо от того, за кого они голосовали: «Нам предстоит трудная работа, но я обещаю следующее: я буду президентом для всех американцев, голосовали вы за меня или нет», – написал он [1].

Джо Байден всегда делает ставку на личные отношения. Кандидат в президенты часто общается с другими политиками и зарубежными партнерами, а также откровенно высказывает свои мысли в частных беседах, пишет в мемуарах бывший советник Обамы Бен Родс. «Он ходил по коридорам Западного крыла [Белого дома], останавливаясь для разговоров с людьми, придерживая их за предплечье во время беседы», – отмечал он [2].

Работавший с Байденом глава Пентагона Роберт Гейтс отметил его чувство юмора, открытость и честность. «Джо невозможно не любить, – утверждает Гейтс. В то же время он занимал ошибочную позицию почти по каждому вопросу в повестке международных отношений и национальной безопасности в течение последних сорока лет» [1].

Большинство американцев разделяют взгляды Байдена. Он является противником свободного ношения огнестрельного оружия. Также выступает за увеличение государственного финансирования альтернативных источников энергии для борьбы с глобальным потеплением. Считает себя ревностным католиком. Неоднократно выступал против дискриминации по цвету кожи, гендеру, вероисповеданию и сексуальной ориентации.

С начала пандемии коронавируса Джо Байден много раз публично обращался к населению страны и часто находил время, чтобы выразить соболезнования родственникам умерших. На сегодняшний день в Соединенных Штатах от последствий COVID-19 скончалось более 225 000 человек.

Высказывания Байдена на эту тему резко контрастируют с мнением президента США Дональда Трампа. Трамп сам переболел коронавирусом и после возвращения в Белый дом из клиники заявил, что этой болезни не нужно бояться.

Джо Байден же, со своей стороны, призывает американцев постоянно носить маски, соблюдать социальную дистанцию и серьезно относиться к риску заразиться. Байден пообещал, что, заняв Белый дом, уже «с первого дня» представит план по дальнейшему противодействию пандемии коронавируса, в том числе введет федеральный масочный режим.

По словам Джо Байдена, граждане США выбрали его и кандидата в вице-президенты Камалу Харрис, чтобы задействовать силы, представляющие «достоинство и честность, силы науки и надежды ради великих битв нашего времени» [2]. В том числе в контроле над вирусом, построении процветания, обеспечении здравоохранения, расовой справедливости и искоренении системного расизма, а также спасении климата.

Кроме того, Байден в своем обращении к американцам заявил, что необходимо восстановить достоинство, защитить демократию в стране и обеспечить всем гражданам США равные возможности.

Джо Байден пообещал стать «президентом, который будет не разъединять, а объединять» [2].

Таким образом, мы можем видеть, что главный фокус нового президента Соединенных Штатов находится на американском народе. Он всеми своими выступлениями и речами показывает, что все, что он делает, он делает для своего народа и только для них. Джо Байден мечтает добиться полнейшего равноправия между людьми Америки и убрать все стены разделяющие сегодня народ США.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. ЛІГА Бізнес Інформ [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://file.liga.net/persons/bayden-dzhozef>. – Дата доступа : 10.12.2020.
2. Deutsche Welle [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.dw.com/ru/kto-takoj-dzho-bajden-portret-novogo-prezidenta-ssha/a-55510733>. – Дата доступа : 10.12.2020.

**К.В. ГРИГЕНЧА**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы  
Научный руководитель: Л.М. Середа

## **ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ КОНЦЕПТА «КРАСОТА» В МУЖСКИХ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ И ИНОСТРАННЫХ ГЛЯНЦЕВЫХ ЖУРНАЛАХ**

Поскольку большинство глянцевого журналов считаются познавательно-развлекательными, их основная цель найти свою потребительскую аудиторию для продвижения каких-либо товаров и идей. Невозможно создать журнал, который будет угождать каждому индивиду, именно поэтому они разделяются на разные группы по интересам. В этой части исследования мы изучим два популярных журнала, которые позиционируют себя как мужские журналы – Esquire и GQ. Начнем наше изучение с Esquire.

Редакция Esquire предполагает, что их целевая аудитория имеет определенный достаточно высокий социальный статус, а также является потребителем товаров премиального сегмента. В их представлении – это мужчина, который имеет определенный успех или же активно стремится его достичь. Он хочет получить информацию, а не увязнуть в ней, идет ли речь о покупке костюма или автомобиля, о новых книгах или о музыке. Следовательно, журнал Esquire освещает те области жизни, которые наиболее привлекательны для данной целевой категории читателей.

Целевая аудитория рассчитана на взрослых мужчин, занявших определенный статус в обществе. По задумке авторов, он должен был стать серьезным журналом для взрослых мужчин, но не детским, не студенческим, не развлекательным. Но сейчас, наверное, половина его читателей – студенты. Кроме того, несмотря на то, что журнал мужской, среди его читателей много девушек. Аудитория у журнала не большая, но постоянная.

Содержание издания: материалы о стиле, моде, бизнесе, политике, о новинках техники, машинах, здоровье, истории известных людей, интервью, рассказы, эссе.

Самой яркой отличительной особенностью мужских журналов от женского, является минимализм. Страницы не перегружены информацией и множеством сносок к отдельным иллюстрациям. Лексическая составляющая проста и лаконична, но не примитивна.

Все страницы, иллюстрации и фотографии имеют спокойные пастельные тона, отсутствует яркость и броскость.

Как и любой гляцевый журнал, большая часть страниц занята рекламой. Она и является основным источником доходов издания. В отличие от женских журналов, где превалирует реклама брендовой косметики по уходу за собой, в мужских журналах акцент смещен на одежду (в основном костюмы и смокинги), автомобили и дорогие брендовые часы. В британском издании [1] огромное внимание уделяется не только внешнему виду мужчины, но и внутренней составляющей оного. И речь идет не только о физическом состоянии тела мужчины (хотя оно также имеет значение), а о его умственных способностях и умении понимать искусство.

Мужская внешность в журнале разделяется на 2 категории. Первая, это модели, высокие молодые парни худощавого телосложения без растительности на лице, и вторая – это взрослые мужчины (старше 25 лет) крепкого атлетического телосложения с ухоженной и небольшой растительностью на лице. Второй тип является ориентировочным видом внешности, точнее красоты для читателей журнала.

Что касается женского пола, то в журнале практически отсутствуют их фотографии, информация, интервью или рубрики, написанные женщиной. Из множества фотографий, представленных в журнале, женщины были в кадре только на 5. Примечательно то, что они всегда находились позади мужчины, либо рядом, слегка закрыты мужским плечом.

Российская версия журнала [2] отличается многим. Стоит отметить яркость иллюстраций бросающихся в глаза, огромное количество фотографий на одной странице журнала. Это можно обусловить тем, что основой рабочего коллектива редакции являются женщины. Согласно этому факту, в журнале появляются рубрики про молодых начинающих звезд-девушек и интервью с ними, однако, подобное отсутствует в британской версии журнала.

Как утверждалось ранее, основная задача развлекательного журнала, это отвлечение читателя от проблем повседневной жизни. Отечественная версия популярного журнала полностью пренебрегает этим условием. В журнале освещаются достаточно жестокие новости и события. Спортивные рубрики не могут быть проигнорированы в мужском журнале. Однако, на весь журнал есть только одна реклама фитнес-центра. Помимо прочего, наличествует статья, посвященная боям без правил, включающая в свой состав фотографии бойцов на

ринге без цензуры, с заметными травмами и увечьями. Это один из видов пропаганды мужественности, борьба между мужчинами считается в нашем обществе абсолютно нормальным и даже поощряемым действием, так как это показывает нам принцип эволюции, где сильнейший автоматически становится лучшим и привлекательным.

Мужчины представлены в журналах так же, как и в британской версии. Таким образом, красивый мужчина успешен, умен, носит стильную одежду, читает книги и занимается спортом. В российской версии отлично прописана женщина. Практически каждые 5 страниц мы видим фотографии женщин–моделей рядом с мужчиной. В рубрике «афиша» представлены 5 фильмов про сильных женщин, среди них есть фильм «Чудо-женщина». Усредненный образ привлекательной девушки, представленный в журнале, включает в себя такие характеристики, как: спортивное телосложение, высокий рост, преимущественно светлый цвет волос, а также четкие и выраженные черты лица. Привлекательными чертами характера являются: женственность, нежность, но также считается привлекательной сила воли и бесстрашие женщины перед проблемами.

Еще одним известным гляцевым журналом, который мы проанализируем, будет «GQ». Полное название состоит из аббревиатуры двух слов: «Gentlemen's Quarterly», что дословно переводится как «мужской ежеквартальник». Постоянные рубрики журнала: путешествия, новости от ведущих дизайнеров, истории успеха, тенденции науки, техники и культуры, здоровье, гастрономия и отели мира, а также бизнес, спорт, женщины, эротика, автомобили. «GQ» рассчитан на аудиторию мужчин старше 23 лет. GQ – это тот журнал, который на своей обложке чаще всего демонстрирует мужчину. В частности, этот мужчина должен быть успешен и богат, известен и отличаться хорошими внешними и физическими данными.

Первые страницы журналов однотипны: реклама духов, часов, модной одежды известных брендов. Реклама в английской версии журнала GQ так же отличается. Чаще всего, реклама занимает целую страницу. Также во всех изданиях в начале есть колонка автора. Затем, в каждом издании есть история про какого-нибудь известного человека, о его образе жизни и хобби. Рубрики английских [3] и российских [4] выпусков во многом совпадают. Общие рубрики: жизнь, путешествия, машины, спорт и многие другие.

Обратим внимание на гендерную подачу мужчин и женщин. По

анализу фотографий из журнала мы видим, в основном, мужчин возраста от 25 до 35 лет (за исключение некоторых успешных мужчин), стильных в одежде, умеющих ценить искусство и образованных, часто смуглых, ухаживающих за своей внешностью. Журнал доносит читателям, что красивый мужчина – это тот, кто обладает внешними данными и тот, кто добивается в жизни всех своих целей. Эти стандарты распространены как в английском, так и в российском журналах. Женщины в GQ, как и в Esquire не играют ключевую роль; их фотографии и информация о них не несет ценности мужскому кругу читателей. В основном представлены женщины-знаменитости и партнеры, или супруги мужчин. По мнению данного журнала, красивая женщина – успешна, сексуальна и стильно одета.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Esquire UK October 2020 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://models.com/work/esquire-uk-esquire-uk-septemberoctober-2020-cover>. – Date of access : 02.12.2020.
2. Esquire RU Октябрь 2020 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://esquire.ru/magazine/2020/173>. – Date of access : 05.12.2020.
3. GQ UK October 2020 [Electronic resource]. – Mode of access : [https://www.ebay.co.uk/b/October-GQ-MonthlyMagazines/280/bn\\_21170905](https://www.ebay.co.uk/b/October-GQ-MonthlyMagazines/280/bn_21170905). – Date of access : 10.12.2020.
4. GQ RU Октябрь 2020 [Electronic resource]. – Mode of access : <https://catalog-n.com/zhurnal-gq-oktyabr-10-2020>. – Date of access : 11.12.2020.

## И.И. ДЕРЕВЯНКО

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: С.В. Адамович

### СИНТАКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧЕЙ Д. ТРАМПА

Сфокусируем внимание на средствах экспрессивного синтаксиса. Отличительной чертой выступлений Дональда Трампа является повторение. Он часто начинает своё выступления словами: «Well, **thankyou** very much. **Thank you. Thank you** very much. Please sit. Thank you». Заканчивает таким образом: «**Thank you** very much. **Thank You**» [1]. Повтор в данном случае используется для выражения чувства глубочайшей благодарности, а также для благоприятного расположения аудитории. Таким образом, Дональд Трамп начинает и заканчивает почти каждое своё выступление.

В речах Д. Трампа присутствует характерная парцелляция: «**They're** bringing drugs. **They're** bringing crime. **They're** rapists» [2]. Также в данном примере присутствует синтаксический параллелизм.

В высказывании Д. Трампа используются анафора и синтаксический параллелизм: «**We will** face challenges, **we will** confront hardships, but **we will** get the job done». Данный приём позволяет сконцентрировать внимание слушателя, создать определённый фокус и усилить воздействие. Анафорический повтор словосочетания «**we will**» создаёт определённый акцент на вовлечённости всех граждан Америки в процесс будущих изменений и преобразований. Дональд Трамп формирует чувство единения и значимости каждого американца.

В данном примере используется повтор слова «protected». «**We are protected** and **we will always be protected. We will be protected** by the great men and women of our military and law enforcement. And most importantly, **we will be protected** by God» [3].

«**We won** the great State of Ohio. **We won** Texas, **we won** Texas. **We won** Texas. **We won** Texas by 700,000 votes and they don't even include it in the tabulations. It's also clear that **we have won** Georgia» [1]. Дональд Трамп использует в данном случае анафорический повтор для подчёркивания факта своей победы во время избирательной кампании.

Постоянное повторение, возможно, не самый изощренный риторический приём, однако в эпоху бесконечных информационных потоков и отсутствия концентрации, это самый действенный способ.



Идея проста: даже если вы почти не смотрите телевизор или ненавидите листать страницы социальных сетей, суть сообщения проникает и остаётся в вашем сознании. А в условиях сегодняшней информационной перегрузки многие избиратели нередко теряют смысл выступления.

«We're up 600... **Think of this. Think of this. Think of this.** We're up 690,000 votes in Pennsylvania, 690,000» [1]. «**And we're going to take care of our country.** Okay. **We're going to take care of our country.** So just in finishing, our **country** is starting to do very well» [4]. «**Jobs** are at a record level. **Jobs** are so good. 2.7 million **jobs** created since the election» [4]. Также повтор.

Многочисленные повторы и параллельные конструкции дают возможность создавать особый ритм речи, а также придают ей целостность и высокий уровень эмоциональности.

Дональд Трамп не отделяет себя от общества и часто употребляет слово «мы». Это позволяет ему создать акцент и вызвать чувство сплочённости нации. Примером может выступить «**We will bring back our jobs. Wewill bring back our borders. Wewill bring back our wealth. And we will bring back our dreams**» [3]. В данном случае присутствует анафорический повтор в сочетании с использованием параллельных конструкций. Также повтор местоимения «our» используется для выражения единства американцев. Следует отметить, что местоимение «мы» встречается в речи значительно чаще, чем местоимение «я».

Дональд Трамп неоднократно использует эпитету в сочетании с синтаксическим параллелизмом: «**Their victories have not been your victories. Their triumphs have not been your triumphs**» [3].

«So to all Americans in every city **near and far, small and large**, from mountain to mountain, from ocean to ocean, hear these words» [3]. В данном примере применяется параллельная конструкция в сочетании с антитезой.

В высказывании многократно встречается многосоюзие, с помощью которого делается акцент на важности каждой из перечисленных частей: «We will build new roads and high ways **and bridges and airports and tunnels and railways** all across our wonderful nation» [3].

«...the tax cuts are phenomenal **and** popular **and** helping people **and** helping our country» [47].

Для выражения контраста встречаются следующие виды повтора и параллелизма:

- анадиплосис: «Everyone is listening to **you** now. **You** came by the tens of millions...» [48]
- рамочная конструкция: «**The forgotten** men and women of our country will be **forgotten** no longer» [3].
- хиазм: «What truly matters is not which party **controls our government** but **whether our government is controlled** by the people» [3].

Дональд Трамп активно использует умолчание для подчёркивания того, что он якобы хочет скрыть. «**And we won't be using a man like Secretary Kerry that has absolutely no concept of negotiation, who's making a horrible and laughable deal, who's just being tapped along as they make weapons right now, and then goes into a bicycle race at 72 years old, and falls and breaks his leg. I won't be doing that. And I promise I will never be in a bicycle race. That I can tell you**» [2].

Таким образом, в речи Дональда Трампа используются в большей мере синтаксические средства выразительности, такие как разнотипные виды повторов, синтаксический параллелизм, придающие речи ритм, эмоциональность и связанность, а также фокусировку ключевым моментам выступления.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Trump, D. Trump Election Night Speech. [Electronic resource]. – 2020. – Mode of access: <https://www.rev.com/blog/transcripts/donald-trump-2020-election-night-speech-transcript>. – Date of access: 04.11.2020.
2. Trump, D. Presidential Announcement Speech [Electronic resource]. – 2016. – Mode of access: <https://time.com/3923128/donald-trump-announcement-speech/>. – Date of access: 16.06.2015.
3. Trump, D. Inauguration Speech [Electronic resource]. – 2017. – Mode of access: <http://time.com/4640707/donald-trump-inauguration-speech-transcript/>. – Date of access: 24.01.2017.
4. Trump, D. CPAC Speech [Electronic resource]. – 2018. – Mode of access: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/2/23/17044760/transcript-trump-cpac-speech-snake-mccain>. – Date of access: 23.02.2018.

**А.В. КАЗАКОВА**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Е.Н. Стрижевич

## **ЯЗЫКОВАЯ ИГРА КАК ПРИЕМ СОЗДАНИЯ КОМИЧЕСКОГО В АМЕРИКАНСКОМ ТЕЛЕСЕРИАЛЕ «ДРУЗЬЯ»**

Дискурс комедийного сериала предполагает использование приёмов создания комического. Функции юмористического дискурса в комедийном сериале могут быть следующими: 1) жанрообразующая, 2) сюжетная (замедление действия, ускорение действия, введение новых сюжетных линий); 3) создание образа персонажа. Американские сериалы строятся по законам комедийного жанра, и юмор в них выполняет все вышеперечисленные функции.

Образы персонажей в сериалах выстраиваются благодаря особенностям их речевого поведения. Анализ юмористического дискурса в ситкоммах и приёмов создания комического в речи персонажей позволяет выявить следующие особенности. Юмор персонажа может быть связан с его профессиональной деятельностью. Комический эффект в речи также достигается путём точно выстроенной цепи ассоциаций, намёка, сравнения по случайному или второстепенному признаку. В качестве стилистического средства создания комического используется ирония, в то время как на синтаксическом уровне задействуются повторы.

В качестве стилистических средств создания комического используются гиперболы, на морфологическом уровне задействованы аффиксальные языковые средства. Низкий интеллектуальный уровень персонажей демонстрируется за счёт гиперболизации в речи, обилия паралогических выводов и каламбуров.

Кроме того, комический эффект достигается с помощью определённых стилевых приёмов и средств выражения, таких как игра слов, сленг, ирония, парадокс, антитезис, повторения, неологизмы и т. д. Варианты классификаций стилистических средств были разработаны различными учеными, такими как И. В. Арнольд и Т. А. Знаменская.

Средства создания комического очень широко представлены в ситкоме «Друзья», который считается одним из лучших ситкоммов в истории американского телевидения. Главные персонажи выбирают одинаковую тактику поведения при ссоре – колкость, несмотря на то,

что этот речевой жанр присущ в большей степени женщинам. Это можно объяснить тем, что у них нет намерения вступать в открытый конфликт, они лишь хотят «уколоть» друг друга, указать на то, что считают друг друга виноватыми в произошедшем накануне, поэтому предпочитают завуалировать свои претензии в косвенную форму:

*Rachel: I've got a report to read. It's eight pages. I hope I don't fall asleep.*

*Ross: Why? Did you write it?*

Рассмотрим речевое поведение Фиби Буффе, которое позволяет создать определённое представление о ней как о личности. Из сериала мы узнаем, что в юности Фиби жила на улице и промышляла грабежом. У Фиби есть сестра-близнец, Урсула, но они почти не общаются. Фиби работает массажисткой и исполняет на гитаре песни собственного сочинения. Она верит, что иногда способна читать мысли людей или чувствовать присутствие умерших друзей или родных. Про неё говорят, что она «со странностями». Например:

Росс принёс обезьяну Марселя в квартиру Моники, чтобы познакомить его с ребятами:

*Rachel: He is cute! Where did you get him?*

*Ross: My friend Bethel saved him from a lab.*

*Phoebe: That is so cruel! Why would a parent name their child Bethel?*

Комизм речи Фиби придаёт приём «обманутого ожидания». В приведенном примере Росс приходит со своей обезьянкой Марселем к друзьям и говорит, что его знакомый по имени Бетель забрал Марселя из лаборатории, возможно, по проведению опытов. Когда Фиби восклицает *That is so cruel!*, первое впечатление – она протестует против жестокого обращения с животными, но продолжение фразы – *Why would a parent name their child Bethel?* свидетельствует, что это не так. Современная позиция бережного отношения к животным предполагает отрицательную коннотацию у лексики *lab*, оценка действительно отрицательная, однако её объект неожиданно смещается в сторону критики имени. Фиби гиперболизирует свою речь, что является отличительной чертой не только юмористического дискурса, но и вообще характерно для женской речи.

При общении с другими персонажами сериала Фиби практически не использует такой речевой жанр как колкость, что свидетельствует о её добром характере, нежелании задеть чьи-то чувства и обидеть собеседника. Особенности её мировоззрения демонстрируются за счёт обилия в речи и поведении абсурда. Образ Фиби в сериале «Друзья» строится на основе её речевого поведения. Анализ приемов создания

комического в речи Фиби позволяет выявить следующие особенности: для её речи характерен юмор абсурда, причём наиболее часто он проявляется в сочетании различных видов абсурдности: прагматическая абсурдность может сочетаться с семантической.

Таким образом, средства создания комического широко используются для создания образа персонажей комедийных сериалов. Выбор определенных неоднократно повторяющихся стилистических средств в речи персонажей позволяет сделать образы персонажей индивидуальными, запоминающимися. Использование данных приёмов создания юмористического дискурса является характерной чертой американских телесериалов.

**Д.А. КАПУЗА**

Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы

Научный руководитель: Н.И. Власюк

## **ПОНЯТИЕ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА И ЕГО НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

В современном обществе, характеризующемся сложными политическими процессами, заметно возрастает роль политической коммуникации, которая является компонентом информационной жизни человека. Решение целого ряда политических проблем часто зависит от их языковой интерпретации и соответствующего политического дискурса как неотъемлемой составляющей политической коммуникации.

По словам Н. Баранова, политический дискурс можно определить, как совокупность всех речевых актов в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, которая сложилась в соответствии с существующими традициями и накопленным опытом [1, с. 6]. Общественное назначение политического дискурса в том, чтобы произвести впечатление на реципиентов – граждан сообщества. Также назначение состоит во внушении необходимости «политически правильных» действий и/или оценок. Другими словами, цель политического дискурса – не описать, а убедить, пробудить намерения в реципиенте, дать почву для убеждения и побудить к действию [2, с. 104].

Несмотря на то, что любой политический дискурс обладает рядом общих, универсальных признаков и характеристик, свойственных данному феномену и отличающих его от сходных понятий и явлений, политический дискурс любой страны имеет уникальные, свойственные только ему особенности.

Главенствующим фактором, оказывающим непосредственное влияние на специфику национального политического дискурса, является исторический. Историческое развитие формирует менталитет народа, его национальные черты и свойства, культуру. Под влиянием последних национальный политический дискурс «обрастает» рядом неповторимых признаков, выделяющих его из общей массы политических дискурсов разных стран.

*Gestern ist das Fachkräfteeinwanderungsgesetz in Deutschland in Kraft getreten. Wir haben uns lange mit der Frage der Einwanderung*

*beschäftigt und gesagt: Ja, wir haben in verschiedener Form Einwanderung, aber wir wollen jetzt auch ganz bewusst auf Menschen setzen, deren fachliche Kompetenz wir brauchen. Das haben Wirtschaft, Gewerkschaften und Politik gemeinsam gesagt; und das unterscheidet unsere heutige Betrachtungsweise doch sehr von der Betrachtungsweise in der Zeit zu Anfang der 60er Jahre, als, wie sie genannt wurden, Gastarbeiter zu uns kamen [3].*

*‘Вчера в Германии вступил в силу закон об иммиграции квалифицированных рабочих. Мы долгое время занимались вопросом иммиграции и говорили: да, у нас иммиграция в различных формах, но сейчас мы хотим достаточно целенаправленно сосредоточиться на людях, в чьих профессиональных навыках мы нуждаемся. Экономика, профсоюзы и политика подтвердили это; и наш взгляд на эти вещи сегодня отличается от взгляда в начале 1960-х годов когда к нам пришли, как их называли, гастарбайтеры’.*

Вторым фактором, влияющим на национально-культурные особенности политического дискурса, является психологический. Осознание себя как представителя какого-либо этноса, обладающего рядом свойственных только ему характеристик, происходит по средствам такого психологического механизма, как рефлексия.

*Mit den 2-Euro-Gedenkmünzen wollen wir die besondere Bedeutung der Bundesländer für die Bundesrepublik Deutschland und Europa würdigen [3].*

*‘Памятными монетами номиналом 2 евро мы хотим отметить особое значение федеральных земель для Федеративной Республики Германии и Европы’.*

Социальный фактор также воздействует на национальную специфику политического дискурса. Под ним понимается развитость общества в контексте исторического становления этноса.

*Ich habe den Eindruck, mit zunehmendem zeitlichen Abstand zu den Ereignissen vor 30 Jahren ist das Bewusstsein gewachsen, dass – jenseits der großen Linien der Geschichte der Einheit – die einzelnen Geschichten der Ostdeutschen zu wenig Gehör gefunden haben; dass wir in Ost und West einander besser zuhören und unterschiedliche Erfahrungen besser wertschätzen müssen [3].*

*‘У меня сложилось впечатление, что с увеличением временной дистанции к событиям 30-летней давности возросло осознание того, что - за пределами широких линий истории объединения - отдельные истории восточных немцев были услышаны недостаточно; что мы*

на Востоке и Западе должны лучше прислушиваться друг к другу и больше ценить разные события’.

Четвертым фактором, оказывающим влияние на политический дискурс конкретной страны, является политический. Элита, находящаяся у руля государства, имеет набор этнических черт и формирует национальные черты, влияет на умы и сердца граждан различными методами воздействия.

*Wir dachten 1989, das sei der endgültige Siegeszug der Freiheit, der sich einfach so fortentwickeln würde. Aber wenn man ehrlich ist, stellt man heute fest, dass sehr unterschiedliche politische Systeme wie das chinesische, das amerikanische und das europäische miteinander im Wettbewerb stehen. Und das heißt natürlich, dass auch wir herausgefordert sind. Diese Herausforderung richtet sich an Deutschland, sie richtet sich an ganz Europa [3].*

‘В 1989 году мы думали, что это был окончательный триумф свободы, который будет продолжать развиваться. Но если быть честными, то сегодня мы видим, что очень разные политические системы, такие как китайская, американская и европейская, конкурируют друг с другом. И это, конечно, означает, что мы тоже подверглись вызову. Этот вызов направлен против Германии, он направлен против всей Европы’.

Любое государство не изолировано от прочих стран, а, напротив, находится в постоянном и непрерывном контакте с ними в ходе экономических, политических и культурных связей. Таким образом, следующим фактором влияния на национальный политический дискурс является коммуникативный, формирующийся в ходе международных взаимодействий.

*In dieser historischen Phase übernimmt nun Deutschland die EU-Ratspräsidentschaft. Diese Aufgabe erfüllt mich mit Respekt, aber auch mit großer Leidenschaft [3].*

‘На этом историческом этапе Германия берет на себя председательство в Совете ЕС. Эта миссия наполняет меня не только уважением, но и большим энтузиазмом’.

Национальные черты народа оказывают прямое влияние и на специфику политического дискурса Германии. Типичной чертой германского характера, которая до сих пор решала роль Германии в истории, определяла ее значение во всемирном развитии человечества, является склонность к отвлечению и выходящая из нее склонность к системе:



*Das Stichwort Zeit führt mich zum Stichwort Zeitaufwand und damit zum Dauerthema Bürokratie – ein Thema, das gerade auch viele Handwerksbetriebe umtreibt. Abbau und Vermeidung unnötiger Bürokratie sind und bleiben ein wichtiges Ziel der Bundesregierung [3].*

*‘Ключевое слово "время" приводит меня к ключевому слову "затрата времени" и, таким образом, к многолетней теме бюрократии - теме, которая также касается многих квалифицированных ремесленных предприятий. Сокращение и недопущение ненужной бюрократии было и остается важной целью федерального правительства’.*

Немец во всех явлениях жизни ищет гармонию и связи, все возводит в отвлеченную идею и отовсюду ее извлекает. Для него недостаточно понимать вещь; но ему непременно нужно определить ее и дать ей место в системе своих знаний. Прежде всего, видит он в каждом предмете его философскую сторону и всякое дело свое начинает и оканчивает философскою мыслью или народной мудростью, облеченной в виде пословицы или поговорки:

*Einem norddeutschen Sprichwort zufolge kommt der Wind immer von vorn. Als Bremerhavener kennen Sie Gegenwind und wissen damit umzugehen - selbstverständlich auch mit dem Gegenwind vonseiten der Gewerkschaften [3].*

*‘Согласно северогерманской пословице, ветер всегда дует спереди. Как житель Бремерхафена, вы знакомы с ветрами и знаете, как с ними справляться - включая, конечно, ветры от профсоюзов’.*

В мире нет двух абсолютно одинаковых людей. То же самое можно сказать и о странах. Каждая страна имеет свой народ, свои национальные особенности. Попадая в другую страну, не всегда чувствуешь себя «в своей тарелке» из-за тех национально-культурных особенностей, что присущи каждому этносу. Пунктуальность и порядок во всем – отличительная черта немецкого народа, проявляющаяся и в политическом дискурсе:

*In dieser außergewöhnlichen Zeit ist auch außergewöhnliche Flexibilität bei den Abschluss- und Gesellenprüfungen gefragt. Ich möchte mich ganz herzlich bei Ihnen bedanken, die Sie in diesem Jahr doch einen termingerechten Abschluss der Prüfungen ermöglicht haben [3].*

*‘В это неординарное время требуется также чрезвычайная гибкость при сдаче выпускных и промежуточных экзаменов. Большое спасибо за то, что в этом году вы смогли вовремя сдать экзамены’.*

Патриотизм немца выражается не в любви к своему государству или народу, а прежде всего к правительству, которое устанавливает законы, следит за порядком, дает смысл существования:

*Unser ganzes Land ist darauf aufgebaut, dass jeder die gleichen Rechte und die gleiche Würde als Individuum hat [3].*

*‘Вся наша страна основана на том, что каждый человек имеет равные права и положение как личность’.*

Косвенным доказательством этого положения является тот факт, что немцы исторически, как правило, прекрасно уживались на службе у других правительств, и не только русского, верой и правдой служа своим новым правителям. Они становились идеальными солдатами: четкими, аккуратными, храбрыми и преданными. Германия сегодня – страна мощная, красивая, набирающая силу. Своим процветанием она, прежде всего, обязана своему народу – трудолюбивому, преданному, простому, честному. Народу, в котором, несмотря на многообразие, чувствуется национальное единство, отражающееся и в политическом дискурсе:

*Ich freue mich, heute hier zu sein und mit Ihnen zu feiern. Dazu gibt das Jubiläumsjahr 2020 Anlass genug: 30 Jahre Deutsche Einheit, 30 Jahre Freistaat Sachsen [3].*

*‘Я рада быть здесь сегодня и праздновать с Вами. Юбилейный 2020 год является достаточным поводом для этого: 30 лет германского единства, 30 лет свободного государства Саксония’.*

Интересной является национально-культурная специфика цвета в немецком политическом дискурсе. Во всем мире политические партии ассоциируют себя с теми или иными цветами (по большей части для того, чтобы выделяться на выборах). Многие партии в Германии также характеризуются определенным цветом, то есть, название партии в печатных текстах может быть заменено цветовым прилагательным. Эти прилагательные активно используются в газетных публикациях, в телевизионных передачах, новостях, особенно в период предвыборных кампаний.

В немецкой политике черный цвет характеризует христианско-консервативную партийную принадлежность к CDU (Христианско-демократический союз), красный – символический цвет социал-демократических, коммунистических и троцкистских партий и движений.

Таким образом, было определено, что на национально-культурный контекст политического дискурса в немецком языке влияют следующие факторы: исторический, психологический, социальный,

политический, коммуникационный, философский. Помимо этого, важно понимать такие отличительные черты немецкого менталитета, как склонность к системе, приверженность порядку и пунктуальности, рассмотрение патриотизма с точки зрения уважения к немецкой законодательной системе и др.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Баранов, А.Н. Парламентские дебаты: традиции и новации / А.Н. Баранов, Е.Г. Казакевич. – М.: Знание, 1991. – 64 с.
2. Bayley, P. Live oratory in the television age: The language of formal speeches / P. Bayley // Campaign language: Language, image, myth in the U.S. presidential elections 1984. – Bologna, 1985. – 77–174p.
3. Die Bundeskanzlerin [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bundeskanzlerin.de/bkin-de>. - Дата доступа: 27.12.2020.

**Д.Д. КОБЯТКО**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: М.С. Патолятова

## **ФОНЕТИЧЕСКАЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

При изучении иностранного языка взаимодействие двух языковых систем – родного и иностранного – вызывает серьезные трудности. Одной из основных проблем, возникающих в процессе овладения иностранным языком, является стремление максимально приравнять систему и единицы родного языка к иностранному. В результате это вызывает многочисленные ошибки в иноязычной речи. Такое явление называется интерференцией.

Межъязыковая интерференция существует на всех уровнях языка: фонетическом, грамматическом, лексическом и синтаксическом, что свидетельствует о наличии звуковых, структурных и семантических расхождений между языками при их контакте [1].

Фонетическая интерференция, являющаяся предметом исследования данной статьи, – это следствие взаимодействия фонетических систем контактирующих языков, результатом чего является несоблюдение звуковых и интонационных различий между родным и иностранным языком [2].

Трудно понять язык если нарушаются его фонетические нормы, а фонетически правильную речь не поймет человек с отсутствием фонетических навыков. Таким образом, автоматизированные слухо-произносительные навыки составляют основу развития всех видов речевой деятельности.

На фонетическом уровне интерференция проявляется в следующем:

– Произнесение английских глухих взрывных согласных [p], [t], [k] без аспирации (придыхания). В русском языке нет придыхания согласных, поэтому, без соответствующих разъяснений и упражнений, учащиеся произносят взрывные согласные без придыхания. Более того, [p], [t], [k] без аспирации могут быть спутаны с [b], [d], [g]. Придыхание напоминает шум слабого выдоха, звучащего сразу после глухого согласного. Этот слабый выход создаётся трением воздуха о сближающиеся голосовые связки, напоминая согласный звук [h]: [p<sup>h</sup>], [t<sup>h</sup>], [k<sup>h</sup>]: *Potter, pleasure, blanket, paper, tongue*.

– Неправильная фонемная длительность английских гласных. Многие английские слова распознаются только благодаря различиям в

звучании таких гласных: *beet* [bi:t]свекла – *bit* [bit]кусочек, *sheep* [ʃi:p] овца – *ship* [ʃip]корабль, *hut* [hʌt] хижина – *heart* [hɑ:t]сердце.

– Оглушение звонких согласных в конце слов. В русском языке конечный звонкий согласный обычно оглушается. В английском все иначе: при оглушении финальной согласной может получиться другое слово: *bed* [bed] кровать – *bet* [bet] пари; *bad* [bæd] плохо – *bat* [bæt] летучая мышь.

– Межзубные [θ] и [ð] вызывают наибольшие трудности, так как не свойственны русской фонетической системе и их часто заменяют русскими звуками [с] и [з], [ф] и [в]: *this* [ðɪs], *think* [θɪŋk].

– Носовой [ŋ] часто в речи заменяется на [н] или [г]: *ring* [rɪŋ], *thing* [θɪŋ].

– Русскоговорящие люди не всегда разграничивают в своей речи звуки [w] и [v]: *west* и *vest*, *while* и *vile*.

– Перемещение ударения, нарушающее грамматическую форму и значение слова: *export* [ɪk'spɔ:t] – глагол, означающий «экспортировать», *export* ['ekspɔ:t] – существительное «экспорт».

– Несовпадение ударения в словах-интернационализмах: *marketing* [mɑ:r'ketɪŋ] вместо ['mɑ:rkitɪŋ], *product* [prɒ'dʌkt] вместо ['prɒdʌkt], *monopolist* [mɒnəpə'list] вместо [mə'nɒpəlist] и др.

– Отсутствие носового взрыва при стыке смычно-взрывных [p], [t], [k], [b], [d], [g] и смычных носовых сонантов [m], [n]. Передний край языка при произнесении апикально-альвеолярных сочетаний не должен отрываться от альвеол. Таким образом, воздух выходит через носовую полость с небольшим взрывом: *garden*, *button*.

– Игнорирование связующего [r]. Если [r] стоит на стыке слов перед словом, начинающимся с гласного звука, то между ними возникает связующий звук [r]: *never again* ['nevər ə'geɪn], *far away* ['fa:r ə'wei].

Таким образом, мы пришли к выводу о том, что интерферирующее влияние фонетической системы родного языка по своей сути неизбежно. Английский и русский языки имеют ряд серьёзных отличий, учёт которых необходим для предупреждения ошибок.

Обучение должно проводиться в зависимости от степени интерференции. Если нет интерференции со стороны родного языка, английская фонема может быть усвоена быстро, умения и навыки, выработанные в произношении родного языка, переносятся на новый фонетический материал. Когда же нет полного совпадения звуков и интонаций родной и иноязычной речи, а есть лишь сходство, перенос требует коррекции и уточнения, выработки новых (по отношению к

родному языку) слуховых и артикуляционных навыков. Обучение звукам и звуковым явлениям должно начинаться с дыхательной гимнастики, подготовки речевого аппарата к работе над звуковым строем иностранного языка. Учащиеся должны ознакомиться с характеристикой звуков английского языка, положением органов речи и только после этого приступать к произнесению звуков. При овладении фонетической стороной иностранного языка обязательным является многократное прослушивание и произнесение звуков в рамках звукоподражания в изолированной позиции, в словосочетании и предложении.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дубовцев, В. В. К проблеме типологии интерференции / В. В. Дубовцев // Вопросы филологии и методики преподавания германских и романских языков : сб. ст. – Воронеж, 1973. – 308 с.

2. Антонова, Н. В. Интерференция при обучении иностранному языку и способы ее преодоления / Н. В. Антонова, Ж. Н. Шмелева // Проблемы современной аграрной науки: Материалы международной заочной научной конференции (15 октября 2015 г.). – Красноярск, 2015. – С. 167–170.

3. Гальскова, Н. Д. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика : учеб. пособие / Н. Д. Гальскова, Н. И. Гез. – 3-е изд., стер. – М. : Академия, 2006. – 336 с.

4. Фалькович, М. М. Возможные направления сопоставительных лексических исследований / М. М. Фалькович // Иностранные языки в школе. – 1973. – № 1. – С. 14–21.

**Д.Д. КОБЯТКО**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: О.А. Калита

## **ГРАММАТИЧЕСКАЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

Одной из основных проблем, возникающих в процессе овладения иностранным языком, является стремление максимально приравнять систему и единицы родного языка к иностранному. В результате это вызывает многочисленные ошибки в иноязычной речи. Такое явление называется интерференцией.

Согласно определению, данному лингвистом В. А. Виноградовым, интерференция – это «взаимодействие языковых систем в условиях двуязычия, складывающегося либо при контактах языковых, либо при индивидуальном освоении неродного языка; выражается в отклонениях от нормы и системы второго языка под влиянием родного» [1].

Межъязыковая интерференция возможна на всех уровнях языка: фонетическом, грамматическом, лексическом и синтаксическом, что свидетельствует о наличии звуковых, структурных и семантических расхождений между языками при их контакте [2].

Грамматическая интерференция, являющаяся предметом исследования данной статьи, – это процесс замены системы грамматических признаков изучаемого языка системой грамматических признаков родного языка. Грамматический строй английского и русского языков обладает как рядом общих черт, способных запустить механизм трансфера, так и серьёзными отличиями, потенциально способными привести к интерференции. Одним из главных отличий является различие характера строя языка: для грамматики русского языка характерно преобладание синтетических форм (широкое использование внешней и внутренней флексии), в то время как английский является языком аналитического строя.

Грамматическая интерференция может проявляться в «межъязыковом отождествлении грамматических элементов, в структурном калькировании, в появлении новых грамматических категорий под иноязычным влиянием, в заимствовании иноязычных грамматических элементов, во влиянии на грамматическую интерференцию типологической близости / отдаленности

контактирующих языков, ... в неверном выборе синтаксических структур, неправильном порядке слов, ошибках в пунктуации» [3].

Одной из трудностей для изучающих английский язык является значительное расхождение в системе времен. Особой грамматической категорией глагола является категория предшествования. Для ее выражения используются специальные временные формы: в настоящем времени – Present Perfect, в прошедшем – Past Perfect, в будущем – Future Perfect. В то время как в русском языке эта категория выражается с помощью контекста [4]: *By the time you came I had already finished my homework.* – К тому времени как ты пришел, я уже закончил мое домашнее задание.

Говоря о системе времен, также можно привести пример, когда носители русского языка склонны употреблять будущее время в придаточных времени и условия, относящихся к будущему: *if she will meet him*, вместо правильного *if she meets him* – если она его встретит.

Категория залога в английском языке также является сложной для русскоговорящих обучающихся. Страдательный залог в английском языке употребляется в два-три раза чаще, чем в русском. Также есть структуры, которые не находят параллелей: *The bed hasn't been slept in* – в кровати никто не спал; *The garden was taken care of* – за садом ухаживали.

Отсутствие множественного отрицания в английском языке несет в себе множество вопросов со стороны обучающихся. Особенностью английского языка является наличие в предложении одного отрицания: *I have never read anything about it.* – Я никогда ничего об этом не читал.

Местоимение *it* может относиться к группе слов, следующих за ним, и выполнять функцию грамматического субъекта предложения. В таких случаях *it* не переводится, а само предложение в русском языке будет безличным. Варианты употребления формального подлежащего *it*:

– с инфинитивными конструкциями: *It is easy to talk like that.* – Легко так говорить; в том числе конструкциями, включающими *for + a noun / pronoun*: *It was hard for her to live on her small pension.* – Ей было трудно жить на свою маленькую пенсию.

– с герундиальными конструкциями: *It is worth seeing the town.* – Этот город стоит посмотреть.

– с придаточными предложениями: *It is a pity you didn't try harder.* – Жаль, что вы не постарались.



Многие психологи и методисты, изучающие проблему интерференции, видят её в психологических механизмах, обычно именуемых интерференцией навыков [5]. Иными словами, интерференция проявляется там, где навыки различны по критериям устойчивости и прочности. Отсюда следует важный методический вывод о том, что задача учителя иностранного языка состоит в том, чтобы сформировать на иностранном языке такие прочные навыки, которым бы не помешал родной язык.

Таким образом, мы пришли к выводу о том, что интерферирующее влияние грамматической системы родного языка неизбежно. Английский и русский языки имеют ряд серьёзных отличий, учёт которых необходим для предупреждения ошибок. Ведущим фактором в борьбе с интерференцией является речевая практика на изучаемом языке, в процессе которой формируются прочные грамматические навыки, способные противостоять отрицательному влиянию родного языка.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Виноградов, В. А. Интерференция / В. А. Виноградов // Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Советская энциклопедия, 1990. – 685 с.
2. Дубовцев, В. В. К проблеме типологии интерференции / В. В. Дубовцев // Вопросы филологии и методики преподавания германских и романских языков : сб. ст. – Воронеж, 1973. – 308 с.
3. Вишневская, Г. М. Литературно-художественный билингвизм: лингвистическая интерпретация : учеб. пособие / Г. М. Вишневская – Иваново : Ивановский гос. ун-т, 2011. – 223 с.
4. Гальскова, Н. Д. Теория обучения иностранным языкам. Лингводидактика и методика : учеб. пособие / Н. Д. Гальскова, Н. И. Гез. – 3-е изд., стер. – М. : Академия, 2006. – 336 с.
5. Фалькович, М. М. Возможные направления сопоставительных лексических исследований / М. М. Фалькович // Иностранные языки в школе. – 1973. – № 1. – С. 14–21.

**Д.В. КОМЫШКАЙЛО**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: В.Ф. Чуркова

## **СТРУКТУРА БРАЧНОГО КОНТРАКТА КАК СТИЛИСТИЧЕСКАЯ ОСОБЕННОСТЬ ЮРИДИЧЕСКОГО ТЕКСТА**

Договор представляет собой наиболее распространенный вид юридического текста в настоящее время. Часто договоры подписываются на международном уровне, поэтому качественный перевод является необходимым.

Для получения полного представления о лексико-стилистических особенностях перевода официально-деловых документов был произведен перевод юридического текста с английского языка на русский. Анализ был сделан на основе брачного контракта штата Мэн [1].

Одной из главных отличительных черт официально-делового стиля является структурированность. Официально-деловой стиль предусматривает рубрикацию – деление текста на пункты и подпункты, которые обозначаются цифрами или буквами.

Проанализировав структуру брачного контракта, можно выделить 3 части:

1. Преамбула (вводная часть).
2. Предмет контракта.
3. Прочие условия контракта.

Преамбула данного брачного контракта включает в себя реквизиты контракта такие, как наименование контракта (PRENUPTIAL AGREEMENT (БРАЧНОЕ СОГЛАШЕНИЕ)), дата подписания контракта, место подписания контракта и наименование сторон.

Вторая часть контракта является наиболее содержательной и включает в себя основные положения данного контракта такие, как положения об имущественных правах (II. Separate Property (обособленное имущество), III. Waiver of Rights in Property and Estate of the Other (отказ от имущественных прав и права собственности другой стороны)), денежных поступлениях и долгах (IV. Earnings During the Marriage (доходы в период брака), V. Contributions and Accumulation in Retirement Plans and Accounts (вклады и накопления в пенсионных планах и счетах), VI. Separate Obligations/Debts

(обособленные обязательства/долги), VII. Income Taxes (подходный налог)), правах, приобретенных в период брака (IX. Effect of Children (влияние детей), X. Shared Property (совместно нажитое имущество), XI. Wills/Codicils or Other Transfers of Property (завещания/дополнения к завещанию или иной вид передачи собственности).

И третья часть контракта предназначена для закрепления между сторонами их совместных прав и обязанностей. Она включает в себя пункт определения законности данного соглашения (XIII. Fairness (законность)), определение перечня необходимых документов (XIV. Necessary Documents (необходимые документы)), пункт о законодательстве, которое регулирует заключение данного соглашения (XV. Governing Law (регулирующий закон)), количество экземпляров (XVIII. Duplicates (экземпляры)), дату вступления в силу (Effective Date (дата вступления в силу) и подписи представителей сторон.

Касательно стилистических аспектов оформления, можно выделить несколько значительных особенностей. В английском варианте текст контракта оформлен без красной строки и с нумерацией латинскими буквами в скобках:

Each of the parties does hereby convey, waive and release unto the other the following:

(a) all rights which he or she may at any time have during the life or after the death of the other under the laws of the State of Maine or ...;

(b) all rights which he or she may at any time have under the laws ...;

(c) all rights of dower, courtesy or thirds which he or she may at any time have under the laws of any jurisdiction (including those jurisdictions not within the United States of America)...

Русский вариант оформления контракта включает выделение абзацев красной строкой и нумерацией кириллицей:

Каждая из сторон данным положением передает, отказывается и освобождается в пользу другой стороны от следующего:

(а) все права, которыми он или она могут обладать в течение жизни или после смерти другого в соответствии с законодательством штата Мэн или ...;

(б) все права, которые он или она могут иметь в собственности в любой период времени, в соответствии с законами ...;

(в) все права на вдовью часть наследства, право вдовца на пожизненное владение имуществом умершей жены и иные права, которые могут находиться в его или ее собственности в любой период времени в соответствии с законами любой юрисдикции (включая те

юрисдикции, которые не находятся в пределах Соединенных Штатов Америки)...

Таким образом, перевод юридических текстов, в том числе брачного контракта, является достаточно сложным, так как требует достижения максимального уровня эквивалентности, но при этом с сохранением адекватности перевода.

При анализе брачного контракта была выявлена одна их отличительных особенностей юридических текстов как оформление.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Maine Prenuptial Agreement [Электронный ресурс]. – Mode of access: <https://images.template.net/wp-content/uploads/2016/03/22101248/Prenuptial-Agreement-Form.pdf>. – Date of access : 19.10.2020.

**А.В. КОНДРАШУК**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: М.В. Ярошук

## **ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

В настоящее время английский язык переживает неологический бум. Неологизмы связаны со всеми областями англоязычного общества, но особенно большое количество новых лексических единиц появилось в связи с развитием компьютерной техники.

Взаимное проникновение слов из одного языка в другой в странах, заинтересованных в тесном сотрудничестве, происходит постоянно, то замедляясь, то ускоряясь.

В настоящее время происходит этап бурного пополнения русского языка, прежде всего, за счет проникновения новых английских слов-англицизмов. В результате расширяется словарный запас одного языка за счет другого, т.е. его лексика.

В случаях, когда отсутствует эквивалент перевода, при передаче неологизмов с английского языка на русский используется ряд приемов. К ним относятся: транслитерация, транскрибирование, калькирование, описательный перевод и прямое включение.

Как правило, один и тот же неологизм можно перевести различными способами, однако спустя некоторое время один из вариантов вытесняет другие. Основными критериями, которые должны быть приняты во внимание переводчиком при поиске соответствия английскому неологизму в русском языке, являются краткость и однозначность толкования. Предложенный переводчиком вариант должен быть понятен получателю перевода.

Неологизмы с каждым днем все стремительнее входят в нашу повседневную речь и, несомненно, влияют на развитие языка. Переводчику важно постоянно быть в курсе, уметь не потеряться в постоянно развивающемся мире. Грамотный и профессиональный переводчик, встречая в исходном тексте неологизмы, должен стараться перевести их как можно более стилистически точно, не изменяя при этом исходный смысл слова, а также знать, уместен ли тот или иной перевод в конкретной обстановке или ситуации, не меняет ли он замысел и не искажает ли смысл, вложенный в него изначально.

Проблема правильного понимания и перевода неологизмов связана с тем, что при современном стремительном развитии науки и техники никакой словарь не в состоянии поспеть за возникновением новых слов и терминов в различных областях знания. Поэтому, если в тексте встречается неологизм, отсутствующий в словаре, переводчик обязан самостоятельно определить его значение. Для этого необходимо проанализировать структуру неологизма, установить способ его образования, внимательно изучить контекст, в котором встретилось слово, найти примеры употребления данного слова в Интернете или других источниках.

При образовании английских неологизмов чаще всего используются такие способы, как аффиксация, словосложение, словослияние, сокращение, аббревиация, конверсия, семантическая деривация, заимствования.

1. Аффиксация (префиксация и суффиксация) – один из самых продуктивных способов образования неологизмов в английском языке: *googlable* – то, что можно найти в поисковых системах.

2. Словосложение (сложение двух или более корней/основ) и словослияние (сложение слогов, морфем или осколков морфем нескольких слов) также играют значительную роль в образовании неологизмов: *earworm* (*ear* + *worm*) – песня, которая постоянно вертится в голове.

3. Конверсия – переход слова из одной части речи в другую. Самыми популярными способами являются конверсия имён существительных в глаголы, и конверсия глаголов в имена существительные и прилагательные: *to version* – создавать новую версию чего-либо.

4. Семантическая деривация – переосмысление уже существующих языке слов и придание им новых значений: *footprint* – влияние, воздействие (например, *ecological footprint* – воздействие человека на окружающую среду).

6. Заимствования из других языков: *karoshi* – (япон.) смерть, наступившая от переутомления или излишнего нервного напряжения, связанного с работой.

7. Сокращения, которые в основном представлены аббревиатурами и акронимами: *LAT* (*living apart together*) – живущие вместе-раздельно, ситуация, когда гражданские супруги живут в разных домах.

В переводческой практике, в тех многочисленных случаях, когда отсутствует эквивалент перевода, при передаче неологизмов с

английского языка на русский используется ряд приемов. К ним относятся:

*Транскрипция и транслитерация*: to click – кликнуть.

*Калькирование*: cyber store – интернет-магазин.

Часто прибегают к комбинированным способам перевода, когда при переводе неологизма наряду с калькированием применяется транскрипирование или транслитерация:

*Описательный перевод*: ego-surfing – поиск в Интернете упоминаний собственного имени или ссылок на свой сайт.

*Прямое включение* (т.е. использование оригинального написания английского слова в русском тексте): on-line access – on-line доступ.

Основными условиями достижения адекватности в переводе английских неологизмов являются:

- Знание особенностей взаимодействия неологизма с контекстом, а также основных случаев употребления различных структурных и семантических типов неологизмов.

- Знание основных способов перевода неологизмов, а также достаточное знакомство с русской терминологией определенной области, позволяющее найти эквивалентный русский вариант соответствующему английскому неологизму.

- Умение правильно выбрать и использовать наиболее подходящий способ создания нового соответствия для перевода неологизма, не имеющего русского эквивалента или отражающего специфическое явление, отсутствующее в нашей действительности.

Правильный перевод неологизмов является довольно сложной проблемой, несмотря на то, что неологизмы имеют значительно большую семантическую определенность и самостоятельность.

При переводе неологизмов, в каждом конкретном случае нужно выбирать соответствующий вариант, исходя из контекста. Необходимо передать не только то, что сказано, но и как сказано. Именно эта обязанность приводит к необходимости аналитической стадии в переводческом процессе.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Паршин, А.Н. Теория и практика перевода / А.Н. Паршин. – М.: Русский язык, 2000. – 214с.

2. Антрушина, Г.Б., Лексикология английского языка / Г.Б. Антрушина, О.В. Афанасьева, Н.Н. Морозова – М.: Дрофа, 2000. – 208 с.

3. Арнольд, И.В. Лексикология современного английского языка/И.В. Арнольд. – М.: Высшая школа, 1959. – 318с.

4. Баранникова, Л.И. Основные сведения о языке. Пособие для учителей/Л.И. Баранникова. – М.: Просвещение, 1982. – 138 с.



**Р.В. КУЧМЕЙ**

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель: М.А. Лохницкая

## **КОНЦЕПТ «ВРЕМЯ» В РУССКОЙ И АНГЛИЙСКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА: ЛЕКСИКО- СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

Интересным с научной точки зрения представляется рассмотрение концептов в различных культурах. Для цели нашего исследования важным является анализ концепта «время» в русской и английской картинах мира.

Концепт «время» можно отнести к философским категориям, универсальным категориям культуры, содержащим общие для различных культур смыслы. Сопоставительное исследование данного концепта направлено на выявление отличительных черт в русской и английской картинах мира, установление этнокультурной специфики концепта «время».

Время является сложным феноменом, который представляет интерес для исследования с точки зрения разных научных дисциплин: философии, психологии, социологии и т.д. Временные отношения входят в картину мира всех языков. Время воспринимается носителями разных языков по-разному, а потому актуальным представляется рассмотрение отношения представителей разных лингвокультур ко времени в сопоставительном аспекте.

Исследование посвящено рассмотрению концепта времени в англо- и русскоязычных картинах мира и его репрезентации в русском и английском языках. Актуальность данного исследования обусловлена, с одной стороны, повышенным интересом исследователей к понятию и феномену времени, а с другой, необходимостью комплексного его изучения.

Объект исследования – концепт «время» в английском и русском языках.

Предмет исследования – особенности вербализации концепта «время» в английском и русском языках.

Цель исследования – выявить особенности репрезентации концепта «время» в английском и русском языках.

### **Концепт «время» в русской языковой картине мира.**

Концепт «время» очень важен для понимания русской культуры, национального менталитета русского человека. Это понятие находит

широкое отражение и истолкование в различных лексикографических источниках. Для исследования концепта «время» в русском языке, мы рассмотрим и обобщим данные словарных статей в следующих словарях: «Большой толковый словарь русского языка» под редакцией С.А. Кузнецова, «Толковый словарь русского языка» под редакцией Д.Н. Ушакова и «Толковый словарь» под редакцией Т.Ф. Ефремовой.

Слово *время* в русском языке имеет одиннадцать значений:

1) одна из основных форм существования бесконечно развивающейся материи – последовательная смена ее явлений и состояний;

2) длительность существования всего происходящего, всех явлений и предметов, измеряемая годами, месяцами, днями, часами, минутами, секундами и т.д.

3) промежуток той или иной длительности, в который совершается что-либо, последовательная смена часов, дней, лет;

4) более или менее определенный промежуток, отрезок в последовательной смене часов, дней, месяцев и т.д.;

5) период, эпоха (в жизни человечества, какого-либо народа, государства, общества);

6) пора дня, года;

7) подходящий, удобный срок, благоприятный момент;

8) период или момент не занятый чем-либо, свободный от чего-либо, досуг; промежуток в последовательной смене часов, дней, не занятых делом, работой, свободный от обычных обязанностей;

9) (линг.) форма глагола, указывающая, что действие или состояние относится к настоящему, прошедшему, будущему в отношении к моменту времени;

10) счастье (в просторечии);

11) погода, состояние воздуха (в просторечии).

Вокруг ядерной единицы рассматриваемого понятия «время» организуются лексико-семантические группы ближней и дальней периферии, в состав которых входят слова-репрезентанты понятия времени разных частей речи (существительные, глаголы, прилагательные и наречия).

В структуре лексико-семантического поля «Время» в современном русском языке представляется возможным выделить следующие восемь лексико-семантических групп (ЛСГ):

ЛСГ 1. Номинации времени: *время, срок, эпоха, эра, сезон*;

ЛСГ 2. Единицы исчисления времени: *год, месяц, минута*;

ЛСГ 3. Круг времени: *утро, вечер, день*;

- ЛСГ 4. Измерения времени: *часы, хронология, Гринвич*;  
ЛСГ 5. Наречия со значением времени: *сейчас, завтра, навсегда*;  
ЛСГ 6. Действия, приписываемые времени: *время летит, заканчивается, стоит*;  
ЛСГ 7. Действия, осуществленные над временем: *терять, тратить*;  
ЛСГ 8. Характеристики времени: *прекрасное, доисторическое, петровская эпоха*.

Категория времени в современном русском языке характеризуется многокомпонентной и многоуровневой структурой. К ядру относятся те лексические единицы, которым свойственна наибольшая конкретность семантики времени (ЛСГ 1 (Номинации времени) и ЛСГ 2 (Единицы исчисления времени)).

Периферию поля времени составляют лексемы с более абстрактными признаками, большинство из которых являются характеристиками времени, представляющими яркий, запоминающийся образ времени. Так, ЛСГ 3 (Круг времени) и ЛСГ 4 (Измерения времени) относятся к ближней периферии, а ЛСГ 5 (Наречия со значением времени), ЛСГ 6 (Действия, приписываемые времени), ЛСГ 7 (Действия, осуществленные над временем) и ЛСГ 8 (Характеристики времени) составляют дальнюю периферию рассматриваемого понятия.

Концепт времени находит свое выражение и во фразеологическом фонде русского языка:

*Пора пройдет, другая придет.*

*Время меняется, и мы вместе с ним.*

*Время творит чудеса.*

#### **Концепт «time» в английской языковой картине мира.**

Ядерной единицей рассматриваемого понятия в английском языке выступает слово *time*.

Семантика слова *time* в современном английском языке была проанализирована на основе словарных статей следующих толковых словарей “Longman dictionary of Contemporary English”, “Oxford Advanced Learner’s Dictionary of Current English”, “Cambridge Advanced Learner’s Dictionary”, “Merriam-Webster’s Dictionary”, “Words myth Dictionary Thesaurus”. Проведенный анализ позволил выделить семь основных и семь дополнительных, периферийных значений. К базовым значениям нами были отнесены следующие значения, которые представлены во всех проанализированных словарях:

1) прошедшие события, действия и т.д.: *I lived in Switzerland for a long time*;

2) измеряемый отрезок времени (в часах, минутах и т.д.): *Close relationships established over a long period of time*;

3) длительность (в прошлом, настоящем или будущем): *It took her a long time to make decision*;

4) период, ассоциируемый с чем-л.: *By the time we reached home*;

5) период для осуществления чего-л.: *He writes poetry in his spare time*;

6) событие: *I've told you a dozen times*;

7) времяпровождение: *time for reading*.

По результатам анализа дефиниций лексической единицы *time* в толковых словарях, к периферийным значениям были отнесены следующие значения, которые представлены не во всех словарях:

1) система измерения времени: *Pacific Time*;

2) исторический период: *ancient times*;

3) период в спортивном состязании, игре: *first time of the game*;

4) количество тактов в музыке: *Waltzes are usually in three-four time*;

5) срок (службы, действия и т.д.): *computer time*;

6) умножение: *two-four time*;

7) пора года: *time of year*.

Как показал проведенный в работе анализ дефиниций лексической единицы *time*, категория времени выступает одной из базовых категорий человеческой когниции. Время в английской лингвокультуре демонстрирует тесную взаимосвязь с такими понятиями, как пространство, движение и события, соотносимые с прошлым, настоящим и даже будущим. Представленные в англоязычных толковых словарях дефиниции слова *time* свидетельствуют о том, что время воспринимается носителями английского языка как бытие, существование, которое можно измерить в различных единицах: в часах, минутах, секундах и т.д.

Вокруг ядерной единицы анализируемого в работе понятия «time» организуются лексико-семантические группы ближней и дальней периферии, образуя в результате соответствующее лексико-семантическое поле. Данное поле представлено следующими лексико-семантическими группами (ЛСГ):

ЛСГ 1. Номинации времени: *time, term, epoch, era, age, season*;

ЛСГ 2. Единицы исчисления времени: *year, month, moment, instant, second, minute, hour, week*;

ЛСГ 3. Кругвремени: *morning, noon, evening, night, midnight, winter, spring, summer, autumn*;

ЛСГ 4. Измерениявремени: *clock, watch, hand, chronometer, sundial, calendar, chronology, Greenwich*;

ЛСГ 5. Наречиясозначениемвремени: *now, long ago, in time, again, sometimes, late, early, at once, forever, suddenly, soon*;

ЛСГ 6. Действия, приписываемыевремени: *(time) flies, passes, comes, goes away, heals, comes to an end*;

ЛСГ 7. Действия, осуществленныенадвременем: *lose, find, spend, pass, kill, have, run out of, devote (the time)*;

ЛСГ 8. Характеристикивремени: *long, inexorable, late, old, present, winter, summer, future, good, excellent, lost, cruel, past, endless*); *ancient; old-fashioned, pre-historic, far*.

Таким образом, предпринятый анализ словарных дефиниций слова *time* свидетельствует о том, что категория времени в современном английском языке представляет собой многокомпонентное и многоуровневое образование, ядром которого являются номинации времени и единицы исчисления времени.

**Д.А. ЛАПТЕЙКИНА**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: М.В. Ярошук

## **ЯЗЫКОВАЯ МАНИПУЛЯЦИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ГАЗЕТНОМ ДИСКУРСЕ**

Скрытое воздействие на читателя может осуществляться не только за счёт рассмотренных ранее особенностей восприятия речи, но также и посредством актуализации в сознании реципиента определённого образа и содержания, которые известны манипулятору, но напрямую не упоминаются. Схожим косвенно актуализируемым содержанием, на которое нацеливается манипулятивный приём, могут выступать ранее сформировавшиеся в сознании читателя шаблоны мышления и поведения, модель действительности, система ценностей, опыт, языковая картина мира, устойчивые образы, машинальные действия, стереотипы и другие психические и когнитивные формирования. Поскольку существует не только сознательный, но и подсознательный механизм обработки и интерпретации полученной информации, актуализация подобных структур позволяет активировать не критические мыслительные процессы, что приводит к необходимому перлокутивному эффекту (целенаправленно воздействующему на чувства и мысли воспринимающих речь людей, подразумевающее подчинение воле говорящего, согласие с его оценкой, мнением).

Необходимо отметить, что для эффективного осуществления манипуляции при взаимодействии с массовой аудиторией требуется выбирать достаточно универсальные виды мишеней. При этом чем больше и разнообразнее аудитория, на которую нацелено воздействие, тем более широкий охват распространения атакуемых мишеней должен быть. И наоборот, чем меньше и однороднее ориентировочная аудитория, тем более точные «настройки» воздействия на неё следует провести. Для подобной специализации воздействия манипулятору необходимо быть осведомлённым о социальных особенностях и других характерных качествах адресатов. Если осуществление фокуса на характерные особенности аудитории по техническим, экономическим или каким-либо иным причинам не удаётся, воздействие зачастую проектируется на мишенях, к которым чувствительно большинство: чувство защищённости, общности, стремление к благополучию, комфорту, потенциальным выгодам,

удовольствию, наличие особых страхов, враждебного отношения к непохожим и т.д. [1, с. 47].

Следует отдельно выделить такую мишень воздействия, как элементы эмоциональной сферы. Чувства и эмоции выполняют функцию субъективного оценивания абстрактных и реальных объектов и, соответственно, отражают ситуативное оценочное отношение индивида к внешнему миру. В связи с этим, воздействие на эмоциональную сферу задействует ряд способствующих манипуляции психологических механизмов. Во-первых, эмоции, вызываемые сообщением, можно моделировать вне зависимости от действительных фактов. Во-вторых, совокупная эмоциональная реакция на сообщаемую информацию подсознательно переносится на участников (исполнителей), спровоцировавших её. В-третьих, прямое эмоциональное воздействие часто оказывается эффективнее логических рассуждений. Кроме того, эмоциональная память является одним из наиболее прочных видов памяти, а любые эмоции, эмоциональная наполненность смысловой нагрузки какого-либо сообщения значительно усиливают запоминаемость. В свою очередь, запоминаемость – важный параметр, способствующий языковому воздействию. Дело в том, что языковое воздействие может состояться значительно позже момента непосредственного восприятия сообщения. Откладываясь в активной или пассивной памяти, манипулятивные языковые приёмы и средства могут в некоторый момент актуализироваться с помощью ассоциации и вклиниться в когнитивно-психологическую систему.

В случае, если у манипулятора не получается отыскать необходимые мишени в сознании адресата в готовом виде, то они могут быть созданы намеренно: более «прогрессивные» способы манипулирования предполагают предварительное формирование мнений или желаний, закрепление их в массовом сознании или в представлениях отдельного человека, чтобы в последствии можно было адресоваться именно к ним. Историческими примерами подобным образом формируемых мишеней могут служить социальные мифы (например, о «расовом неравенстве», об «отце нации», о «вере в светлое будущее», о «человеке-винтике» социальной машины), конструирование устойчивых образов и имиджа личностей, корпораций или целых социальных групп (например, в отношении политических объединений: «продажная оппозиция», «партия жуликов и воров»; при обсуждении темы экологичности или инновационности некоторых компаний (Lash, Apple)), формирование

социальных ожиданий и представлений (например, о внешнем/внутреннем враге или угрожающей опасности: «акулы империализма», «звериный оскал капитализма», «холодная война», «оранжевая революция»). Следует признать, что прибегать к применению методов манипуляции на подготовительном этапе создания мишеней вовсе необязательно, однако навязываемые в перспективе языковые клише, слухи, мифы, ассоциации, шаблоны поведения, стереотипы и другие искусственно созданные и внедрённые в сознание мишени могут актуализироваться манипулятором и использоваться в качестве триггеров для проведения манипулятивного воздействия [1, с. 50].

Таким образом, если манипулятору удаётся с помощью тактически выделенных приёмов, облачённых в языковые средства, осуществить скрытное воздействие на верно подобранные мишени, активизировать необходимый механизм манипуляции и достичь поставленной цели (перлокутивного эффекта), манипуляцию можно считать успешной. Верно и обратное: если желаемый результат был достигнут, значит, манипулятор выбрал эффективную стратегию и грамотно провёл её реализацию.

Для анализа феномена языковой манипуляции в средствах массовой информации немаловажным является рассмотрение ключевых психологических механизмов влияния: убеждения, внушения, подражания и заражения, которые применяются в целях как межличностного, так и массового манипулирования сознанием.

Поскольку у многих людей присутствует неспособность к восприятию и осмыслению логических аргументов, самым сложным механизмом влияния для манипулятора становится убеждение. Однако при этом данный метод оказания влияния на сознание является самым устойчивым к последующим воздействиям. Убеждение представляет собой такой способ воздействия на человека, при котором преследуется цель добиться от адресата понимания и солидарности по определённому вопросу. Убеждение исходит из принципа донесения позиции манипулятора посредством логического упорядочивания фактов и построения на их базе непротиворечивых выводов, поскольку предполагает осмысление адресатом сообщаемой ему информации и последующее принятие или непринятие этой информации. При этом итоговое заключение может быть сформулировано как самостоятельно, так и вследствие точки зрения убеждающего, но всё же оно никогда не воспринимается на веру в чистой форме. Стоит отметить, что убеждение базируется на прямой



субъект-субъектной коммуникации (в отличие от остальных механизмов влияния) и по своей сути является наименее манипулятивным механизмом. Следует также учитывать, что даже совершенно логичное убеждение в «правдивости» сведений может иметь цель не донести эту информацию до реципиента, а подтолкнуть его к неверным, но выгодным манипулятору выводам или повлечь за собой планируемую и желаемую коммуникатором коррекцию поведения.

В противовес убеждению, основанному на рациональном, осмысленном принятии человеком фактов или идей, внушение является механизмом влияния, основанном на психическом воздействии при некритичном восприятии индивидом информации. В отличие от убеждения, процесс внушения протекает без анализа поступающей информации, минуя когнитивный аппарат и, нередко, здравый смысл. Внушение даёт возможность занести «неотфильтрованные» адресатом идеи напрямую в его сознание в обход логики и поэтому является наиболее эффективным способом влияния, который чаще всего применяют в своей практике манипуляторы. Результатом успешного внушения может стать изменение или зарождение у человека определённого восприятия, отношения, чувства, либо стимулировать его на совершение поступков, непосредственно не следующих из принимаемых им норм и принципов деятельности, причём сам объект внушения не замечает ни факта произведённого воздействия, ни самих изменений. Вместе с тем усвоенному посредством механизма внушения содержанию сознания впоследствии свойственен навязчивый характер, а внушённые установки в дальнейшем с трудом поддаются осмыслению и коррекции.

Объектом внушения может быть не только индивид, но и группы, и даже социальные слои (массовое внушение). Внушение является наиболее «понятным», а значит и «широко охватывающим» механизмом манипуляции как раз благодаря тому, что его не следует понимать. Именно по причине этого на внушении строится подавляющее большинство рекламных и политических кампаний. Наиболее частым способом проявления внушения является использование ассоциативных рядов, заключающееся в навязывании адресату выгодного манипулятору мнения через навязывание устойчивых ассоциативных связей таким образом, чтобы объект считал это внушённое мнение своим собственным.

Третий механизм влияния, подражание, заключается в воспроизведении индивидом черт и образцов поведения других людей как на уровне самих действий, то есть неосознанно (например, заразительное зевание), так и на уровне их смысла. Объект может подражать не только конкретному человеку (кумиру или авторитету касательно какой-либо темы), но и целому сообществу (например, нормам поведения, выработанных такой группой индивидов). Подражание является прямым результатом медийного воздействия, потому как медиaproстранство транслирует модели для подражания, излагая поведение и «цитируя» мнения ньюсмейкеров, музыкантов, журналистов и других публичных личностей. На механизме подражания основывается формирование тенденций моды, создаются многие рекламные или политические кампании. Именно на этот способ воздействия рассчитывают значимые экономические и политические персоны, которые стремятся продемонстрировать, что их поддерживают известные спортсмены, актёры, режиссёры, звёзды музыкальной индустрии и прочие представители публичного пространства. Поведение таких людей, пользующихся авторитетом среди некоторой части целевой аудитории, является образцовым и может повлиять на отношение этой аудитории к объекту политической или рекламной кампании.

Рассмотренные выше механизмы психологического влияния могут применяться при осуществлении языковой манипуляции как её составляющие компоненты, так и в качестве маскировки манипуляционного воздействия. Манипуляция может принимать любые формы и использовать разнообразные механизмы, однако чаще всего манипуляция проявляется в виде убеждения, даже не смотря на тот факт, что данный механизм является самым сложным в своей реализации.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ворович, К. М. Специфика приёмов и средств языковой манипуляции в интернет-СМИ : выпускная квалификационная работа / К. М. Ворович; НИУ ВШЭ. – М., 2013. – 123 с.

2. Зелинский, С. А. Психотехнологии гипнотического манипулирования сознанием человека [Электронный ресурс] / С. А. Зелинский. – СПб., 2009. – Режим доступа: [http://lit.lib.ru/z/zelinskij\\_s\\_a/text\\_0490-3.shtml](http://lit.lib.ru/z/zelinskij_s_a/text_0490-3.shtml). – Дата доступа: 15.12.2020.

## **В.В. ЛЕПЕШКО**

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы  
Научный руководитель: Л.В. Рычкова

### **ФУНКЦИОНАЛ КОЛОРАТИВА БЕЛЫЙ В РУССКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

Колоративы находятся в поле повышенного внимания лингвистов. О культурной обусловленности цветообозначений написано достаточно большое количество работ. В различных культурах символика цвета отличается, и это важно учитывать при обучении специалистов по межкультурной коммуникации. Колоративы, будучи номинациями различных цветов, как в русском языке, так и в китайском с течением времени приобрели разнообразные символические значения и коннотации. Белый цвет в большинстве европейских культур воспринимается как символ надежды, добра, невинности, чистоты. Восприятие же белого цвета в странах Востока кардинально отличается, так как там данный цвет – это символ траура и даже смерти. С целью понимания причин возникновения социально обусловленных значений у колоративов, мы обратились к древней китайской философии и религии. Как отмечает С. Ф. Быков, в основу лексической базы колоративов в китайском языке положена древняя мифологическая система – У-син, состоящая из пяти первоэлементов, каждому из которых соответствует свой цвет. В соответствии с этой концепцией, цветообозначения китайского языка такие: 黑 hēi (чёрный) – вода, север; 红 hóng (красный) – огонь, юг; 青 qīng (синезеленый) – дерево, восток; 白 bái (белый) – металл, запад; 黄 huáng (жёлтый) – земля, центр [1]. Эти же цвета символизируют и пять добродетелей (человеколюбие, долг, пристойность, знание обрядов и верность), а также пять вкусов (сладкий, кислый, горький, острый и солёный).

Расхождение кроется и в противопоставлении цветов по оси чёрный–белый в русском языке [2], в отличие от китайского языка, где белый противопоставляется красному. Это хорошо прослеживается, например, в обрядности и традициях. К примеру, в славянских культурах чёрный цвет – это цвет траура, в китайской же культуре, как уже было отмечено выше, это белый цвет. Во время обрядов бракосочетания в нашей культуре невеста одета в белый цвет, в Китае же, напротив, она одевает платье красного цвета; жених

приносит невесте подарок, обернутый в красную бумагу, а его родители подносят ей деньги в красном конверте.

Все выражения, в которых присутствует компонент 'белый', мы разделили на 20 категорий.

Категория	В русском языке	В китайском языке
Идеально белый, белоснежный	Белый хлеб, белая бумага	蛋白 dàn bái – яичный белок
Ясный, понятный	Писано черным по белому	真相大白 zhēn xiàng dà bái – истинное положение полностью выяснилось
Начинать что-то заново	Начинать с чистого листа	白手机家 bái shǒu jī jiā – начинать все заново, с нуля (дословно – начинать все с белой руки)
Пустой, без ничего	Белый лист бумаги, пустая пища	白饭 bái fàn – вареный рис без приправ; 白卷 bái juǎn – сданный экзаменаторам чистый лист
Безрезультатный	Белый слон	白努力 bái nǚ lì – зря стараться 白活 bái huó – жить напрасно 白白 bái bái – напрасно, зря
Безвозмездный	–	白给 bái gěi – дать бесплатно; 白吃 bái chī – есть даром
Контрреволюционный, свободный	Белая армия, белая гвардия	白军 bái jūn – белая армия; 白区 bái qū – освобождённые "белые" районы;
Порядочный, благородный,	Белая кость	清白的名声 qīng bái de míng shēng –

добросовестный		безупречная репутация;
Традиции, обрядность	Белое духовенство, белые тапочки	白孝衣 báixiàoyī – белое траурное платье;
Пекинская опера	–	道白 dàobái – разговорный диалог; 独白 dúbái – монолог;
Светлый, ясный	Белые ночи, белый свет	大天白日 dàitiānbáirì – середь бела дня;
Пояснять, объяснять	Отличать чёрное от белого	表白 biǎobái – высказать; 辨白 biànbái – вносить ясность;
Умный	Светлый ум	明白 míngbái – умный;
Относящийся к медицине	Белая горячка, люди в белых халатах	白衣战士 báiyī zhànshì – люди в белых халатах;
Военный	Белый билет, белый флаг, белый террор	白旗 báiqí – белый флаг; 白色统治 báisè tǒngzhì – белый террор;
Относящийся к возрасту, цвету волос	Белокурый, белая голова	白发 báifà – седые волосы; 白头 báitóu – седая голова;
Литература	Белый стих	白话小说 báihuà xiǎoshuō – современный китайский роман;
Неопытность, молодость	Белые лица	白面守护神 báimiàn shǒuhù shén – молодые ученые;
Фамилия	Белый	白 bái – Бай.

Паремии различных языков хранят в себе восприятие цветов народом. Белый цвет достаточно широко используется в составе как русских, так и китайских пословиц. Даже в толковом словаре русского

языка слово 'белый' имеет семь значений [3]. В китайском же целых десять [4]. Очевидно, не все значения совпадают в обоих языках. К примеру, в значении 'белоснежный' колоратив *белый* используется в данных пословицах: *И белый песок в грязи чернеет; Рубашка беленька, да душа черненька; Корова чёрная, да белое молочко даёт; Чёрная собака, белая собака – а всё один пёс* [5]. Чаще всего в составе пословиц слово *белый* и его дериваты реализуются в значении 'чистый': *Мойся, хоть кожу сотри, а белее воды не будешь; Мыло серо, да моет бело; Мойся беленько – гости близенько* [5]. Иногда присутствует значение 'красивый', которое не отмечено в толковых словарях, однако, появляется в пословицах: *Мила не бела, да я и сам не красен; Кто кому милёнок, и не умыт – белёнок; И личиком бела, и с очей весела*. В русском языке словосочетание «белые руки» обозначает бездельника и лодыря: *Белые руки труда не любят; Белые руки чужие труды любят; Не береги ручки белы, а береги совесть чисту*. В китайском же языке существует пословица с данным выражением, которая имеет противоположное значение, где 'белые руки' – символ честного и добропорядочного человека, который получит самое лучшее благодаря своим трудам: 白手拿白鱼 (*báishǒu ná báiyú*) – белыми руками взять белую рыбу.

Белый цвет в русской культуре, как и в китайской – это также символ солнца и серебра. В русской мифологии на белой лошади ездит день и древнеславянский бог Святovid.

В китайском языке даже само происхождение иероглифа 白 принято связывать с восходом утреннего солнца. Он состоит из ключа 日 (rì) – солнце, день, а верхняя черта – это символ самого восхода. Белый свет противопоставлен «царству тьмы», как день ночи. Белый свет и белый день имеет значение 'светлый' [5], что отражено в русских поговорках: *Белый свет на волю дан; Белый свет не околица, а пустая речь не пословица; Дружка нет: не мил и белый свет; Красное солнышко на белом свете чёрную землю греет; Свет бел, да люди чёрны; Деньга про белый день, деньга про красный день да деньга про чёрный день*. Колоратив *белый* в китайском языке не имеет подобного значения, ведь в данной культуре, как было упомянуто ранее, белый – это символ холодных ветров, дуящих с Запада, символ старости, осени и увядания. Именно поэтому в Китае белый цвет символизирует нечто, связанное с похоронами. К примеру, 白喜事 (*báixìshì*) – белые дела (похороны).

Необходимо отметить также, что белый цвет в китайских поговорках может быть обозначением высокого происхождения,

символом чистоты и успеха, истины и добра: 白的易黑, 黑的难白 (*bái de yì hēi, hēi de nán bái*) – Белый легко чернеет, чёрный трудно белеет. Значение этой поговорки заключается в том, что добрый человек легко может стать злым, а вот плохому человеку стать хорошим и добропорядочным гораздо труднее. Схожая поговорка есть и в русском языке: *Чёрного кобеля не отмоешь до бела*. Несмотря на то, что китайской культуре свойственно противопоставление белого красному, в китайских поговорках, как и в русских можно наблюдать противопоставление белый – чёрный, причем поговорки имеют схожее значение в обоих языках.

Пословица русского языка	Пословица китайского языка
Не отличишь черное от белого и женишься.	不分青红皂白。 – Не уметь отличить чёрное от белого.
Чёрным по белому написано.	白纸黑字, 神力难移。 – На белой бумаге написаны чёрные слова.
Чёрного кобеля не отмоешь до бела.	白鸡窝里拿不出黑蛋来。 – В курятнике у белой курицы, нельзя взять чёрное яйцо.

Таким образом, выявление и анализ особенностей семантики и национально-культурной обусловленности поговорок с колоративом *белый* позволяет наглядно показать специфику двух культур на уровне символов и сделать выводы об особенностях русского и китайского менталитетов.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Быков, Ф. С. Учение о первоэлементах в мировоззрении Дун Чжун-шу / Ф. С. Быков. – Москва: Издательство восточной литературы, 1961. – 334 с.
2. Бутромеев, В. П. Мифы и легенды древних славян / В. П. Бутромеев. – Москва: ОЛМА Медиа Групп, 2013. – 448 с.
3. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд., доп. – Москва: Азбуковник, 2000. – 940 с.

4. Джуфэн, Луо. Большой толковый словарь китайского языка: в 12 т. Т. 1, 2 / Луо Джуфэн. – Шанхай: Шанхайское лексикографическое издательство, 1994. – 18676 с.

5. Даль, В. И. Пословицы русского народа / В. И. Даль. – Москва: Рус. яз. – Медиа, 2004. – 814 с.

6. Национальный корпус русского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ruscorpora.ru/new/>. – Дата доступа: 10.05.2021.



**А. Г. ЛЫСЕНКО**

Пинск, ПолесГУ

Научный руководитель: Ю. В. Корженевич

## **THE ROLE OF PREJUDICES AND STEREOTYPES IN MODERN COMMUNICATION**

At the present stage of our life, there is still a problem of misunderstanding and conflicts between representatives of different cultures. The concept of specific features of a particular people depends on many characteristics of communication, and the result of such interaction can be both stereotypes and prejudices. Due to the active spread of this problem, the purpose of the article is to explore the negative impact of these phenomena on communication and to achieve a favorable atmosphere between companions.

All people tend to categorize others according to different criteria: by gender, by race, by social status, to get an understandable structure of their environment. Basically, this form of knowledge is considered false. Attributing the qualities that we have noticed in one person to the whole culture is not a compass that can help with communication. In the social sciences, the concept of a stereotype is based on the perception and processing of information about the world, the stereotypes themselves are fiction that helps explain the behavior of social objects [1, p. 4]. In general, we can say that stereotypes are certain beliefs and “habitual knowledge” of people about the qualities and character traits of other individuals, as well as events, things, and phenomena. Stereotypes can carry both negative and positive loads, but in neither case are they fully the product of false or, on the contrary, true interpretations [2, p. 3].

A number of researchers (D. Myers, V. G. Krysko, etc.) distinguish between the definitions of stereotypes and biases only in theory. The disparity in the use of these terms is due to the fact that both phenomena complement each other and are considered in a single context. Also, many scientists have expressed ideas about the importance of finding the functions of ethnic bias. For example, Mr. Allport noted that prejudice exists in order to explain and maintain the status of the group [3, p. 23]. P. Brown, emphasized that, being carried away by the external negativity of prejudice, researchers miss the very chance of raising the question of what a prejudice can serve, what its function can be [4, p. 57].

Due to the wide spread of stereotypes and prejudices when meeting with foreigners, a person has a set of already existing “knowledge” about

them. There are no people who are completely free from such clichés, but we can only talk about a different degree of stereotyping of consciousness, which depends both on the individual characteristics of the communicants' psyche (the degree of tolerance, benevolence, etc.), and on the presence of an experience of intercultural communication. German precision, English politeness, French gallantry, Italian temperament, Finnish slowness – all these are stereotypical ideas about nations that apply to all its representatives [5, p. 2].

As an example, we can give a couple of striking instances: during dinner in a restaurant, it is a common thing for Russian men to pay for a lady, showing their good manners and respect. In the case of German culture, if a woman is paid for, it will be an insult to her wealth and independence. Or another example is the behavior in religious temples: in Iran, it is a sin for women and men to go to the temple together, so most mosques have separate entrances for women and men. In Mexico, on the contrary, a man goes to church with a woman, where they can stand silently during the service. And there are thousands of such examples and more.

When faced with representatives of other cultures, a person shows a natural tendency to perceive their behavior from the position of his own. No one is able to form a completely objective picture of a certain group of people or constantly perceive a huge number of aspects of the surrounding world in all its details. In this respect, the tendency to bring unknown and complex phenomena of reality under already existing categories is a natural property of human nature.

In contrast to stereotypes, biases do not just simplify facts, but give them a distinctly negative emotional assessment. The most well-known examples are the attitude towards the black population of the United States until the middle of the XX century and the Jews until now.

As R. Hort notes, “the role of stereotypes and prejudices increases in times of war, social and economic crises”. This can lead to segregation, discrimination, and chauvinism, especially since, based on the social context, negative perceptions can be artificially constructed and actualized to call for the mobilization of one group against another. It should be remembered that externally harmless stereotypes and even prejudices can hide a significant potential conflict.

Thus, when communicating with representatives of other cultures, you should take into account the presence of certain clichés both in them and in yourself and, if necessary, eliminate erroneous or outdated ideas. “Awareness of the stereotypical nature of one's own thinking, understanding that stereotypes can distort reality, giving an individual

personality traits attributed to a whole group of people (for example, a nation), helps to respond adequately in a situation of cross-cultural communication and makes it possible to look at it through the eyes of a partner” [6, p. 281]. In the field of alien perception, the degree of stereotyping depends on the amount of knowledge about another culture.

In recent years, with the growth of globalization, there has been an increase in cross-cultural contacts between people – thanks to tourism, school and student exchanges, economic, political and cultural ties. By enabling us to obtain more objective information about other cultures that is not reducible only to false beliefs, we can reduce the spread of stereotypes and biases in modern communication [7, p. 3].

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Асланова, Н. М. Место гендерных стереотипов и предрассудков в современной политической культуре Италии / Н. М. Асланова // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2018. – № 2. – С. 143–149.

2. Котова, М. В. Роль предупреждения в восприятии границ этнической группы / М. В. Котова // Альманах современной науки и образования. – 2010. – №12. – С. 130–134.

3. Allport, G.W. The nature of prejudice / G.W. Allport. – N.Y., 1958. – 537 p.

4. Brown, R. Prejudice. Its social psychology / R. Brown. – M., 1995. – 167 p.

5. Попков, В. Д. Стереотипы и предрассудки: их влияние на процесс межкультурной коммуникации / В. Д. Попков // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2002. – № 3. – С. 178–191.

6. Леонтович, О. А. Россия и США: введение в межкультурную коммуникацию / О. А. Леонтович. – Волгоград : Перемена, 2003. – 399 с.

7. Чеснокова, Л. В. Стереотипы в межкультурной коммуникации / Л. В. Чеснокова // Концепт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/stereotipy-v-mezhkulturnoy-kommunikatsii/viewer>. – Дата доступа: 19.04.2021.

**С.В. НЕТЕЦКАЯ**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы  
Научный руководитель: Л.М. Серета

## **ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ «ЯЗЫКОВОЙ ИГРЫ» НА СЛОВООБРАЗОВАТЕЛЬНОМ И ГРАФИЧЕСКОМ УРОВНЯХ В АНГЛИЙСКИХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ**

Словообразовательная игра – порождение окказионализмов, новообразований путём скрещивания частей нескольких разных языковых единиц [1, с. 10].

1) *O, Beautiful! GLOW GETTER! – O, прекрасно! БЛИСТАТЕЛЬНО!* (реклама тонального крема и блеска для губ).

В этом примере можно отметить аналогическое словообразование. Сочетание *GLOW GETTER* является окказионализмом и строится по аналогии с выражением *go-getter*, которое указывает на того, кто полон решимости добиться успеха и обязательно достигнет поставленной цели. Слоган *Glow getter* рекламирует сочетание продуктов, которые помогут достичь притягательного и сияющего образа, стать *go-getter* в плане красоты, так как глагол *glow* – означает *сиять, блистать*.

2) *Enjoy the warm earthy tones of hot chocolate/coffee. I am powerfuel “MACACCINO roasted maca blend, long lasting energy without the caffeine” – Наслаждайся теплыми тонами горячего шоколада/кофе. Я всемогущий. «MACACCINO обжаренный мокка, взбодрись без кофеина»* (реклама напитка MACACCINO).

В данном примере происходит контаминация, а именно используется присоединение к слову *power* суффикса *-ful*. Данный суффикс противопоставляется существительному *fuel*, которое означает топливо. Поэтому языковая игра заключается в том, что слово *powerfuel* по форме и звучанию напоминает слово *powerful* – мощный, сильный. Таким образом, замена суффикса *-ful* на слово *fuel* обозначает, что этот напиток как топливо, придаст вам сил.

3) *New scandal eyes mascara. – Новая скандальная тушь для ваших ресниц* (реклама туши Maybelline).

В данном слогане используется контаминация, а заключается она в том, что к слову *scandal* присоединяется суффикс *-ous*. Данный суффикс заменён на слово *eyes*, что означает «глаза». Языковая игра заключается в том, что окказионализм *scandal eyes* по форме и звучанию схоже со словом *scandalous* – скандальный.

1) *Born Sweet AMAZING. The moment you find a perfect sweet taste without a funny aftertaste, and zero calories. Real ingredients. Perfect sweetness. A taste of sweet excitement – Рожден сладким AMAZING. Тот самый момент, когда ты находишь идеальный сладкий вкус без послевкуся и калорий. Настоящие ингредиенты. Идеальная сладость. Вкус сладкого возбуждения* (реклама напитка AMAZING) [2].

На графическом уровне языковая игра может достигаться за счет нарушения орфографических правил написания слова. Игра строится на слове *AMAZING*. Слово *ZING* имеет значение «жизнерадостный, полный энтузиазма». Здесь можно выделить два элемента, с одной стороны, описание характеристики товара, его полезных свойств и прекрасного состава, а с другой стороны, сам товар, как невероятный продукт для потребителя. Помимо этого, название продукта выделено зеленым цветом. Это сделано для того, чтобы покупатели вначале обратили внимание на весь слоган *AMAZING*, а затем вычленили из него название продукта, таким образом, может сложиться картина, что данная продукция *ZING – AMAZING*, т.е. потрясающая.

2) *Coca Cola. ENJOY! – Наслаждайся!* (реклама Coca-Cola). Слово *enjoy* выделено жирным шрифтом и отличается красным цветом от другого текста. Данная реклама привлекает внимание потребителей выделенным словом *Enjoy*, которое означает *Наслаждайся!* Причём «наслаждайся» именно продукцией Coca-Cola.

3) *I Love What You Do For Me. – Мне нравится, что ты делаешь для меня* (реклама Toyota).

Для привлечения внимания и достижения большего эмоционального эффекта в данном примере используется капитализация.

Таким образом, необходимо отметить, что морфологический уровень входит в состав словообразовательного, так как у него те же приемы и способы для создания языковой игры, в частности создание окказионализмов (2 примера), что и у словообразовательного.

На графическом уровне было отобрано лишь несколько примеров, где проявляется языковая игра. Наиболее часто встречающимися приёмами для создания игры слов были цветовыделение (3 примера), капитализация (3 примера) и шрифтовыделение (2 примера).

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Нухов, С. Ж. Языковая игра в словообразовании: автореф. дис. на соис. учен. степени док. филол. Наук / С. Ж. Нухов. – М., 1997. – 39 с.
2. Get Ready 4 Amazing with Born Sweet Zing™ Zero Calorie [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ciaoflorentina.com/zing-zero-calorie-stevia-sweetener/>. – \_\_\_\_\_Дата доступа: 10.12.2020.

**А.Н. ОРЛОВА**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: М.В. Ярошук

## **ИГРА СЛОВ В АНГЛИЙСКИХ СМИ И СПОСОБЫ ЕЕ ВОССОЗДАНИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ**

Перевод, как устный, так и письменный (включая перевод художественных текстов) - процесс довольно сложный и многогранный. Перевод - это не просто замена одного языка другим. В переводе сталкиваются различные культуры, личности, уровни развития, традиции и установки. И основная задача переводчика - помнить про все сложности перевода и постараться как можно точнее выразить мысль автора, при этом не забывая передавать различные авторские художественные приемы.

По результатам последних исследований игра слов, в широком понимании, включает практически любой фонетико-морфологический эксперимент со словом. Каламбур же отличается от прочих видов игры слов наличием комического эффекта. В данной работе мы отдаем предпочтение термину «каламбур», но будем рассматривать его в качестве синонимичного и взаимозаменяемого игре слов.

Перед тем как перейти к лингвистическому аспекту каламбура и способам воссоздания этого приема при переводе, следует дать определение некоторым исходным положениям для лучшего понимания сущности данного приема. Методом объединения двух несовместимых слов в одной графической форме создается неожиданный юмористический эффект – комический эффект каламбура; в большинстве случаев примеры можно найти среди пословиц и поговорок, где основу представляют две различные единицы языка со схожим звучанием.

Игру слов мы встречаем как в повседневном общении, так и в средствах массовой информации, литературе. Её целью является привлечение внимания читателя или зрителя посредством создания комического эффекта. Каламбуры часто используются в названиях произведений и глав, на уличных вывесках, а также в радио- и телепередачах. Каламбуры позволяют наполнить художественную речь выразительностью, яркостью и экспрессивностью.

Основной задачей переводчика считается воссоздание заложенной функции каламбура, используя все потенциальные языковые средства. Даже если очень сложно отразить игру слов в языке перевода

переводчик обязан добиться эквивалентности, не потерять стилистические свойства единиц оригинала, а также достичь лишь незначительной утраты смыслового выражения контекста.

В теории и практике перевода существуют три схожих определения: эквивалентность (равнозначность), адекватность, а также тождество. Наиболее предпочтительным термином считается «эквивалентность», так как данное понятие подразумевает возможность избежать потери содержательной, смысловой, семантической, стилистической и функционально-коммуникативной информации, которую несет в себе как оригинал, так и перевод.

Рассмотрим понятие переводческой эквивалентности более подробно. В. Колер выделяет пять видов эквивалентности:

- 1) описательную, передающую предметное содержание текста;
- 2) стилистическую, передающую коннотации текста;
- 3) текстуально-нормативную, предусматривающую жанровые признаки текста;
- 4) коммуникативную, передающую определенную установку на получателя;
- 5) формальную, передающую художественно-эстетические, каламбурные, и другие формальные признаки оригинала [1].

По мнению В. Коллера, важнее добиться эквивалентности всего текста, чем эквивалентности каждого отдельного элемента. Он подчеркивает, что на уровне эквивалентности языковых знаков каламбур является непереводаемым [1].

Когда между элементами иностранного языка и соответствующими им элементами языка перевода существуют не просто частичное соответствие, но полностью эквивалентные отношения, включающие ряд значений, игру слов получается воспроизвести почти без потерь, в наименьшей степени изменяя содержание оригинального каламбура, а также сохранив его форму. Однако, подобные ситуации крайне редки. Следует отметить, что явление безэквивалентности в чистом виде, также встречается относительно редко. Оно возникает, главным образом, тогда, когда слово оригинала обозначает чисто местное явление, которому нет соответствия в быту и в понятиях другого народа.

Т.Р. Левицкая утверждает, что «передача каламбура в переводе – труднейшая лексико-стилистическая проблема, так как игра слов основывается на омонимии или близком созвучии, а совпадения такого рода в двух языках очень редки. В таких случаях переводчику приходится прибегать к заменам, и тут от него требуется много



находчивости и изобретательности. Однако, иногда игру слов можно сохранить» [2, с.125].

Н. М. Любимов считал, что при переводе каламбура, представляющего собой чисто фонетическую или графическую игру, переводчик имеет право отступить от оригинала, чтобы построить собственную игру слов и воспроизвести тот комический эффект, на который рассчитывал автор. Это весьма трудная задача, однако, согласно Н. М. Любимову, «непереводимой игры слов» практически не существует [3].

О.В. Троицкая выделяет три основных приёма перевода каламбура: опущение, компенсацию и калькирование [4].

Опущение. Каламбур никак не передается на другой язык, текст оригинала просто переводится, иногда предоставляется сноска с описательным переводом. Комический эффект при таком приеме совершенно теряется.

Компенсация. Данный прием представляет собой возмещение непереданного элемента оригинала аналогичным элементом таким образом, чтобы оказать схожее воздействие на читателя (слушателя) и компенсировать потерю информации. Переводчик строит свою собственную словесную игру, которая может как напоминать авторский каламбур, так и иметь совершенно иную основу и реализацию. «Даже термин «перевод» здесь часто неуместен, поскольку от данности оригинала не осталось ничего; тем не менее, в рамках переводимого произведения такую «интерпретацию» несомненно следует считать правильной» [4, с.301]. Рифму и аллитерацию можно считать частичной формой компенсации. С целью привлечения внимания читателя к содержанию применяются шрифтовые выделения, заглавные буквы, способствующие выделению каламбуров на фоне основного текста, примеры таких приемов чаще всего можно найти в произведениях, нацеленных на детскую аудиторию.

Калькирование. Лексические единицы одного языка переводятся посредством замещения их составных элементов соответствующими компонентами языка перевода. В результате, новая лексическая единица становится "калькой" (копией) структуры оригинальной единицы.

Рассмотрим подробнее подходы к передаче лексических каламбуров различных типов.

#### 1. Перевод полисемантических каламбуров

По мнению В. Троицкой, при переводе полисемантической словесной игры как правило возникает необходимость в изменении семантики ядра оригинального каламбура. Зачастую, с целью сохранения эквивалентности на уровне текста переводчики прибегают к компенсации и создают собственный каламбур, а собственно полисемантическая языковая игра передается в неюмористической форме [4].

#### 2. Перевод омонимичных каламбуров

В сравнении с переводом полисемантических каламбуров, где переводчик может рассчитывать на определенную смысловую связь между прямым и переносным значением слова, в случае омонимичной словесной игры вероятность такой связи крайне мала и рассчитывать на нее при переводе нельзя. Если передать только содержательный аспект каламбура, комический эффект будет утерян. Поэтому обычно переводчики прибегают к компенсации. Как пишет О. В. Троицкая, омонимичная игра слов в большинстве случаев «передается каламбуром на базе омонимии, созвучия или полисемии (при этом полностью изменяется семантика ядра и происходит замена образа)» [4, с.42].

#### 3. Перевод антонимичных каламбуров.

Благодаря этому, переводчик может добиться полной или частичной эквивалентности при передаче авторского каламбура данного типа.

#### 4. Перевод каламбуров на основе значимых имен собственных.

В большинстве случаев при переводе значимых имен собственных, переводчики применяют транскрибирование, разумеется, при этом весь заложенный в них комический потенциал теряется. Во избежание этого, необходимо найти или придумать новое имя собственное, внутренняя форма которого содержала бы комический намек на характер, внешний вид, социальный статус или поступок героя. Он может быть созвучен стимулятору или же нет, но обязательно семантическое значение этого корня должно ясно осознаваться, т.к. оно составит содержание (смысл) внутренней формы создаваемого переводчиком слова. Затем придумывается конечный формант (суффикс и окончание), рифмующийся с опорным компонентом. Функции частей нового слова разграничены: основа – прежде всего, для смысловой игры, а конечный элемент – для каламбурного созвучия» [4, с.203].

#### 5. Перевод каламбуров на основе вымышленных слов

Вымышленные слова, или авторские окказионализмы, строятся по словообразовательным образцам определенного языка.

При переводе окказионализмов переводчикам приходится прибегать к механическим и творческим приемам. Отталкиваясь от словообразовательного образца исходного окказионализма и на основе данных о грамматическом значении частей слова, можно разделить его на составные компоненты и, опираясь на грамматическую структуру, сделать предположение о значении.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Koller, W. Einführung in die Übersetzungswissenschaft / W. Koller – Quelle & Meyer VerlagGmbH, 2004. – 343 p.
2. Левицкая Т. Р. Теория и практика перевода с английского языка на русский / Т. Р. Левицкая, А. М. Фитерман. – М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1963. – 125 с
3. Любимов, Н. М. Перевод искусство / Н. М. Любимов. – 2-е изд., доп. – М.: Сов. Россия, 1982. – 128с.
4. Троицкая, О. В. Игра слов в английском оригинале и переводе [Электронный ресурс] / О. В. Троицкая // Русская речь. – Электрон. дан. – 2005. – № 2. – С. 40-46.

**Е.О. ПЕКАРСКАЯ**

Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы

Научный руководитель: А.Д. Нуретдинова

## **ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПАРЕМИЙ НА РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

Любая культура складывается под влиянием определенных условий и имеет свои тенденции развития. От различных догматов, фолиантов и монументов философской мысли мудрецов античности до несколько более скромных (оттого, впрочем, не менее ценных) фольклорных феноменов (песен, празднеств и обычаев, традиций, а также предмета интереса данной работы – пословиц и афоризмов).

В данной статье мы обратили особое внимание на пословицы и афоризмы. Согласно «Лингвистическому Энциклопедическому Словарю», пословицы представляют собой «краткое, устойчивое в речевом обиходе, как правило ритмически организованное изречение назидательного характера, в котором зафиксирован многовековой опыт народа» [1]. Афоризмы – «обобщённая, законченная и глубокая мысль определённого автора, выраженная в лаконичной, отточенной форме, отличающаяся меткой выразительностью и явной неожиданностью суждения. Как и пословица, афоризм не доказывает, не аргументирует, а воздействует на сознание оригинальной формулировкой мысли» [2].

Следует отметить, что единицы, представленные в данном материале, были отобраны способом случайной выборки из интернет-ресурсов как наглядных и наиболее разнообразных источников информации. Так, мы, рассматривая паремии на русском и английском языках, попытаемся выявить, что именно вкладывается народами-носителями данных языков в понятие «доверие».

Рассмотрим некоторые примеры на английском языке:

1. *Trust but verify*. 'Доверяй, но проверяй' [3]. Как можем видеть, данная пословица лишена эмоциональности, имеет серьёзный тон. Пожалуй, именно подобного рода выражения являются наилучшими показателями характера создавшей её нации. Стоит отметить, что в русском языке есть полный её эквивалент: *доверяй, но проверяй*. Можно предположить, что как в русский, так и в английский языки она пришла из общего источника.

2. *Try and trust will move mountains*. 'Стремление и доверие сдвинут горы' [3]. Простая истина ценности упорства и доверия,

нашедшая своё отображение у каждого народа, доносится до слушателя с помощью яркой метафоры, создающей понятный образ и способной мотивировать читателя. Основная тема – высокая ценность, огромная значимость упомянутых качеств.

3. *Few are fit to be entrusted with themselves* [3]. ‘Немногие могут довериться себе’. Данное выражение имеет достаточно строгий, если не категоричный, оттенок, основная мысль выражена прямо, высказывание имеет характер некоторого приговора, предупреждения. Основная тема – редкость такого качества, как верность самому себе. В констатации редкости названной черты можно уловить побуждение к её развитию, мотивацию читателя к самовоспитанию.

В данных паремиях видны определённые нравственные особенности англоязычной лингвокультуры, видение жизни и трудностей, с которыми каждому из нас приходится сталкиваться. Как и любое проявление национальной культуры, пословицы не могут не представлять наиболее характерные особенности своего народа-создателя. Для сравнения рассмотрим некоторые пословицы русского языка.

1. *Доверять доверяй, да чаще проверяй* [4].

Как и англоязычный эквивалент, данная пословица основана на стилистическом и логическом приеме парадокса, т.к. доверие предполагает отсутствие проверки, а проверка – отсутствие доверия. В данном высказывании доверие предлагается понимать как возможность, которую можно использовать во благо или потерять.

2. *Доверие потеряешь – ничем не наверстаешь* [4].

Основная идея – невозвратность доверия. Упоминание этой особенности доверия указывает читателю то, что любые доверительные отношения являются очень хрупкими и требующими большого труда.

3. *Доверит стадо волку – не будет толку* [4].

В данных выражениях русского языка не наблюдается того настроения и словно бы отстранённости, что присутствовала в пословицах английских. Наиболее вероятно, подобную особенность можно связать и с самими качествами народов: паремия русского кажется более снисходительной к читателю, её посыл не представлен настолько категоричной, прямой формой, как в английском языке, сама манера чтения выражений несколько разнится. Уже на приведённых немногочисленных примерах можно видеть, что сквозь призму пословиц каждая из национальностей, вложив в данный аспект немалую толику собственных нравов и опыта, подошла по-

своему к вопросу определения доверия: несмотря на определенные сходства, всё же отношение народов к данному чувству выражено далеко не одинаково.

Если для носителя английского языка доверие, в первую очередь, связано со своей собственной личностью, то в пословицах русских мы видим больший уклон на некоторую коллективность и общность, словно бы выражения направлены не на одного читателя или слушателя, но на коллектив. Данное наблюдение объясняется известным индивидуализмом западных культур, в отличие от коллективизма восточных.

Дополним данный анализ рассмотрением и другого интересующего нас явления – афоризмов. Афоризмы, как и говорилось ранее, пусть и близки к пословицам, всё же чрезвычайно от них отличны: так, каждое выражение имеет своего собственного конкретного автора, а сказанные строки больше напоминают цитату, чем ритмизированное существо пословиц. Рассмотрим английские афоризмы, предварительно отметив, что слово *trust*, употребляющееся в представленных единицах, не является равным слову «доверие», поскольку может обозначать такой аспект, как «вера», что не совсем идентично нашему феномену, но, тем не менее, может быть с ним ассоциировано.

1. *Put your trust in God, but keep your powder dry* [3]. ‘Надейся на бога, но порох держи сухим’.

2. *When a man has no reason to trust himself, he trusts in luck* [3]. ‘Когда человек перестаёт верить в себя, он начинает верить в счастливый случай’.

Краткость изложения, уже обнаруженная в вышеупомянутой паремии, в данных выражениях также сочетается с такими качествами, как прагматизм, уважительность к читателю и вежливое, достаточно формальное обрамление каждого из афоризмов, что позволяет выявить новые особенности и характеристики культуры народа «Туманного Альбиона». Действительно, сравнив между собой как пословицы, так и данные афоризмы, мы приходим к выводу, что чрезмерных отличий в их «внутренней» форме весьма немного, таким образом подтверждая мысль касательно неразрывной связи культурных особенностей крылатых выражений и народа, их создавшего.

Тем не менее, обратимся к афоризмам русского языка с целью выяснения: присутствует ли в нём значительная разница между типами паремий или же ситуация схожа с таковой в английском

языке? Например: *Самый надежный человек тот, кто заслужил доверие коллектива* [4].

Данное выражение является прямым подтверждением упомянутой выше особенности не только русской поговорки, но и характера нации в целом: обращённость на общество, ощущение сплочённости, исходящее от афоризма, – всё это идет вразрез с вышеуказанными чертами вежливой отстранённости и определённой формальности поговорок на английском языке. Даже интонация приведённых выражений несёт в себе существенные отличия: так, при уже выявленной формальности английского языка и его поговорок, русские лексические единицы читаются более легко и обладают некоторой приземлённостью, чего нельзя сказать о возвышенных и по-своему элегантных афоризмах английских.

*Все должно быть основано на любви, доверии и свободе* [4].

Еще один пример той лирики и даже некоторой сентиментальности, что так (мы уже это выяснили) свойственны поговоркам русского языка. Ведь что, как не открытый призыв к лучшему, доброму миру есть доказательство определённой романтичности как выражений, так и создавшего их народа?

Подводя итоги и рассмотрев значимые аспекты культурного и нравственного самовыражения этих национальностей, приходим к выводу: доверие, как все остальные многогранные стороны человеческого восприятия и самовыражения, играют немалую роль в жизни и нравственном мире как английской, так и русской нации. Однако в само понятие доверия у каждой из сторон вложены абсолютно разные смыслы и послы: если жители Великобритании стремятся прийти к доверию как к личностному качеству, значительно влияющему на жизнь каждого гражданина, то у русской национальности доверие неразрывно связано с народом, с общим целым, что не может быть отделено от личности. Ведь для русского народа сплочённость всегда была одним из важнейших качеств, в то время как для жителей «Туманного Альбиона» главное – индивидуализм и собственное достоинство.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tapemark.narod.ru/les/>. – Дата доступа: 16.05.2021.

2. Цитаты из русской классики со словом «доверие» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kartaslov.ru/цитаты-из-русской-классики/со-сл...> – Дата доступа: 16.05.2021.

3. Английские цитаты [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eng.goodspot.ru/themes/173>. – Дата доступа: 16.05.2021.

4. Пословицы и поговорки. Пословицы про доверие [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://folkmir.ru/poslovitsy-i-pogovorki-pro-doverie>. – Дата доступа: 16.05.2021.

5. Афоризм / Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bse.slovaronline.com/articles/A/page-2>. – Дата доступа: 16.05.2021.

6. Лингвистический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tapemark.narod.ru/les/>. – Дата доступа: 16.05.2021.



## Э.Э. ПЕТЮН

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: С.В. Адамович

### ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ В РЕКЛАМЕ КОСМЕТИКИ

Многие мировые компании косметики для привлечения внимания потенциальных покупателей используют яркие и необычные цветообозначения, которые могут как вызывать определенные ассоциации с цветом, так и не вызывать.

Такие известные бренды, как «Chanel», часто используют броские наименования для обозначения цвета их продукции, например, «signature» ‘подпись’ – красный, «melancholia» ‘меланхолия’ – темно-фиолетовый, «euphorie» ‘эйфория’ – ярко-розовый, «luxuriant» ‘богатый’ – малиновый – все это цвета помад. Хотя они и не вызывают точных ассоциаций с определенным цветом, но одно их название вызывает желание просто зайти на сайт или купить каталог с рекламой продукции [1].

Косметическая компания «L’Oreal Paris» также использует броские и даже провокационные цветообозначения, которые не вызывают ассоциаций, но привлекают внимание потенциального покупателя. Например, для наименований цвета помад производитель использовал: «NuDecadent» ‘Декадентский Нюд’ – красно-коричневый, «NuConfident» ‘Решительный Нюд’ – пыльно-розовый, «NuAuthentique» ‘Аутентичный Нюд’ – темно-розовый, «NuImpertinent» ‘Дерзкий Нюд’ – пыльно-розовый [2].

Как и большинство брендов косметики, компания «MAC» также использует очень броские цветообозначения. Например, для наименования оттенков бежевого теней для век были использованы следующие цветообозначения: «Omega» ‘Омега’ – темно-бежевый с фиолетовым, «Brule» ‘Брюле’ – бледно-бежевый/кремовый, «Shroom» ‘Гриб’ – бледно-серый, «Sandstone» ‘Песчаник’ – бледно-коричневый, «Honey Lust» ‘Медовая страсть’ – коричневый с блестками, «Motif!» ‘Мотив!’ – бледно-оранжевый, «Royal Rendezvous» ‘Королевское свидание’ – бежево-коричневый и т.д. [3].

Производитель косметики «NYX» часто использует яркие цветообозначения, хотя они и не всегда вызывают определенные ассоциации с цветом: «Blame it on midnight» ‘Во всем виновата полночь’ – бежевый, «Trust» ‘Свидание’ – бледно-фиолетовый, «Not

today» ‘Не сегодня’ – коричневый, «I have a headache» ‘У меня болит голова’ – кремовый, «Nauwire» ‘Не в себе’ – сине-фиолетовый [4].

По тому же принципу компания косметики «Revolution Beauty London» дает цветообозначения оттенков в палетках теней для век: «Bare» ‘Обнаженный’ – светло-бежевый, «Sheer» ‘Чистый’ – белый с блестками, «Natural» ‘Натуральный’ – бежевый, «Flawless» ‘Безупречный’ – бежевый, «Exposed» ‘Незащищенный’ – бежевый с блестками, «Tint» ‘Легкий’ – темно-бежевый, «Highlight» ‘Выделяющийся’ – темно-бежевый с блестками, «Blimmer» ‘Ожог’ – светло-бежевый с блестками, «Pure» ‘Простой’ – черный [5].

Многие косметические компании часто используют прием вызова ассоциаций с определенным цветом, что помогает в интерпретации цвета товара.

Компания «Maybelline New York» для описания цвета лака использовала наименование «Royal» ‘Королевский’ – ярко-синий, так как у многих людей как цветообозначение, так и сам цвет вызывает ассоциации с королевским статусом и качеством [6].

Компания «Maybelline New York» использует такие цветообозначения для помад, чтобы потенциальный покупатель мог представить цвет: «Tea Rose» ‘Чайная роза’ – нежно-розовый, «Coral Rise» ‘Коралловый восход’ – коралловый, «On Fire Red» ‘В огненно-красном’ – ярко-красный [7].

Производители косметики, например, «Max Factor» также часто использует ассоциации, вызывающие достаточно отчетливую связь предмета (ореха, цветка, специи, ягоды и т.п.) с его цветом: «Rich Raspberry» ‘Насыщенная малина’ – ярко-малиновый, «Toasted Almond» ‘Жаренный Миндаль’ – цвет миндаля, «Burnt Caramel» ‘Жженая Карамель’ – карамельный, «Subtle Orchid» ‘Утонченная Орхидея’ – темно-розовый, «English Rose» ‘Английская Роза’ – розовый, «Chilli» ‘Чили’ – бледно-коралловый, «Cherri Kiss» ‘Вишневый поцелуй’ – бледно-красный, «Tangerine» ‘Мандарин’ – оранжевый [8].

Производитель косметики «NYX» также старается выбирать ассоциативные цветообозначения: «Blue Jeans» ‘Синие Джинсы’ – синий, «Girl Talk» ‘Девчачьи разговоры’ – розовый, «Sunset Daze» ‘Оцепеняющий закат’ – персиковый [39], «Strawberry Milk» ‘Клубничное Молоко’ – нежно-розовый, «Iced Mocha» ‘Мокко со льдом’ – бежевый, «Cottage Cheese» ‘Творог’ – молочный, «Cashmere» ‘Кашемир’ – бежевый, «French Fries» ‘Картофель Фри’ – золотисто-коричневый, «Milk» ‘Молоко’ – белый [9].

Таким образом, производители декоративной косметики чаще других используют яркие и броские цветообозначения, которые воздействуют на человека и могут как вызывать, так и не вызывать определенные ассоциации с цветом.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Rouge allure ink [Electronic resource]/ Chanel. – Mode of access: <https://www.chanel.com/gb/makeup/p/165144/rouge-allure-ink-matte-liquid-lip-colour/>. – Date of access: 10.04.2021.
2. Color Riche Les Nus by Color Riche Intense Nude Lipstick [Electronic resource]/ L'Oreal Paris. – Mode of access: <https://www.lorealparisusa.com/products/makeup/lip-color/lipstick/les-nus-intense-lipstick-intensely-pigmented.aspx?&shade=nu-authentique>. – Date of access: 10.04.2021.
3. EYE SHADOW [Electronic resource]/ MAC. – Mode of access: [https://www.maccosmetics.com/product/13840/363/products/makeup/eyes/eyeshadow/eye-shadow#!/shade/Naked\\_Lunch](https://www.maccosmetics.com/product/13840/363/products/makeup/eyes/eyeshadow/eye-shadow#!/shade/Naked_Lunch). – Date of access: 10.04.2021.
4. NUDE MATTE SHADOW [Electronic resource]/ NYX. – Mode of access: [https://www.nyxcosmetics.com/eye/eyeshadow/nude-matte-shadow/NYX\\_069.html?dwvar\\_NYX\\_069\\_color](https://www.nyxcosmetics.com/eye/eyeshadow/nude-matte-shadow/NYX_069.html?dwvar_NYX_069_color). – Date of access: 10.04.2021.
5. Makeup Obsession Bare With Eyeshadow Palette [Electronic resource]/ Revolution Beauty London. – Mode of access: <https://www.revolutionbeauty.com/uk/en/makeup/eyeshadow-palettes/makeup-obsession-bare-with-eyeshadow-palette/1389716.html>. – Date of access: 11.04.2021.
6. FAST GEL [Electronic resource]/ Maybelline New York. – Mode of access: <https://www.maybelline.com/nail-makeup/nail-color/fast-gel-fast-drying-gel-nail-polish/royal>. – Date of access: 10.04.2021.
7. COLOR SENSATIONAL. THE CREAMS, CREAM FINISH LIPSTICK MAKEUP [Electronic resource]/ Maybelline New York. – Mode of access: <https://www.maybelline.com/lip-makeup/lipstick/color-sensational-the-creams-cream-finish-lipstick-makeup/>. – Date of access: 10.04.2021.
8. COLOUP ELIXIR LIPSTICK [Electronic resource]/ Max Factor. – Mode of access: <https://www.maxfactor.com/en-gb/lips/lipstick/colour-elixir-lipstick?shade>. – Date of access: 11.04.2021.
9. JUMBO EYE PENCIL [Electronic resource]/ NYX. – Mode of access: <https://www.nyxcosmetics.com/eye/eyeshadow/jumbo-eye>

[pencil/NYX\\_001.html?dwvar\\_NYX\\_001\\_color.](#) – Date of access:  
10.04.2021.

**А.С. ПИЛИПЧУК**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: Е.Г. Антончик

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ ЯЗЫКА И КУЛЬТУРЫ КАК НЕОТЪЕМЛИМАЯ ЧАСТЬ КОММУНИКАЦИИ**

В настоящее время существует множество вариантов построения концепта «человек» в своей голове. Прodelывая ту же работу с животными, происходит аналогичная ситуация. Ведь концепт не ограничивает нас в наших мыслях и фантазиях. А что общего можно выделить из представления человека и животного? Безусловно, это коммуникация. Люди, животные, насекомые, природа в целом – все вступают в коммуникацию, порой даже не только в рамках одного биологического вида.

Так откуда же идут корни коммуникации? Именно корни, потому что в целом, общение – как старый, многовековой дуб, прошедший множество событий, претерпевший множество изменений с длинной и сильной корневой системой.

При анализе тематики коммуникации сразу же приходит сравнение с деревом, ведь старое дерево со своими мощными корнями крепко и уверенно стоит на своем месте. Так же и в коммуникации. Из маленького росточка, слабого и неокрепшего, она выросла в целое и сильное дерево.

Так что же послужило тому, что коммуникация не погибла в юности, а расцвела? Ведь в первобытности люди не разговаривали, как мы сейчас. Они издавали звуки: крики, мычания, и так далее, посеяв зерно коммуникации.

Сейчас количество языков невероятно. Как говорится, на любой вкус. Немецкий, английский, испанский, французский, китайский и многие другие. Все эти языки произошли от одного корня – того маленького семени, которое посадило человечество первобытности. И хотя ученые говорят, что это примитивная форма жизни, что язык первобытности прост, именно благодаря им зародилась фонетика.

Человек первобытности сделал невозможное – не просто дал жизнь чему-то новому, но и сохранил эту жизнь, в последствии передав ее своим потомкам. И сейчас, благодаря этому, мы имеем развивающуюся систему языка.

В лингвистике уделяется внимание тому, что язык представляет собой совокупность взаимосвязанных (иерархически подчиненных)

уровней: фонемный, морфемный, лексемный (лексический) и синтаксемный (синтаксический). Фонемный уровень стоит первым в списке неспроста, перечисление идет от меньшего к большему. Предыдущий уровень образует следующий. И это доказывает вышенаписанное. Фонетика – это ядро. Неважно, какой язык брать для анализа, ведь при расщеплении его на атомы, мы увидим фонемы, а соответственно, фонетику.

Таким образом, напрашивается вывод о том, что для изучения языка, для освоения сложных моментов, а тем более для освоения культуры и впоследствии переезда в эту культуру, надо отталкиваться от фонетики, именно от самого сердца и центра языка.

Возникает вопрос: как взаимосвязаны фонетика, язык и культура? Ответ прост. В. Гумбольдт полагал: *«В каждом языке оказывается заложенным свое мировоззрение. Каждый язык описывает вокруг народа, которому он принадлежит, круг, из пределов которого можно выйти только в том случае, если вступаешь в другой круг, язык народа есть его дух, а дух народа есть его язык»*. Из этого следует, что язык, народ, культура, – все это взаимосвязанные вещи [1].

Например, возьмем известный всем цветок «подснежник». В русском языке он называется *«подснежник»*, в немецком – *«снежный колокольчик»*, а во французском – *«снежная стрела»*. Почему один и тот же цветок в разных культурах называется по-разному? Все дело во внутренней форме слова. Известный ученый А.А. Потебня определил это следующим образом:

Русские люди заложили в основу названия цветка его раннее появление из-под снега, немцы – схожесть цветка со снегом, а также схожесть формы цветка с колокольчиком, а французы же акцентировали свое внимание при названии цветка на скорость роста, а также схожесть со снегом.

Можно найти еще один прозрачный пример отражения культуры и быта в языке. Это отношение людей к добру – злу, хорошему – плохому. В нашей культуре черный – цвет траура, и нечетное количество цветов возлагается на памятник умершему человеку. Если вы, будучи в России или Беларуси, подарите девушке четное количество цветов, то, вполне вероятно, вы столкнетесь с негодованием или даже агрессией. В Японии же цвет траура белый, а в некоторых штатах США и Европе считается, что четное количество цветов приносит счастье.

Также среди фразеологизмов существует большое количество примеров, подтверждающих вышенаписанное. Например, в русскоязычной культуре существует фразеологизм «*В Тулу со своим самоваром*». При попытках перевести его вы столкнетесь с непереводаемостью. Безусловно, вы можете отдельно перевести каждое слово, но данный способ перевода просто исказит весь смысл. Это, наверное, один из ярчайших примеров взаимосвязи культуры и языка. Чтобы избежать неудач при переводе придется постараться и найти эквивалент данному фразеологизму. Он звучит следующим образом: «*Don't carry coals to New castle*».

Или же, если вы отправитесь в Африку и попытаетесь местному населению объяснить значение выражения «Белый как снег», вас тоже будет ждать неудача. Там просто нет снега, а, следовательно, и таких ассоциаций у них не заложено изначально.

Такие же примеры есть и среди английских слов. Например, английское слово «*fortnight*». При переводе нам приходится использовать словосочетание две недели. Слово произошло вследствие слияния двух английских слов: «*fourteenights*», что в переводе означает четырнадцать ночей. Этимология этого слова уходит далеко в глубь традиций и обычаев. [2, с. 58].

Исходя из вышеизложенного, можно прийти к следующим выводам:

1. На протяжении веков язык и культура шли рядом. Они, словно брат и сестра, поддерживали друг друга на протяжении многих столетий, и будут поддерживать еще столько же;

2. Между языком и фонетикой существует неразрывная связь, ведь, удалив «сердце» языка, он погибнет, а вместе с ним погибнет и культура.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Быкова, Г.Б. Язык – главное условие этнической самоидентификации / Г. Б. Быкова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-glavnoe-uslovie-etnicheskoy-samoidentifikatsii/viewer>. – Дата доступа : 05.05.2021.

2. Шервуд, Е.А. Календарь у древних кельтов и германцев / Е.А. Шервуд. – М. : Наука, 1993. – 271 с.

## В.Ю. РОМАНЧИК

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: Н.Н. Овчинникова

### СМЫСЛ ЖИЗНИ В АНГЛИЙСКОМ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОМ СОЗНАНИИ

Ценности выступают ориентиром человека в жизненном пространстве и деятельности. Будучи упорядоченными по степени важности, они объединяются в системы ценностных ориентаций. Одна из наиболее влиятельных кросс-культурных теорий ценностных ориентаций была предложена американскими исследователями Ф. Клакхон и Ф. Стродтбеком [1]. Согласно их теории, в вопросе о предпочтительной направленности деятельности как цели и смысла жизни в разных культурах выделяются три ориентации: ориентация на действие, ориентация на бытие и ориентация на бытие-в-становлении. Статья посвящена анализу представленности данных ценностных ориентаций в английских цитатах, или текстовых реминисценциях (далее – ТР) [2, с. 19]. Материалом исследования послужил Британский национальный корпус [3], из которого были отобраны цитаты о смысле жизни на английском языке по ключевым словам: *meaning of (in) life* («смысл (в) жизни»), *purpose of (in) life* («цель (в) жизни»), *sense of life* («смысл жизни»), *life's meaning* («смысл жизни»), *life purpose* («цель жизни»), *life meaning* («смысл жизни»), *point of living* («смысл жизни»), *reason to live* («причина жить»), *reason for living* («причина, чтобы жить»), *worth living* («стоит того, чтобы жить»), *give(s) meaning* («придает значение»). Всего было просмотрено 239 ТР, общий объём отобранного языкового материала составил 83 ТР.

Языковой материал классифицировался в соответствии с упомянутыми ценностными ориентациями и иными основными смысловыми компонентами анализируемых текстовых реминисценций. В ходе исследования были получены следующие результаты:

1. Наиболее многочисленную группу составили те высказывания, которые в качестве основного смысла жизни утверждают **ориентацию на действие**. Данная группа представлена 24 ТР и составляет 28,9 % от объёма выборки. В её составе выделены следующие подгруппы:



1.1. Согласно высказываниям первой (5 цитат – 20,8% от объема группы), именно **любимое дело придает жизни смысл**. Подразумевается то самое главное занятие, которое соответствует способностям конкретного человека, развитию в котором он посвящает все свои ресурсы. В результате индивид получает моральное удовлетворение от реализации себя и исполнения своей жизненной миссии. Например: *“And that if she must choose between love and work, she should never hesitate: it is work, a woman’s own creative work, that gives her the only real satisfaction and makes her life worth living”* [3].

1.2. **Работа придает жизни смысл**. В 3 ТР, составивших 12,5 % от объёма данной группы, подразумевается как добросовестное исполнение обязанностей в рамках какой-либо профессии, так и работа в самом общем смысле, как деятельность, имеющая своей целью производство чего-то материального или направленная на преобразование окружающей среды и удовлетворение потребностей других людей. Например: *“This work gives me a **reason to live**, I know I’m doing other people good and that’s the same for other workers in this field* [3].

1.3. **Смысл жизни в том, чтобы делать что-то согласно своей религии** (также 3 высказывания – 12,5% от объёма группы). Несмотря на то, что вопросы, связанные с религией, традиционно относятся к ориентации на бытие-в-становлении, в англоязычном лингвокультурном сознании особым образом акцентируется духовная истина, согласно которой вера должна подтверждаться практическими результатами. В качестве подтверждения можно привести следующий пример: *“He feels his **purpose in life** is to spread the Christian religion in unexplored places where the people have never heard the word of God”* [3].

1.4. Даже не осознавая до конца, чем именно следует заниматься в жизни, члены англоязычной культурной общности убеждены, что **в жизни важно успеть что-то сделать** (3 ТР – 12,5% от объёма группы): *“I’m trying to find the **meaning of my life**.” Die.” What?” You’re gonna die’s meaning of life.” Course you’re going to die! Not right away, though. You’ve got time to do a few things first. Question is, what?”* [3].

1.5. **Смысл жизни – во владении материальными вещами**. Собственность человека представлена в 2 ТР этой подгруппы (8,34 % от объёма группы) в качестве основной жизненной ценности, позволяющей ему самоутвердиться и доказать другим свою

исключительность и значимость, что ярко отражено в следующем примере: *“They seek **life’s meaning** in possessions, and use inanimate objects to tell other Earthlets who they are. Strange and costly garments branded Gucci or Dior are worn to signal that humans have judgement, style and personality.’ You are what you buy, ’ is a common hymn”* [3].

1.6. В цитатах следующей подгруппы (2 ТР – 8,34 % объема группы) утверждается, что **смысл жизни связан с деятельностью** как таковой, например: *“This shows how successful ageing depends on finding a continuing sense of **purpose and meaning in life**, which itself draws on earlier life experience, activities and interests”* [3].

1.7. **Прибыльная и престижная деятельность придает жизни смысл** (2 ТР – 8,34 % от объема группы). В отличие от предыдущей подгруппы, здесь на передний план выходят именно такие характеристики деятельности, как доходность и статусность. Важно быть в своем деле первым, лучше других, получать от него прибыль: *“Farming is an investment of time, money and **purpose in life**, he said”* [3].

1.8. **Власть и влияние придают жизни смысл** (2 ТР – 8,34 % от объема группы). Управление другими людьми и приобретение могущества могут стать основной жизненной целью человека, как утверждает автор следующего примера: *“This will-to-meaning, Frankl argues, is more important than will-to-power but, of course, an individual can be obsessed by power and gives **meaning to life** in this way”* [3].

Две цитаты с уникальными смысловыми компонентами вынесены в отдельные подгруппы с 1 высказыванием (составляющим по 4,17 % от объема данной группы). В одном из них в качестве основной цели существования представлено **служение** (людям стране, призванию, справедливости), а в другом говорится, что **планирование деятельности** выступает важной частью осмысленной жизни.

2. К группе с **ориентацией на бытие**, отнесены 16 ТР (19,3 % от объема выборки), которые разделены на такие подгруппы, как:

2.1. **Смысл жизни – в наслаждении её радостями**. Согласно представлению, отраженному в 5 цитатах этой подгруппы (31,25 % от объема группы), жизнь дана человеку для получения радости и удовольствия от всего хорошего, что в ней есть. Например: *“Make a list of all those things which make life **worth living** – such as friends, relations, pets, the view from the window, your favourite radio programme”* [3].

2.2. **Общение с родными и друзьями, социальные связи придают жизни смысл** (также 5 ТР – 31,25 % от объема группы).

Дружба и отношения с другими людьми составляют одну из важных жизненных ценностей в англоязычной культуре, к примеру: *“Of these a few came to see in friendship the whole **meaning of life**”* [3].

2.3. Убеждение о том, что **смысл жизни – в самой жизни**, представлено в 2 ТР, составивших 12,5 % от объёма группы. Например: *“The **meaning of life** is a life* [3].

2.4. **Смысл жизни – в детях и продолжении рода** (2 ТР – 12,5 % от объёма данной группы): *“From the moment of her first touch, that little bundle became her main **reason for living**. He was the apple of her eye, the salt of her earth, the source of her strength – her everything”* [3].

2.5 **Смысл жизни – в любви и заботе о других**. Согласно 2 ТР данной подгруппы (12,5 % от общего объёма группы), именно жертвенная любовь к людям является основной миссией человеческой жизни: *“To love human beings is still the only thing **worth living for**; without this love you really do not live”* [3].

3. Наиболее малочисленной оказалась группа цитат, отражающих **ориентацию на бытие-в-становлении**. Её составили всего 9 ТР (10,8 % от всей выборки), объединённые в следующие подгруппы:

3.1. **Смысл жизни придает религия и вера в Бога** (4 ТР – 44,45 % от объёма группы). Долгое время христианство оказывало значительное влияние на западное мировоззрение, поэтому вопрос о смысле жизни в английском лингвокультурном сознании традиционно связан с религией, что нашло отражение в следующем примере: *“The spiritual area is concerned with the awareness a person has of those elements in existence and experience which may be defined in terms of inner feelings and beliefs; they affect the way people see themselves and throw light for them on the **purpose and meaning of life** itself* [3].

3.2. Согласно другим 3 ТР (33,3 % от объёма группы), **смысл жизни – в самопознании**. Нередко инструментами познания себя выступают различные духовные практики или психология: *“Meditation, yoga, and psychotherapy have all been taken up by Westerners as ways of helping themselves cope, and **give meaning** to their lives”* [3].

3.3. Мысль о том, что **смысл жизни – в стремлении к совершенству**, отражена в 2 цитатах (22,25 % от объёма группы), например: *“If it were to become an actual consistent condition, the very **purpose of life** itself (which is growth towards perfection through the struggle between opposites or growth towards total “order”) would be cancelled out and the evolutionary process would cease to be of significance* [3].

4. Наиболее широко представлены высказывания (33 ТР – 38,6 % от объёма выборки), отражающие **кризисные явления** в английском лингвокультурном сознании, которые собраны в отдельную группу.

4.1. Целый пласт высказываний посвящен потере смысла жизни, зачастую связанной с утратой близкого человека или одиночеством. При этом, как показывают отобранные 9 ТР (28,125 % от объёма группы), нередко такое состояние переживается человеком как лишение источника финансовой безопасности или душевного равновесия, к примеру: “*‘What do you think?’ – ‘I suppose she just felt life wasn’t **worth living** without him – without her husband’*” [3].

4.2. Обозначенный кризис особенно сильно выражается в том, что **люди не понимают, в чём смысл жизни**. Таких высказываний обнаружено 9, они составили 28,125 % от объёма группы. Очевидна массовая утрата духовных ориентиров, на смену которым так и не пришли новые: “*You do not believe in the supernatural?’ ‘No.’ ‘Then what do you think is the **purpose of life?**’ Swarf changed the subject*” [3].

4.3. Эта подгруппа цитат показывает, что всё же **люди пытаются найти смысл жизни** (6 ТР – 18,75% от объёма группы). Часто для этого они отправляются в путешествие или обращаются к духовным авторитетам, как в следующем примере: “*Some travelled east following the hippy trail to India and Nepal in search of the **meaning of life***” [3].

4.4. На основании полученных результатов (3 ТР – 9,375 % от объёма группы), можно говорить о процессе **смены существующей ценностной парадигмы**, подтверждение чему мы находим в следующем примере: “*In the new paradigm the **purpose of life** in Western society will no longer be simply the satisfaction of physical needs. In seeking solutions to such global problems as hunger and environmental issues we will no longer seek only material solutions*” [3]. Англоязычное общество постепенно уходит от столь сильной ранее философии потребления, однако новый путь ещё только предстоит найти.

4.5. Отдельного внимания заслуживает подгруппа, где утверждается **важность наличия смысла или дела жизни как таковых** (2 ТР – 6,25 % от объёма группы). В английском лингвокультурном сознании сформировалось устойчивое представление о том, что не иметь цели в жизни – плохо: “*Now he was a man, something vague and undecided in his look showed that he had no particular **purpose in life***” [3].

4.6. В 2 цитатах прослеживается мысль о том, что **жизнь пуста и абсурдна** (6,25 % от объёма группы), например: “*He had talked wildly*

*about the meaning of life, the emptiness of it all, the lack of scope offered by the Guardian Building Society” [3].*

4.7 Логическим продолжением предыдущей подгруппы выступает утверждение о том, что **нет смысла искать в жизни смысл** (1 ТР – 3,125 % от объёма группы): *“We can worry, we can talk, discuss the meaning of life, the why and the wherefore, but for what use” [3].*

5. В отдельную группу вынесены 2 ТР (2,4 % от общей выборки), утверждающие, что **смысл жизни – не в наслаждении**, соотносимом с ориентацией на бытие: *“Every thing that God has provided is there for our enjoyment, but the danger is when that enjoyment is the reason for living and that’s all we do it for and were so taking up with ourselves” [3].*

Таким образом, в английском лингвокультурном сознании преобладает ориентация на действие, тогда как ориентации на бытие и на бытие-в-становлении выражены довольно слабо. Кроме того, на основе результатов исследования можно сделать предположение о современном кризисном состоянии ценностной системы англосаксонского мира, стоящего на пороге смены смысложизненной парадигмы.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Kluckhohn, F. R. Variation in value orientations / F. R. Kluckhohn, F. L. Strodtbeck. – Westport : Greenwood Press, 1975. – 3d ed. – 468 p.
2. Супрун, А. Е. Текстовые реминисценции как языковое явление / А. Е. Супрун // Вопросы языкознания. – 1995. – № 6. – С. 17–29.
3. British national corpus (BNC) [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.english-corpora.org/bnc/>. – Date of access: 30.04.2021.

**Е.А. РОМАНЧУК**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: И.П. Королюк

## **ФОНЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА**

Реклама представляет собой элемент социальной культуры общества, главной целью которой является сознательное воздействие на потребителя. Она является главным инструментом продажи товаров и в тоже время самой большой отраслью экономики. В 21 веке понятие реклама стало наиболее популярным и широко используемым инструментом. Рекламу можно встретить везде: в газетах, на радио, в интернете, в телевизоре, на плакатах, в общественном транспорте. Интернет является самым главным источником распространения рекламы. Язык рекламы меняется с течением времени и развитием общества. Выразительные средства быстро устаревают и изнашиваются из-за значительно быстрого распространения, и не имеют такого сильного воздействия на адресата, так как воспринимаются потребителем автоматически. В результате стирается образность, и реклама становится менее убедительной. Для создания рекламы используются различные языковые особенности: морфологические, фонетические, лексические и синтаксические. В ходе исследования нами были проанализированы рекламные слоганы на предмет фонетических особенностей. Для анализа нами было рассмотрено 60 слоганов на основе немецкоязычной прессы.

Фонетическими особенностями рекламного текста является использование ритмического рисунка, который выстраивается с помощью различных повторов. Данные повторы придают тексту эмоциональность и большую выразительность. К фонетическим выразительным средствам относятся аллитерация, ассонанс, рифма, консонанс, звукоподражание и др. Фонетические выразительные средства, как стилистические приемы, основанные на создании дополнительного музыкально-мелодического эффекта рекламного текста за счет повтора одинаковых звуков или сочетаний звуков, на относительно близком расстоянии друг от друга, являются неотъемлемой частью многих рекламных текстов. Они создают мелодику в тексте рекламы, придают звучность и звонкость.

Аллитерация – это повтор согласных или гласных звуков в начале близкорасположенных ударных слогов. В рекламных текстах аллитерация используется в качестве приема создания определенного эмоционального тона, соответствующего содержанию высказывания, а также является действенным выразительным средством. Например: «*Gedacht. Gemacht*» – компания по производству продуктов и напитков *Strato*. «*Mehr Mur. Mehr Mokka*» рекламный слоган автомобильной компании *Opel Mokka*.

Ассонанс или другими словами вокалическая аллитерация – это повтор ударных гласных внутри строки или фразы. Ассонанс характерен для рекламных текстов, потому что способствует созданию особого ритмического рисунка, который придает высказыванию интонацию настойчивого повтора. Например: «*Wie von dir. Nur von uns*» – реклама немецкой компании по производству замороженных продуктов *Frosta*. «*Haribo macht alle froh, seit 100 Jahren ist das so*» – реклама компании по производству сладостей *Haribo*. Данное явление так же прослеживается в рекламном слогане компании уходовой косметики *Nivea*: «*Erlebe Make-up, das perfekt deckt und zugleich pflegt*».

Ещё одним довольно распространенным фонетическим средством является рифма. Рифма как особый вид регулярного звукового повтора – это повторение более или менее сходных сочетаний звуков на концах строк или в других симметрично расположенных частях стихотворений, выполняющее организующую функцию в строфической композиции. Рифма является ярким выразительным средством и способствует облегченному запоминанию информации. Например: «*Gedacht. Gemacht*» реклама компании *Strato*. Довольно необычным приемом в создании рекламного текста является звукоподражание – это использование слов, фонетический состав которых напоминает в этих словах предметы и явления.

Консонанс как фонетическое средство выразительности имеет стратегический характер. Его использование придает рекламному тексту лаконичность и четкость. Консонанс – это повтор конечных согласных. Данный прием очень близок к рифме, но все же они отличаются друг от друга. При использовании консонанса соблюдение стихотворного размера необязательно. Консонанс более эффективен при создании звуковой рекламы, так как повторяющиеся конечные звуки обращают на себя внимание и запоминаются. Например: «*Ich kauf' regional – das geht auch digital!*» – реклама

интернет магазина *Kaufhaus Österreich*. Ещё один пример «*Leben. Genießen. Wohlfühlen*» – компании *Klettgau*.

Наиболее употребляемыми фонетическими средствами являются аллитерация и консонанс. Данные приемы обладают большей способностью воздействовать на адресата. За счет повтора звуков они создают определенный эмоциональный тон, соответствующий содержанию высказывания. Менее часто используются ассонанс и рифма. Звукоподражание выявляется очень редко. Фонетические особенности являются дополнением к основному содержанию рекламного текста, они актуализируют обращение к эмоциональному опыту реципиента.



**А.Ю. СЕЧКО**

Брэст, БрДу імя А. С. Пушкіна  
Навуковы кіраўнік: Л.І. Яўдошына

## **КАНЦЭПТ “РАДЗІМА” Ў БЕЛАРУСКІХ ПРЫКАЗКАХ**

Кагнітывізм – напрамак навукі, прадметам вывучэння якога з’яўляецца розум чалавека, мысленне і тыя працэсы, якія з ім звязаны. Кагнітыўная лінгвістыка – напрамак у мовазнаўстве, які даследуе праблемы суадносін мовы і свядомасці, ролю мовы ў канцэптуалізацыі і катэгарыялізацыі свету, у пазнавальных працэсах і абагульненні чалавечага вопыту, сувязі асобных кагнітыўных здольнасцей чалавека з мовай і формы іх узаемадзеяння. Найважнейшым аб’ектам даследавання ў кагнітыўнай лінгвістыцы з’яўляецца канцэпт [1, с. 33], які з’яўляецца кампанентам нашай свядомасці і нашых ведаў пра свет і які сапраўды можна разумець як пэўнае “семантычнае ўтварэнне, адзначанае лінгвакультурнай спецыфікай”, што тым ці іншым чынам характарызуе носьбітаў пэўнай этнакультуры [1, с. 36]. Прыняўшы такое вызначэнне канцэпту як рабочае, паспрабуем на канкрэтным прыкладзе разгледзець асаблівасці яго выражэння ў мове і разам з тым карціне свету асобнага народа, у нашым выпадку – беларускага.

У моўных карцінах свету розных этнасаў існуе пэўны набор “ключавых” слоў, якія рэпрэзентуюць базавыя, агульначалавечыя, універсальныя канцэпты. Такімі канцэптамі для любой лінгвакультурнай супольнасці з’яўляюцца, напрыклад, “жыццё”, “свабода”, “народ”, “дом”, “маці”, “сям’я” і інш. Маючы статус універсальных, у кожнай мове яны набываюць сваю спецыфічную культурную афарбоўку і з’яўляюцца носьбітамі пэўнай нацыянальна-культурнай інфармацыі [2].

Разгледзім адзін з найважнейшых для беларускага, як, мабыць, і любога іншага, народа канцэпт “радзіма”, прадстаўлены ў беларускіх прыказках. Тэме радзімы прысвечана вялікая група прыказак. Ва ўсе часы для чалавека гэтая тэма мела вялікую каштоўнасць. У прыказках з кампанентам “радзіма” сустракаюцца як выразы з прамым значэннем (*У родным краі, як у раі*. ‘Выказванне любасці і пашаны да роднага краю’ [3, с. 102]), так і ўжытыя ў пераносным значэнні (*Кожнаму дразду па сваім гнязду*. ‘Кожны прыстойны чалавек рупіцца пра сваю сям’ю, радню, народ’ [3, с. 53]).

Пры аналізе прыказкавага матэрыялу, які звязаны з вобразам радзімы, мы заўважылі, што ў сьведомасці беларусаў родная краіна часта атаясамліваецца з нечым райскім, цудоўным: *Дзе добры край, там і пад елкаю рай. У добрай старонцы ўсюды добра* [3, с. 283]; *У сваім краі, як у раі* [4, с. 59]; *Ідзі ў родны край, там – і пад елкай рай* [4, с. 57]; *Дома і салома ядома, на чужыне і гарачы тук стыне* [4, с. 56]. Можна сказаць, што ў моўнай карціне свету беларусаў іх родная краіна – гэта шчаслівае месца, а вяртанне да яе можна атаясамліваць з хрысціянскімі матывамі і жаданнем людзей трапіць у рай, на зямлю боскую.

Прыказкі часта паказваюць замілаванне да роднага краю, яго супрацьпастаўленне з краем далёкім, чужым: *Навучыць гарюне чужая старана. ‘У чужой, невядомай краіне пазнаеш сапраўднае гора’* [3, с. 195]; *Крылеўшчызна не айчызна, а ўрад не на век. ‘Айчызна ў чалавека толькі адна, яе нельга замяніць, а службу можна памяняць неаднойчы’* [3, с. 132]; *У чужой старонцы не так свеціць сонца. ‘У чужых краях усё здаецца незвычайным, успрымаецца не так, як на радзіме, у родным краі’* [3, с. 266]; *Чужая старана тугою ворана, слязьмі засеяна. ‘Чужы край наганяе сум, нуду’* [3, с. 293]; *Чужая старана тугою арана, слёзкамі засявана; Усюды добра, а дома найлепей* [4, с. 59]; *Не дай, доля, у прымах жыць і на чужой зямлі загінуць; Не чужынка – свая радзінка* [4, с. 58].

У значнай колькасці прыказак радзіма атаясамліваецца з маці: *Родная зямля – маці, чужая старонка – мачаха. ‘Пра замілаванне родным краем, яго непаўторнасцю’* [3, с. 262]; *Свая хатка як родная матка. ‘Нідзе чалавеку так не чуецца, як у свёй хаце: пра замілаванне да роднага краю, да мясцін, дзе нарадзіўся’* [3, с. 89]; *Дарагая тая хатка, дзе радзіла мяне матка* [4, с. 56]; *Колі ў школе з матчынай гаворкі пасмяецца, то на старасці ад маткі адрачэцца* [4, с. 57]; *Зямелька – матка наша: і корміць, і поіць, і адзявае нас* [4, с. 57]; *Свая хатка – як родная матка* [4, с. 58]; *Чужына – не родная матка, хлеба не дасць* [4, с. 59]; *Хто роднага краю цураецца, той і маткі сваёй адцураецца* [4, с. 59]; *У сваёй хаце і качарга маці* [4, с. 59]; *Калі свая хатка, дык качарга матка. ‘У сваёй хаце гаспадар адчувае сябе надзейна, нават качаргой абароніцца ад злодзееў’* [4, с. 50]. З прыведзеных прыкладаў можна зрабіць выснову, што беларускі народ шануе, любіць і гатовы абараняць сваю радзіму так жа, як і родную матку. Можна гаварыць аб тым, што ў жыцці беларуса па важнасці радзіма займае адно з першых месцаў. Такія прыказкі з маленства фарміруюць у дзіцяці вобраз маці-радзімы, якая будзе яго выхоўваць,

карміць, абараняць, але і ў сваю чаргу самі дзеці павінны яе ахоўваць так жа, як родную маці. Такім чынам праз народную афарыстыку натуральна фарміруецца дух патрыятызму ў дзіцяці.

Нельга абысці ўвагай і той факт, што некаторыя беларускамоўныя прыказкі, прысвечаныя тэме радзімы, ілюструюць выразныя метафары, пабудаваныя на аснове параўнання з жывёламі і птушкамі: *Кожны кулік сваё балота хваліць*. ‘Кожны хваліць тое, што яму найбольш блізкае, дарагое’. *Сін. Кожны старац сваю торбу хваліць; Кожны цыган сваю кабылу хваліць; У чужой старане сокала завуць варонаю*. ‘У кожным краі па-рознаму ацэньваюць адну і тую ж рэч, з’яву’ [3, с. 291]; *На Беларусі пчолы як гусі*. ‘Часцей гаворыцца як замілаванне да роднага краю’; *Благая тая птушка, што свайго гнязда не пільнуецца; Для ўсякай птушачкі сваё гняздо міла; Добрая птушка ў сваё гняздо не паскудзіць; Дурная птушка сваё гняздо не мануе; Дзяржыся з варонаю і вераб’ём, што ў вырай не ляцяць; Кожная птушка гняздо сваё ведае; З роднага боку і варона мілая; Усякая птушка сваё гняздо бароніць* [4, с. 56–59]. У гэтай групе прыказак, як і ў большасці іншых, можна назіраць адлюстраванне як пазітыўных прыказак пра абарону, захаванне роднага краю, так і асуджэнне людзей за тое, што яны пакідаюць свае мясціны.

Нельга не вылучыць і групу прыказак, якія адносяцца да тэмы жыцця і смерці на радзіме і па-за яе межамі (*На радзіме і паміраць лягчэй* [3, с. 255]; *Леней у сваіх людзях з голаду паміраць, чым у чужых людзях золата збіраць; На радзіме і паміраць лягчэй; На сваёй лаўцы і намерці добра* [4, с. 57]), апісанню таго, што на роднай зямлі ўсё не так, як за мяжой (*Што край, то і звычай*. ‘У кожнага краю свае звычаі, правілы, законы’ [4, с. 270]; *І косці на роднай старонцы плачуць*. ‘Кожны імкнецца вярнуцца на радзіму’ [4, с. 287]; *Няма смачнейшай вадзіцы, як з роднай крыніцы*. ‘На радзіме ўсё здаецца смачным, прыгожым і прыемным’ [4, с. 259]; *Што край, то абычай, што страна то навіна*. ‘У кожнай краіне свае звычаі, законы, правілы’ [3, с. 120]; *У чужым баку вочы па кулаку* [4, с. 59]; *У сваёй хаце і вуглы дапамагаюць* [4, с. 58]; *На чужыне чужы да чужога, як у лесе сляпы да сляпога* [4, с. 58]; *Родная зямелька – як зморанаму пасцелька* [4, с. 58]; *Нідзе так, як дома* [4, с. 58]; *Там добра, дзе нас няма* [4, с. 58]; *Там вароты пірагом падпёрты* [4, с. 58]; *На чужой старане і жук – мяса, і старую бабу маладзіцаю назавеш* [4, с. 58]; *Куды пойдзеш – неба высокае, а зямля шчыльная* [4, с. 57]; *Жонка як жонка, але мілей родная старонка* [4, с. 56]; *Свой злодзей хоць вуглы пакіне, а чужынец-злачынец нічога не пакіне* [4, с. 58]). Таксама

вылучаецца невялікая група, якая выкрывае здраднікаў роднай краіны (*Хто мову і веру мяняў, той не то сябе – і суседа прадаваў* [4, с. 59]; *Не той перамагае, хто ў бядзе са сваёй зямелькі ўцякае* [4, с. 58]), што зноў жа сведчыць пра вялікі патрыятычны імпульс беларусаў, жаданне захаваць сваю радзіму, яе традыцыі і звычаі, нягледзячы ні на што.

Прыказкі выразна паказваюць на тое, што ва ўсе гістарычныя часы беларусам была ўласціва такая рыса, як шчырая любоў да роднага кута, да сваёй зямлі. Беларусы моцна зжываюцца з тым месцам, дзе нарадзіліся. Любоў да айчыны, патрыятызм не супярэчаць такім агульнапрызнаным вартасцям беларускага народа, як гасціннасць і пашана да добрых людзей. Як можна бачыць, беларускія прыказкі, прысвечаныя тэме радзімы, увабралі ў сябе багаты вопыт пакаленняў па выхаванні моладзі ў духу патрыятызму. Канцэпт “радзіма” ў беларускіх прыказках мае выразную станоўчую канатацыю і прадстаўлены як найвялікшая каштоўнасць у жыцці чалавека.

## СПІС ЛІТАРАТУРЫ

1. Маслова, В. А. Введение в когнитивную лингвистику : учеб. пособие / В. А. Маслова. – 2-е изд., испр. – М. : Флинта : Наука, 2006. – 296 с.

2. Алефиренко, Н. Ф. Когнитивная лингвистика: предпосылки, предмет, категории [Электронный ресурс] / Н. Ф. Алефиренко. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnaya-lingvistika-predposylki-predmet-kategorii>. – Дата доступа: 13.04.2019.

3. Аксамітаў, А. Прыказкі і прымаўкі : тлумач. слоўн. бел. прыказак і прымавак / А. Аксамітаў. – Мінск : Бел. навука, 2002. – 320 с.

4. Янкоўскі, Ф. М. Беларускія народныя прыказкі і прымаўкі / Ф. М. Янкоўскі. – Мінск : Выд-ва АН БССР, 1957. – 451 с.

**Д.В. ТАВРЕЛЬ**

Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы

Научный руководитель: Л.В. Рычкова

**РАСШИРЕНИЕ ФУНКЦИЙ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА  
В МЕЖНАЦИОНАЛЬНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ (НА  
ПРИМЕРЕ БЕЛОРУССКО-КИТАЙСКОГО  
СОТРУДНИЧЕСТВА)**

На сегодняшний день самым популярным языком международной коммуникации является английский. Поток актуальной информации на английском языке, идущий через различного рода СМИ, является беспрецедентным по объёму и содержанию. Тем не менее, в последнее время наблюдается расширение употребления в международной сфере китайского языка. Обмен знаниями и опытом между Китаем и Беларусью охватывает разные сферы деятельности. Международное сотрудничество влияет не только на его развитие и качество, но также служит системообразующим фактором в реализации и укреплении прочных и взаимовыгодных социально-экономических отношений.

В соответствии со справочником по языкам мира Ethnologue [1], китайский язык занимает первую позицию по числу носителей, и это число достигает 918 млн. человек. Китайский язык имеет 7 основных разновидностей, среди которых можно выделить путунхуа, у, кантонский или юэ, минь, хакка, гань и сян. Число говорящих на различных разновидностях китайского языка, помимо путунхуа, составляет более 199 млн. человек [2].

Цель данной статьи – выявить факторы, влияющие на расширение функций китайского языка в Республике Беларусь и изучить вопрос о его продвижении среди белорусского населения. Раскрытие проблем, перспектив и ключевых характеристик взаимодействия между КНР и Беларусью – необходимый элемент исследования для дальнейшего успешного научно-информационного и научно-методического обеспечения экономического развития.

Китай всегда оставался относительно закрытым государством, несмотря на свою сильную экономику. Оккупация, разорение, снижение удельного экономического веса – плоды принудительного открытия Китая иностранным державам, которое повлекло за собой то обстоятельство, что Китай не использовал до настоящего времени

весь свой потенциал в достаточной мере, чтобы китайский язык получил такое же массовое распространение, как и английский.

Сегодня Китай смело можно назвать сверхдержавой, обладающей огромным потенциалом. В качестве одного из инструментов расширения международного сотрудничества эта страна видит политику популяризации китайского языка и китайской культуры. Стоит отметить, что популяризация китайского языка началась в 70-е гг. XX века. Несмотря на то, что на тот момент экономическое и внешнеэкономическое развитие государства не было столь интенсивным, мир смог по-новому взглянуть на Китай, который уже стал открываться миру [3].

Белорусско-китайское межгосударственное сотрудничество на сегодняшний день достигло достаточно высокого уровня. Взаимодействие КНР и Беларуси в гуманитарной, культурной, научной и образовательной сферах активно развивается. Ведущие университеты двух стран сотрудничают в области науки и образования: на территории Республики Беларусь открывают институты Конфуция, организовываются специализированные выставки, ведется совместная подготовка кадров.

Изучение любого иностранного языка основывается на формировании лингвистической компетенции, которая включает в себя фонологическую, лексическую, грамматическую, коммуникативную и другие. Каждая из компетенций имеет ряд особенностей, изучение которых требует особого внимания. Среди белорусского населения интерес к изучению китайского языка постоянно растет. И такой интерес абсолютно логичен по ряду причин.

Во-первых, это динамичное развитие экономической составляющей Китая. Темпы роста экономики Китая стремительно набирают обороты. На сегодняшний день для современного мира китайская продукция представляется очень привлекательной. В качестве примера можно рассмотреть AliExpress, торговую китайскую площадку, которая пользуется популярностью во всём мире. Бизнесмены со всего мира едут в Китай в поиске большей прибыли, т. к. и покупать, и производить там дешевле. С 2005 года порт в Шанхае является крупнейшим в мире портом по грузообороту, и это только перевозки морем, не считая авиа и железнодорожных перевозок [4].

Во-вторых, интерес к изучению китайского языка во многом обуславливается перспективами трудоустройства. Китайский язык –

один из самых сложных языков мира, ввиду чего в Беларуси настоящих профессионалов, владеющих им, не так много, поэтому такие люди всегда востребованы. Соответственно, профессиональное владение китайским языком влияет на уровень заработной платы.

В-третьих, немаловажную роль играет богатая культура Китая. Известно, что Китайская цивилизация является древнейшей, обладает огромной историей, которая насчитывает более 3-х тысячелетий. Это свои традиции, мифология, философия, литература, искусство. Постигая язык китайской цивилизации, можно научиться понимать все многообразие её культуры [3].

Закономерно, что одной из главных форм сотрудничества между Китаем и Республикой Беларусь стало взаимное проведение Дней национальных культур. В соответствии с соглашениями о сотрудничестве между министерствами культуры Беларуси и Китая с 1999 года Дни культуры проходят на взаимной основе. Стоит отметить, что белорусские художники активно участвуют в специализированных форумах и выставках, которые проводятся в Китае. В своей статье Го Цзиньлун отмечает основные вехи культурного сотрудничества, а именно: в 2013 году было подписано соглашение о сотрудничестве Национального художественного музея Республики Беларусь с Музеем современной европейской живописи г. Тяньцзиня, а затем соглашения о сотрудничестве между библиотеками, органами кинематографии, союзами писателей двух стран, а также соглашение между БГТРК и Центральным телевидением Китая “ССТV”; в 2014 году в Пекине состоялись гастроли Национального академического театра Янки Купалы, позже гастроли Государственного ансамбля танца Беларуси с концертной программой, которая была посвящена 70-летию Победы в Великой Отечественной войне; в 2015 году китайская сторона провела Дни культуры КНР в Беларуси [5, с. 55]. Развитие сотрудничества между Беларусью и Китаем в области культуры является одним из факторов, который способствует продвижению и развитию китайского языка в Беларуси.

Стабильное и динамичное межнациональное взаимодействие двух стран осуществляется в рамках ООН. Как Беларусь, так и Китай взаимно оказывают друг другу постоянную поддержку в Совете по правам человека, что содействует диалогу и преодолению разного рода разногласий, способствует устранению политизации и двойных стандартов по вопросам прав человека. Также Беларусь и Китай активно взаимодействуют в рамках Шанхайской организации

сотрудничества и Совещания по взаимодействию и мерам доверия в Азии. Сотрудничество в различных сферах между Беларусью и Китаем способствует усилению международной академической и профессиональной мобильности студентов, преподавателей и учёных, что расширяет функции китайского языка во взаимодействии двух стран.

В основе динамичного сотрудничества между Китаем и Беларусью в сфере образования лежит ряд двусторонних соглашений: Соглашение о взаимном признании документов об образовании, Соглашение о взаимном признании ученых степеней, Соглашение между Министерством образования Республики Беларусь и Министерством образования Китайской Народной Республики о сотрудничестве в области образования. Реализация данных соглашений вызывает еще больший интерес к изучению китайского языка среди белорусов [5, с. 55].

Мы намеренно подчеркнули именно гуманитарное сотрудничество, поскольку весьма удачные примеры экономического взаимодействия двух стран общеизвестны.

Таким образом, сотрудничество Республики Беларусь и Китайской Народной Республики носит взаимовыгодный характер и обладает серьезным потенциалом для его расширения и развития в будущем. В основе всех общественных процессов лежит интерес. Есть интерес политический, есть интерес экономический и есть интерес гуманитарный. В случае белорусско-китайских отношений на нынешнем этапе все три составляющих интереса совпадают, что, безусловно, будет способствовать распространению китайского языка в Беларуси, расширению его функций, повышать интерес к китайской культуре у граждан нашей страны.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ethnologue: Languages of the World [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.ethnologue.com/>. – Date of access: 16.05.2021.
2. Актанов, И. «Мягкая сила Китая»: образовательные стратегии внешнеполитического влияния / И. Актанов // Власть. – 2019. – № 3. – С. 231–236.
3. Малышев, Г. И. Трудности в изучении фонетики китайского языка русскоговорящими студентами: основные ошибки и способы их устранения / Г. И. Малышев, Я. Е. Киселевич, П. Д. Митчел // Вестник Тамбовского университета. Серия Гуманитарные науки. – 2018. – Т. 23. – № 173. – С. 43–48.



4. Скубенко, Д. Роль китайского языка в жизни современного общества / Д. Скубенко // Инновационная наука. – 2017. – № 04–2. – С. 204–206.

5. Цзиньлун, Го «Один пояс, один путь» в отношениях РБ и КНР: культурно-образовательный аспект / Го Цзиньлун // Белорусско-китайский культурный и образовательный диалог: история, современное состояние, перспективы: сб. науч. статей / под науч. ред. Н. Н. Хмельницкого – Минск : РИВШ, 2017. – С.55–58.

**Э.М. ТОПУЗЯН**

Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы

Научный руководитель: Н.И. Андрейчик

## **ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ОБЩЕНИЯ И МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОНФЛИКТОВ**

Межкультурная коммуникация – термин, появившийся в отечественной гуманитарной науке в последнее десятилетие ушедшего века, вслед за ранее укоренившимися в научном и обыденном сознании понятиями «менталитет», «культурный плюрализм», «диалог культур» [1]. Межкультурное общение подразумевает собой общение между представителями различных человеческих культур. Это общение может быть как устным, так и письменным, как индивидуальным (с небольшим количеством участников), так и массовым [2]. Поскольку понятие межкультурного общения сложное и многогранное, оно изучается на уровне слияния нескольких дисциплин.

Например, проблемами межкультурной коммуникации занимаются такие науки, как культурология, психология, лингвистика, антропология и социология. Каждая из этих наук использует свои подходы к изучению поставленных перед нею проблем, которые, к слову, являются далеко не одинаковыми.

Психология выявляет закономерности и тенденции в общении с точки зрения различий в человеческой психике; лингвистика проводит параллели между представителями различных культур путём сравнения и выявления общих черт в их языках; социология же смотрит на проблемы межкультурной коммуникации с позиции общественной жизни человека, его положения в обществе и социального статуса.

Первоначально для описания межкультурной коммуникации использовалось классическое понимание культуры как стабильной, устойчивой системы осознанных и бессознательных правил, норм, ценностей и структур, принятых в обществе [4, с.23].

В современном мире всё чаще встречается понимание культуры как образа жизни и системы поведения, норм или ценностей любой социальной группы (например, городская культура, культура поколений, культура организации). Такое понятие культуры не предполагает строгой стабильности и упорядоченности культурной

системы, поскольку до определённой степени она может меняться и преобразовываться в зависимости от социальной ситуации.

Все культуры являются неоднородными по своему составу. Чаще всего какое-либо общество представляет собой слияние различных этнических культур и субкультур. И всем им присущи свои идеалы, ценности, нормы поведения, взгляды на тот или иной предмет. Именно поэтому люди неизбежно вступают в противоречия и конфликты друг с другом, а именно –межкультурные конфликты. Под конфликтом следует понимать любой вид противоборства или несовпадения чьих-либо интересов. В более узком смысле конфликт рассматривается не как столкновение, противоборство или конкуренция культур, а как нарушение коммуникации между людьми [5, с.95].

В зависимости от перевода (под переводом в данном случае подразумеваются не только слова, фразы и предложения, но и жесты, мимика) между представителями различных культур может возникать полное непонимание или понимание. Промежуточным вариантом будет являться поиск того, что может объединить две стороны [5, с.97]. В культурной антропологии выделяют несколько видов межкультурных конфликтов [1], а именно конфликты между:

1. различными этническими группами и их культурами;
2. религиозными группами, представителями различных религий;
3. поколениями и носителями разных субкультур;
4. традициями и новациями в культуре;
5. различными лингвокультурными сообществами и их отдельными представителями.

В процессе общения с представителями других культур причинами напряженности и конфликта очень часто бывают ошибки в объяснении поведения партнеров. Межкультурные контакты подразумевают, что между партнерами существует четкое разделение ролей, и каждый субъект выполняет роли, предписанные родной или иностранной культурой, нормы поведения. В основном роли подразделяются на хозяев, гостей и чужаков. Последнюю категорию людей именуют как иммигрант, чужестранец или беженец.

Часто такие люди допускают ошибки только потому, что незнакомы с нормами и правилами традиционной коммуникации в другой стране. Традиционная коммуникация в разных обществах различна. Она включает как вербальную, так и невербальную информацию. Невербальные средства общения также могут различаться.

Жесты культурно обусловлены. В каждой стране они различаются. Иногда может показаться, что собеседник проявляет враждебность, в то время как он просто пытается выразить свое одобрение. Например, на Тибете в знак одобрения высовывают язык.

В Новой Гвинее указывают на предмет глазами и не понимают указания, когда оно делается рукой. Болгары заявляют о своем согласии, качая головой из стороны в сторону, т. е. движением, которым в Европе и Америке пользуются для выражения отрицания. Без знания таких тонкостей невозможно построить корректный и грамотный разговор.

Пребывание в чужой культуре, в другой культурной группе сопровождается ситуациями, которые регулируются двумя культурами. Речь идет о ситуациях культурного пересечения, или наложения культур, в которых любой коммуникативный акт субъективно интерпретируется [6]. Внезапное молчание в диалоге, например, может истолковываться одновременно как ослабление напряжения и как моральное давление, напряжение. К завтраку в немецком отеле традиционно подают кофе и чай. Вопрос официанта: «Кофе или чай?», – задается, как правило, каждому гостю. С точки зрения внутренней (немецкой) культурной перспективы, предложение данного выбора представляет собой традицию, обычай. Культурно обусловленный взгляд со стороны может трактовать такое положение вещей как своего рода принуждение, требование, предписывающее обязательно заказать на завтрак один из этих напитков. Так может показаться, например, гостю из Африки, который вообще не пьет ни один из этих напитков на завтрак.

Подобная двойственность обусловлена тем, что в процесс осмысления реальности привлекается, прежде всего, нормативно-ценностная система своей культуры, наряду с которой одновременно действуют регулятивы гостевой культуры, мало пока знакомой и, соответственно, недостаточно значимой. Собственное поведение и его последствия не оцениваются в связи с этим в контексте конкретной ситуации, когда, например, долгие паузы в разговоре воспринимаются как невежливые или, наоборот, непрерывная речь расценивается как агрессивное поведение. В этих случаях имеющиеся в распоряжении партнеров по коммуникации оправданные поведенческие стратегии, способствующие в своей культуре достижению успеха, оказываются в условиях чужой неожиданно недейственными, несоразмерными ситуации. Неуверенный более в правильности своего поведения, один из тех, кто вступает в общение, испытывает эмоциональную робость в

связи с утратой «нормальности» своих действий и в связи с кажущейся ему странной, необычной чужой реальностью.

Кроме того, большое количество разногласий возникает при переводе информации с одного языка на другой. Переводчики знают, что абсолютно точный перевод невозможен из-за разных картин мира, создаваемых разными языками. Наиболее частым случаем такого языкового несоответствия является отсутствие точного эквивалента для выражения того или иного понятия, и даже отсутствие самого понятия. Это связано с тем, что понятия или предметы, обозначаемые такими словами, являются уникальными, специфическими для данной культуры, а в других культурах отсутствуют и, следовательно, там нет соответствующих слов для их выражения [7, с.122].

Также причинами межкультурных конфликтов могут послужить разногласия в политических взглядах, религиозных убеждениях, в каких-то отдельных моментах, вызывающих различие точек зрения из-за принадлежности собеседников к различным культурам. Например, в арабских странах вопрос о женской эмансипации воспринимается крайне негативно и решается явно не в пользу женщин, в то время как в США и странах Европы давно считают, что женщина вполне самостоятельна и может пользоваться такими же правами, как и мужчина, – занимать государственные посты, руководить предприятиями и т. д.

Знание (или незнание) культурных особенностей партнеров играет огромную роль в объяснении поведения собеседников, являющихся представителями других культур. Обладание такой информацией позволяет многое прояснить относительно того, что является желательным, а что запретным в каждой конкретной культуре.

Главной причиной межкультурных конфликтов служат культурные различия между народами, которые могут принимать форму противоречия или даже открытого столкновения. Поскольку современное общество в культурном плане представляет собой довольно пестрое явление, то в нем вполне естественно возникают очаги напряжения и конфликты между различными системами.

Главный путь решения проблем межкультурного общения и межкультурных конфликтов – это воспитание в людях понимания, уважения к представителям других культур, а также ознакомление людей с традициями и устоями различных обществ и проведение государствами необходимой политики и грамотной идеологии. «Нужно преодолеть культурный и языковой барьеры – это задача экспертов по иностранным языкам и культурам; нужно беречь,

сохранять, укреплять и развивать родной язык и родную культуру – это миссия... всего народа» [7, с.144].

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Белик, А.А. Культурология. Антропологические теории культур / А.А. Белик. – М. : Изд-во РГГУ, 1998, – 241 с.
2. Бергельсон, М.Б. Межкультурная коммуникация как исследовательская программа: лингвистические методы изучения кросскультурных взаимодействий // Вестник Московского университета. Сер. 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2001. – № 4.
3. Вежбицкая, А. Сопоставление культур через посредство лексики и прагматики (Язык. Семиотика. Культура. Малая серия) / пер. с англ. А.Д. Шмелева. – М. : Языки славянской культуры, 2001, – 272 с.
4. Залевская, А.А. Вопросы теории и практики межкультурных исследований // Этнокультурная специфика языкового сознания. – М, 1996. – С. 23–39.
5. Стернин, И.А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания. – М, 1996. – С. 97.
6. Кочетков, В.В. Психология межкультурных различий / В.В. Кочетков. – М. : ПЕРСЭ, 2002, – 416 с.
7. Тер-Минасова, С.Г. Война и мир языков и культур / С.Г. Терминасова. – М. : Слово, 2008. – С. 122, 144.

**Н.И. ШЕВЕЛОВА**

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель: О.И. Ковальчук

## **РОЛЬ И СПЕЦИФИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ НЕМЕЦКИХ ЭВФЕМИЗМОВ В СОЦИАЛЬНОЙ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СФЕРАХ**

Социальные группы и подгруппы частично имеют свои собственные правила и условности, соответствующие взглядам и жизненным обстоятельствам. К ним относятся в средневропейской культуре такие области, как алкоголь и употребление алкоголя, финансовое и социальное положение человека, верность партнерству или возраст. Все эти области при коммуникации требуют тщательного подбора языковых средств. Очень важно не навредить репутации человека и не ранить его чувства. Таким образом, цель эвфемистических слов и выражений – смягчить сказанное, сделать его менее категоричным и резким.

Определенные социальные группы используют свой собственный, особенный словарный запас, с помощью которого они сознательно хотят выделиться из общности и который идентифицирует именно членов этой группы.

Вряд ли кто-либо готов назвать себя *пьяницей* (нем. *ein Säufer ist*), в лучшем случае человек признается, что он *выпивает* (нем. *Trinkt*), что уже считается эвфемистическим способом выражения. Низкий финансовый и социальный статус человека или группы людей также может быть выражен эвфемистически. Это выражается, например, в общеизвестном словосочетании *sozial schwach* ‘социально слабый’, которое заменило ранее распространенное слово *arm* ‘бедный’. А вот существительное *Armut* ‘бедность’, наоборот, продолжает использоваться как фактическое обозначение без заметных коннотаций: *Armutspolitik* ‘политика бедности’, *Armutsgrenze* ‘граница бедности’.

Большое количество эвфемизмов встречается в устных и письменных текстах, связанных с проблемами внешности человека, болезни и смерти. Толстого человека сегодня часто называют *rund* ‘круглый’, *kräftig gebaut* ‘сильно построенный, сложенный’. Кроме того, слово *vollschlank* ‘полный тонкий’, не имеющее смысла в реальном значении, и *Übergewicht* ‘избыточный вес’ часто заменяются *Rubensfigur* ‘фигура Рубенса’. Здесь мы видим отсылку к

работам художника Питера Пауля Рубенса, на которых часто изображены благовоспитанные, но полноватые дамы.

Высокий социальный статус обычно способен прибавить человеку значимости, повысить его в собственных глазах и в глазах других людей. Поэтому некоторые «низкостатусные» профессии в результате эвфемизации получили «высокостатусные» названия. Так, не только в разговорной речи *die Putzfrau* ‘уборщица’ получила повышение в *Parkettkosmetikerin* ‘косметолог паркета’ (часто просто в шутку), *Kindergärtnerin* ‘воспитательница детского сада’ стала *Kindergartenpädagogin* ‘педагогом детского сада’, а *Bürogehilfin* ‘офисная помощница’ переименована в *Fachkraft für Bürokommunikation* ‘специалист по офисным коммуникациям’. Подобные эвфемистические выражения существуют и в отношении некоторых других названий профессий и показывают на стремление людей как можно более позитивно и презентабельно передать свой профессиональный статус, особенно в формальных ситуациях.

Эвфемизмы не одинаково распространены в различных сферах и группах языка. В профессиональной речи встречается меньше случаев употребления эвфемизмов, чем в разговорной. Ниже приведены некоторые примеры, иллюстрирующие специфический способ использования того или иного эвфемизма.

В первую очередь рассмотрим политическую сферу, которая считается самым насыщенным эвфемизмами сектором. Использование приукрашивающего способа выражения является распространенным явлением в политике. В политической жизни – особенно когда речь идет о необходимости объяснить непопулярные политические меры или сообщать факты – всё сразу «упаковывается» в красивые слова, фразы, чтобы таким образом смягчить их неодобрение лингвистически и ограничить неприятие со стороны граждан. Например, выражение *Sparpaket* ‘сберегательный пакет’ первоначально также имело эвфемистическую ноту, так как слово *Paket* ‘пакет’ имеет значение *подарок с большой лентой по торжественным случаям* и заставляет ожидать приятного.

До XX века нейтральное использование терминов, явно обращенных к военной сфере или военной политике, было принято как фактическое. В XX веке все чаще обходили эти обозначения, поскольку они считались оскорбительными и обременительными, и ставили на их место такие выражения, как *Wehr- oder Sicherheitspolitik* ‘политика обороны или безопасности’. Термин *Waffe* ‘оружие’ получил в XXI веке различные дипломатические сокрытия, например,



*Wirkmittel* 'средства влияния'. Явление эвфемизации чрезвычайно распространено в военном дискурсе. Поскольку в военной сфере часто речь идет об угрожающих ситуациях для жизни, то всё, что указывает на ранение и смерть, принято эвфемизировать.

Такие эвфемизмы, как *Kollateralschaden* 'сопутствующий ущерб', теперь стали практически общеупотребительной лексикой. Слово обозначает *разрушение гражданских объектов, связанное с военным нападением, и убийство гражданских лиц*, (*lateral* = 'боковое, заодно'). Таким образом, разрушительное деяние и лежащая в его основе агрессия сводятся к событию, которое происходит рядом и, следовательно, только случайно. Возмущение общественности, вызванное появлением и частым употреблением этого слова, цинизмом, заложенным в этом словоупотреблении, выразилось в том, что в Германии в 1999 году это выражение было объявлено худшим словом года. Термин *Militärschlag* 'военный удар', в свою очередь, стал распространенным в последние годы как маскирующее выражение для *Angriffskriege* 'атакующие войны'. Показательным примером из этой области является *ethnische Säuberung* 'этническая чистка', представляющая собой *Völkermord* 'геноцид' или *Vertreibung* 'изгнание'.

Для обозначения войны и военных конфликтов часто используются слова, которые скрывают военный характер и связанную с ним угрозу и опасность и поэтому считаются эвфемизмами. Примерами этому служат *Dauerregen* 'непрерывный дождь' для *Trommelfeuer* 'барабанный огонь', *Grill und Handofen* 'гриль и переносная печь' для *Flammenwerfer* 'огнемёт', *Metallregen* 'металлический дождь' для *Metallregen* 'авиакатастрофа', *Schneeballschlacht* 'игра в снежки' для *Handgranatenkampf* 'гранатомёт', также *den Gegner neutralisieren* 'нейтрализовать противника' для *den Gegner kampfunfähig machen, töten* 'сделать противника неспособным к бою, убить'.

Явление эвфемизации встречается во многих языках и сферах жизнедеятельности человека. В человеческом общении не отдельные слова, а преимущественно факторы, лежащие за пределами языка, отвечают за то, как действовать лингвистически правильно в определенных ситуациях. Такие внеязыковые факторы, которыми объясняется использование эвфемизмов, в особой степени являются свойствами человеческой природы: сопереживание другим, сокрытие фактов ради личной выгоды, повышение своего социального статуса.

В социальной и профессиональной сферах эвфемизмы используются для описания плачевного положения, для повышения социального статуса, повышения престижа занимаемой должности. В текстах военной проблематики эвфемизмы призваны скрыть неуместные и неприятные для людей понятия, касающиеся темы смерти, убийства, ранения, а также правды о военных действиях и намерениях.

**П.А. ШУЛЬГА**

Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы

Научный руководитель: Л.В. Рычкова

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ ПОНЯТИЯ ‘ЗАИМСТВОВАНИЕ’ В УСЛОВИЯХ ТРАНСЛИНГВАЛЬНЫХ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК**

Слова «переходили» между языками во все времена, но сейчас, в условиях глобализации, обмен лексикой происходит особенно активно. Определить границу между иностранным словом и заимствованием становится все сложнее. В современном мире люди используют в речи иноязычные слова, часто даже не подозревая об этом. Это происходит во многом благодаря Интернету, позволяющему людям, владеющим различными языками, свободно контактировать между собой.

Наличие заимствованных и иноязычных слов является результатом контактов языков. Некоторые исследователи считают, что иностранное слово и заимствование являются синонимами, другие же считают необходимым разграничивать эти понятия. Л. П. Крысин называет иностранное слово «потенциальным заимствованием» [1, с.2], которое известно лишь узкому кругу лиц определенной сферы, например, дипломатов или ученых. Той же точки зрения придерживался и А. А. Леонтьев, говоря, что для заимствований «характерна некоторая степень освоенности» [2]. Н. Н. Кошкарлова относит заимствования к «частично ассимилированной лексике – словам, не полностью ассимилированным системой языка-реципиента и сохраняющим признаки иноязычности хотя бы на одном из уровней языка – фонетическом, графическом, семантическом или грамматическом, несмотря на освоенность на каком-то другом уровне» [3, с.6].

Ученые рассматривают заимствования не только как результат – проникновение иноязычной лексики в язык-приемник, но и как «процесс, во время которого происходит постепенное передвижение от разовых, окказиональных использований данного заимствования, по пути его постепенного освоения средствами языковой системы и, в конце концов, включения его как полноправного элемента в систему языка-рецептора с присвоением характеристик, свойственных исконным единицам соответствующих классов» [8, с. 1].

Принято считать, что процесс освоения новой лексики осуществляется в три этапа. Сначала слово используется как иноязычное вкрапление, затем, при более частом употреблении слова, начинается процесс его освоения на различных уровнях. На последнем этапе слово перестает ощущаться носителями языка как иноязычное. На этом этапе оно вносится в толковые словари [4]. Таким образом, иноязычные слова, попадая в язык, проходят процесс ассимиляции, после чего «перестают ощущаться как чужеродные и находят свое место в узусе» [5, с. 3].

Развитие контактов между языками способствует появлению интернационализмов – слов, имеющих схожую семантическую или звуковую структуру и соответствующее значение [6, с.7], например, *телефон, фильм, конгресс*. Существуют разные мнения относительно того, являются ли синонимами понятия «заимствование» и «интернационализм». В.В. Дубчинский и Т. Ройтер считают, что «интернационализмами целесообразно называть только те заимствованные лексемы, которые стали своими, усвоенными для определения контрастирующих языков» [4, с.35].

Заимствования «расширяют картину мира» [4, с.32], а полностью усвоенные заимствования «обогащают язык, делают его более гибким и обычно не ущемляют его самобытности» [7, с. 115].

В последние десятилетия русский язык захлестнула волна заимствованных слов, которые имеют разную степень ассимиляции [8, с. 1]. Открытость коммуникативного пространства способствует взаимодействию культур, в результате которого происходит заимствование не столько слов, сколько концептов, которые заимствуются со своими исконными номинациями, в т.ч. в форме инициальных аббревиатур, например: *VIP, PR* и другие. Такие номинации, несмотря на разную степень их освоения языком-реципиентом, зачастую «достаточно широко используются как переводные кальки, например *белая сила (whitepower)* и *мягкая сила (softpower)*» [9, с. 86], то есть становятся фактом узуса.

О постепенном стирании границы между понятиями ‘иностранный язык’ / ‘заимствованное слово’ свидетельствует появление «слов-кентавров». Одна часть такого слова представляет собой морфему или слово, перенесенные в язык в неизменном виде и представленные в письменной форме латиницей, а вторая часть – русифицированная или просто русское слово, например, *web-сайт* [10, с. 61].

Трансформация понятия ‘заимствование’ во многом обусловлена распространением транслингвальных практик, которые, в условиях

массового несбалансированного билингвизма участников коммуникации, приобретают статус узурпаторских.

Мода на использование иностранных слов, быстрое освоение новой лексики и вхождение ее в активный словарный запас без прохождения всех этапов освоения и полной ассимиляции влечет за собой использование иностранных слов даже теми, кто не знает этого языка. Некоторые иноязычные слова русифицируются, осваиваются языком, но не укореняются в нем, оставаясь только в устной речи, другие же проходят весь процесс ассимиляции, прочно закрепляются в языке и не воспринимаются как заимствованные.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Крысин, Л. П. Иноязычные слова в современном русском языке / Л. П. Крысин. – М.: Наука, 1968. – 208 с.

2. Леонтьев, А. А. Иноязычные вкрапления в русскую речь / А. А. Леонтьев // Вопросы культуры речи. Вып. 7. – М.: Наука, 1966. – С. 60–68.

3. Кошкарлова, Н. Н. Структурно-семантические особенности и степень адаптации англоязычной частично ассимилированной лексики в русском компьютерном подязыке: автореф. дис. ... канд. филол. наук / Н. Н. Кошкарлова. – Екатеринбург, 2004. – 22 с.

4. Дубчинский, В. В. Теория и лексикографическое описание лексических параллелей: монография / В. В. Дубчинский, Т. Ройтер. – Харьков: «Підручник НТУ «ХПІ»», 2015. – 148 с.

5. Рычкова, Л. В. Единицы иноязычного происхождения в общефилологических толковых словарях белорусского языка // Украинская лексикография в общеславянском контексте: теория, практика, типология. – Киев : НАН Украины, 2011. – С. 465–475.

6. Вольнова, Д. Н. Иностранные заимствования как один из источников словарного состава английского языка / Д. Н. Вольнова // Электронный научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации». – 2014. – № 12. Ч. 3 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://web.snauka.ru/issues/2014/12/39354>. – Дата доступа: 23.04.2021.

7. Крысин, Л. П. Современный русский язык. Лексическая семантика. Лексикология. Фразеология. Лексикография. / Л. П. Крысин. – Москва: Академия, 2007. – С. 113–129.

8. Зорина, А. В. Англицизмы в современном русском языке (на примере интернет-лексики) / А. В. Зорина // Казанский лингвистический журнал. – 2018. – Т. 1. – № 2(1). – С. 1–14.

9. Рычкова, Л. В. Англоязычные вкрапления в русскоязычных текстах (на материале корпусных данных) / Л. В. Рычкова // Язык и межкультурная коммуникация: современные векторы развития. Вып. 1. – Пинск : ПолесГУ, 2019. – С. 80–87.

10. Егорова, Н. В. «Слова-кентавры» в текстах документов / Н. В. Егорова // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2017. – №2 (202). – С. 61–65.

**Л.В. ШУМАКОВА**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: И.Ф. Нестерук

## **ОЦЕНОЧНОЕ СРАВНЕНИЕ В СТРУКТУРЕ СЛОЖНОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

Ни одно лингвистическое исследование общих закономерностей языка и речи не может игнорировать феномен сравнения. Оно является объектом изучения в рамках таких дисциплин как лингвистика, философия, логика, стилистика и др. Каждая из этих дисциплин трактует сравнение по-своему, внося тем самым немаловажный вклад в его общее понимание. Споры, ведущиеся вокруг понятия сравнения, не беспредметны. Однако, несмотря на значительную разработанность темы, в ней остаётся целый ряд дискуссионных положений. Чем больше мы узнаем о сравнении, тем более интересным представляется этот феномен языка и мышления.

По мнению М.М. Паршуковой, сравнение является одним из самых часто употребляемых средств образности и выразительности. Его можно встретить как в художественной литературе, так и в научно-популярной. Сравнение в тексте, несомненно, несет стилистическую функцию. Оно субъективно как в структурном плане, так и в семантическом. Свои мысли автор может выражать по-разному, используя все виды и способы образования этого приема [1]. Как в русском, так и в немецком и других языках, существует много определений понятия «сравнение». Приведем некоторые из них:

В словаре лингвистических терминов дается следующие определения сравнения: «сравнение – троп, состоящий в уподоблении одного предмета другому на основании общего у них признака» [Розенталь, Теленкова 1985].

«Сравнение – фигура речи, состоящая в уподоблении одного предмета другому, у которого предполагается наличие признака, общего с первым» [Ахманова 2005].

Сравнение в стилистике – это «сопоставление двух явлений с тем, чтобы пояснить одно из них при помощи другого. Сравнение служит для создания в тексте художественной выразительности. В этом проявляется его стилистическая функция» [Розенталь 1974].

Подытожив вышесказанное, можно сделать вывод, что сравнение или так называемая «компаративность» как объект философских и

лингвистических исследований, как правило, трактуется как понятие сопоставления качественных или количественных характеристик чего-либо, выражения большей или меньшей степени, понятия равенства и неравенства, которое находит своё отражение не только в грамматике, но также в фразеологии и лексике. Суть сравнения заключается в сопоставлении объектов для выявления отношений между ними: их тождественности (равенстве), либо различии.

Лингвостилистический потенциал сравнительных конструкций исследовался нами на базе текста романа Патрика Зюскинда «Парфюмер. История одного убийцы» («Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders»). Следует отметить, что сравнения находят широкое отражение в художественном тексте, и роман П. Зюскинда «Парфюмер» не является исключением. В пределах художественного текста фиксируются отношения различных видов сравнений с разной степенью закреплённости в языке семантической связи.

Анализ практического материала производился нами методом сплошной выборки. Объем выборки составил 65 сравнительных конструкций на 150 страниц авторского текста. Сравнительные конструкции также дифференцируются в зависимости от их структуры. В процессе анализа нами были выделены три основных группы сравнительных конструкций: простые или нераспространённые сравнения; распространённые сравнения и развернутые сравнения.

Приведем следующие примеры. Первая группа представлена нераспространёнными сравнениями:

1) «*Mir scheint allerdings, **als ob** da etwas aus der Windel röche*» [2, с. 13].

2) «*Ihr Schweiß duftete so frisch **wie Meereswind**, der Talg ihrer Haare so süß **wie Nußöl**, ihr Geschlecht wie ein Bouquet von Wasserlilien, die Haut **wie Aprikosenblüte...***» [2, с. 51].

Следующая группа сравнительных конструкций – это распространённые сравнения. Они содержат различного рода определения, относящиеся к сравниваемому понятию. Например:

1) «*Es sah zunächst recht unansehnlich aus, **wie eine dünne, trübe Suppe***» [2, с. 118].

2) «*Er war zäh **wie ein resistentes Bakterium** und genügsam **wie ein Zeck**, der still auf einem Baum sitzt und von einem winzigen Blutströpfchen lebt, das er vor Jahren erbeutet hat*» [2, с. 26].

В следующем примере представлены развёрнутые сравнения:



*«Aber ebenso wie ein musikalisches Kind darauf brennt, ein Orchester aus der Nähe zu sehen oder einmal in der Kirche auf die Empore hinaufzusteigen, zum verborgenen Manual der Orgel, so brannte Grenouille darauf, eine Parfumerie von innen zu sehen, und er hatte, als er hörte, es solle Leder zu Baldini geliefert werden, alles daran gesetzt, diese Besorgung übernehmen zu dürfen» [2, с. 84].*

Данное развёрнутое сравнение позволяет читателю глубже понять желание главного героя «увидеть парфюмерную лавку изнутри», понять, насколько это важно для него.

Рассмотрев основные виды сравнений с точки зрения структурной организации, можем отметить их функциональный потенциал в тексте романа П. Зюскинда. Из перечисленных выше групп сравнений необходимо выделить группу распространённых сравнений. Они наиболее частотны в анализируемом произведении, являются при этом структурным материалом и выполняют доминантную функцию в представлении писательского видения, а также способствуют передачи различных оттенков эмотивности в произведении. В текстовую палитру произведения писателя органично входят также слова, усиливающие оттенки значения, которые мы относим к группе нераспространённых сравнений. Они помогают читателю представить эмоциональный духовный мир автора и его отношение к происходящему. При помощи данного стилистического приема сопоставления двух явлений осуществляется образная трансформация объекта сравнения, обновляется и обогащается семантика слова.

Использование автором сравнительных конструкций делает возможным представление объекта в желательном для автора или говорящего лица свете, подчеркивают ту негативную или позитивную характеристику, которой придается значение именно в данной ситуации, обозначая разнообразные особенности экспрессивности. На основании проведенного анализа можно сделать следующий вывод: сравнительные конструкции органично связывают текстовые фрагменты между собой и служат средством развернутой характеристики персонажа.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Паршукова, Сравнение как средство образности и выразительности в зарубежном языкознании / М.М. Паршукова // Вестник ЮГУ №1 (44) – Югра : ЮГУ, 2011 г – С. 16–21 – Режим доступа: <https://journals.eco-vector.com>. Дата доступа: 11.05.2021

2. Süskind, P. Das Parfum. Die Geschichte eines Mörders / P. Süskind [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://germanistik.doomby.com>. Дата доступа: 04.05.2021

**Е.А. ШУТОВИЧ**

Витебск, ВГУ имени П.М. Машерова

Научный руководитель: Т.В. Скребнева

## **LINGUISTISCHE UND EXTRALINGUISTISCHE MOTIVE FÜR DIE NOMENNENNUNG DER PUPPEN**

Puppen begleiten den Menschen seit der Antike. Bis jetzt haben die Wissenschaftler kein genaues Datum für die Erschaffung der Puppen genannt. Die erste Erwähnung von Puppen bezieht sich auf die Zeit des Alten Ägypten, und die Puppe selbst erschien am Anfang nicht in der für uns üblichen Form und erfüllte sogar keine solchen Funktionen, die ihr heute zugewiesen sind. Die Puppe ist ein besonderes Phänomen, das etwas geheimnisvolles und magisches in sich trägt. Diese Gestalt ermöglicht uns den Puppen Eigenschaften eines Lebewesens zu verleihen und verschiedene Funktionen auszuführen, von der heiligen rituell-magischen Funktion bis hin zu unterhaltsamen und sogar kognitiven Funktionen. Puppen, wie die Menschen, haben ihren eigenen Namen, die sie vom Schöpfer, Hersteller oder Besitzer bekommen haben. Der Name trägt die Information über die historische Epoche und die soziale Ordnung, er drückt die geistigen und moralischen Werte der Gesellschaft aus. Der Name ist ein integraler Bestandteil des nationalen Bildes der Welt.

Viele Völker haben Mythen und Legenden, die mit dem Phänomen der Puppe verbunden sind. Alte Puppen waren oft Teil der sakralen Handlungen und Rituale. Mit der Entwicklung der Zivilisation und der Gesellschaft entwickelten sich auch die Puppen. Sie bekamen neue Eigenschaften und erfüllten neue Funktionen, die die soziokulturelle Erfahrung des Volkes, seine Traditionen und Bräuche unveränderlich widerspiegelten. Wenn man der Puppe einen Namen gibt, dann betont man darin individuelle Eigenschaften und hebt ihn von vielen anderen ab.

Die Eigennamen sind eine besondere Kategorie des Vokabulars, die komplexe formale sinnvolle und assoziative Eigenschaften hat. Sie haben eine große Bedeutung für die Kultur und Geschichte der Menschen. Die Kenntnis der Eigennamen ist eine Voraussetzung für eine effektive Interkulturelle Kommunikation. Bekanntermaßen nehmen sprachliche (linguistische) und nichtsprachliche (extralinguistische) Faktoren am Nominationsprozess teil. Zu den ersten gehören die phonetische und wortbildende Struktur des Wortes, seine Etymologie. Die extralinguistischen Faktoren spiegeln den nationalen und kulturellen

Aspekt, die historischen und politischen Ereignisse, die sozialen Phänomene wider.

Nach dem Studium der Internetforen haben wir die folgenden Hauptmotive für den Namen der Puppen ausgesucht (*forum-dollplanet.ru*, <https://babiki.ru>):

- 1) ästhetische Wahrnehmung des Namens, seinen phonetischen Wohlklang;
- 2) Einfluss der nationalen Traditionen;
- 3) Mode-Effekt;
- 4) Einfluss der Religion;
- 5) Auswirkungen von positiven und negativen Assoziationen mit dem Namen;
- 6) Originalität des Namens;
- 7) Einfluss der Medien, Fiktion;
- 8) zu Ehren berühmter Menschen, historischer Persönlichkeiten;
- 9) Etymologie des Namens;
- 10) situative Motive.

Zu den ästhetischen Motiven des Namens gehören die wohlklingenden Namen. Zum Beispiel gaben die Foren-Teilnehmer den Puppen kurze Namen oder hypokoristische Formen von Namen, die schön klingen. Diesen Namen findet man angenehm für die Aussprache. Dazu gehören die folgende: *Оля, Машиа, Алла, Ника, Хлоя und andere*.

Das Vorbild von vielen Puppen sind Menschen verschiedener Nationalitäten. Aus diesem Grund werden den Puppen solche Namen zugewiesen, die für eine bestimmte ethnische Gemeinschaft charakteristisch sind, d.h. nationale Traditionen spielen hier die Hauptrolle. Zum Beispiel gibt man Puppen mit afrikanischem Aussehen einen Namen, der für diese Region charakteristisch ist: *Айна 'einzig', Амади 'die Freude', Пудо 'die Liebe'*. Die Puppen mit eskimoischem Aussehen bekommen solche Namen wie *Ила 'die Freundin', Анука 'der Wind', Инупа 'der Stern'*.

Unter dem Einfluss von Medien und Literatur geben die Menschen ihren Puppen die Charakternamen aus Filmen, Märchen, literarischen Werken. Bei der Nomination der Puppen werden solche Namen verwendet, die zu den Zeichentrickfiguren gehören: *Ариэль «Meerjungfrau», Блум «Winx Club», Жасмин «Aladdin»*; die Namen der Helden der Fiktion: *Анна «Anna Karenina», Джейн «Jane Eyre», Маргарита «Meister und Margarita»*.

Die Puppen, die nach berühmten und historischen Persönlichkeiten benannt sind, tragen die folgenden Namen: *Екатерина (Kaiserin*

*Katharina II.*), *Мерлин* (*Merlin aus der Artus-Sage*), *Том* (*Schauspieler Thomas Baker*), *Честер* (*Musiker Chester Bennington*).

Die Originalität des Namens wird durch die Seltenheit seiner Verbreitung bestimmt.

Die Namensgeber geben den Puppen einen besonderen Sinn, und die Puppen können die Funktion eines Glücksbringers erfüllen: *Александр* 'der Beschützer', *Виктория* 'der Sieg', *София* 'weise' und so weiter.

Situative Motive sind mit einer Situation verbunden. Oft ist der Ausgangspunkt für die Benennung einer Puppe ein Geschehen, wie z.B. wird eine Puppe zu Ehren der Person benannt, die sie geschenkt oder gestiftet hat.

Bei der Nomination der Puppen dominieren also die extralinguistischen Motive. Dies liegt daran, dass der Name der Puppe eine reichhaltige Vielfalt an nicht-sprachlichen Informationen hat, die in den pragmatischen Komponenten seiner Semantik einfließen.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Имя для куклы. По какому принципу мы называем наших кукол? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://babiki.ru/blog/boltalka/22171.html>. – Дата доступа: 02.11.2020.

2. Морозов, И.А. Феноменкуклы в традиционной и современной культуре / И.А. Морозов. – М.: Индрик, 2011. – 352 с.

3. Федотова, Т.В. Лингвосоциальные факторы имянаречения конца XX в. (на материале антропонимов Кубани) / Т.В. Федотова // Вестник ВГУ. Сер. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2017. – № 2. – С. 94-100.

**А.А. ЯКУБОВИЧ**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы

Научный руководитель: Т.В. Пузевич

**ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ  
АНГЛОЯЗЫЧНОГО НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО  
ТЕКСТА (НА МАТЕРИАЛЕ КНИГИ А. DUCKWORTH  
“GRIT: THE POWER OF PASSION AND  
PERSEVERANCE”)**

Современное информационное общество характеризуется высокими темпами производства и оборота знаний. Важную роль в этом процессе играют научно-популярные тексты. Специфика научно-популярного текста обусловлена, прежде всего, тем, что данные тексты создаются не с целью узкоспециализированного изучения, как собственно научный текст, а с целью массового распространения научной информации и популяризации научного знания. Целевая аудитория научно-популярного текста – читатель, который не обладает специальными знаниями и не владеет узконаправленной терминологией в той или в иной области науки.

Научно-популярный текст имеет лексические, грамматические и стилистические особенности, которые сближают его как с научным, так и с публицистическим стилем. Поэтому изучение лингвистических особенностей данного вида текстов в плане уточнения их принадлежности к определенному функциональному стилю имеет особую актуальность.

Ряд лингвистов трактуют научно-популярный стиль в качестве подстиля научного стиля. По мнению О.Д. Митрофановой, принадлежность научно-популярных текстов к научному стилю обусловлена использованием в них элементов научного стиля, поэтому «нет оснований для отнесения их к особому функциональному стилю, поскольку здесь для передачи научного содержания используются те же средства научного стиля – термины, устойчивые и фразеологические сочетания, синтаксические конструкции» [1, с. 14]. М.Х. Азизова отмечает, что «по коммуникативно-прагматическим целям, содержательному наполнению и характеру адресата научно-популярный текст близок научным академическим текстам» [2, с. 272].

Другие лингвисты выделяют научно-популярные тексты в самостоятельный функциональный стиль, взяв за основание особые

функции данного вида текстов. Так, Н.Н. Маевский пишет, что «научно-популярный стиль в противоположность научному стилю реализует не одну языковую функцию сообщения (коммуникативно-информативную), а две языковые функции: функцию сообщения и функцию воздействия, что определяется особой сферой общения, деятельности, в которой этот стиль используется, – сферой научной популяризации, а в связи с этим и особой по сравнению с научным стилем экстралингвистической основой» [3, с. 11].

Э.А. Лазаревич утверждает, что «близость некоторых черт научно-популярной литературы и литературы других типов не дает основания говорить о типологической неопределенности первой. Ее подобие другим всегда четко выражено и ограничено» [4, с. 297]. Так, по мнению ученого, научно-популярная литература совпадает с научной по тематике, а с художественной – читательской аудиторией. Общим отличием научно-популярных текстов от данных стилей является целевая установка.

Таким образом, статус научно-популярного стиля до сих пор четко не определен и вызывает споры среди лингвистов. В нашей статье мы придерживаемся точки зрения первой группы ученых, которые считают, что нецелесообразно выделять научно-популярный стиль в отдельную жанровую категорию, отличную от научного стиля.

В качестве материала исследования лексико-грамматических особенностей научно-популярного текста была выбрана книга Ангелы Дакворт “Grit: The Power of Passion and Perseverance” [5]. Ангела Дакворт является американским ученым, психологом и автором научно-популярных книг. После окончания Гарварда, она продолжила обучение в Оксфорде, а затем получила докторскую степень в области нейронауки в Пенсильванском университете. В 2013 году Ангела удостоилась присуждения стипендии Макартура, которой награждают молодых ученых, добившихся наибольших успехов в своей сфере. Книга написана на основе проведенных автором исследований в области психологии успеха. Однако несмотря на то, что основу работы составляют научные исследования, книга написана живым разговорным языком, поскольку она рассчитана на широкую аудиторию, на всех тех, кто стремится добиться успеха в различных сферах деятельности.

Начнем рассмотрение специфики научно-популярных текстов с особенностей заголовка. Заголовки любых текстов отражают основной смысл, который хочет передать автор, в сжатой форме. Заголовки научно-популярных текстов сближают их с текстами

публицистическими, поскольку зачастую они формулируются в форме вопросов, восклицаний и нетипичных словосочетаний. Данные особенности влияют на восприятие текста, позволяя читателю предугадать его содержание, и в то же время привлечь и удержать внимание. Рассмотрим заголовок исследуемой книги: “Grit: The Power of Passion and Perseverance”. В самом названии сконцентрированы слова “grit”, “power”, “passion”, “perseverance”, выражающие круг положительных значений, связанных с успехом, – ‘выдержка’, ‘терпение’, ‘сила’, ‘пыл’, ‘энтузиазм’, ‘настойчивость’, ‘упорство’, ‘стойкость’. Броская и выразительная составляющая заголовка отвечает за привлечение внимания и интерес читателя.

Рассмотрим некоторые стилистические особенности научно-популярных текстов. Ряд исследователей утверждает, что научно-популярный текст, как и научный текст, практически полностью лишен экспрессивной окраски. Так, согласно исследованию А.В. Валежаниной, в англоязычном научно-популярном тексте редко используется сослагательное наклонение и условно-придаточные предложения. Вместо этого широко используются формы изъявительного наклонения [6, с. 89].

Проведенный анализ текста не подтвердил данные, полученные А.В. Валежаниной, поскольку в исследуемом тексте выявлено частое использование условно-придаточных предложений: *If Chia’s research is right, that explanation would embellish her accomplishments with more luster, more mystery, and more awe than the alternative. If it works, we’ll keep doing it. Even if some of the things they had to do were boring, or frustrating, or even painful, they wouldn’t dream of giving up. If I needed to know the answer to that question, I’ll tell you.* Нами также был выявлен ряд случаев использования сослагательного наклонения, например: *I would have allowed the young men to come back the next day. But they don’t wish their mother was anything other than a paragon of grit.*

Одним из наиболее распространенных стилистических средств является насыщение текста синонимами. Они используются для построения особой стилистической фигуры – градации, представляющей собой сочетание, нанизывание синонимов, когда каждый последующий синоним усиливает значение предшествующего. Такое употребление синонимов служит для характеристики разных оттенков явления, для передачи интенсивности действия, разнообразия его проявления [7, с. 111–113]. Например: *It’s a little like saying we don’t care at all about physical*



*attractiveness in a romantic partner and then, when it comes to actually choosing whom to date, picking the **cute** guy over the **nice** one.*

Существенную роль играет использование терминов в научно-популярной литературе. Значительную часть терминологической лексики данного вида текста составляют общеупотребительные термины, поскольку его изложение должно быть доступно широкому кругу читателей. Объяснение терминологии, которая может быть незнакома читательской аудитории, иллюстрируется в виде сносок, уточнений, информации в скобках, что является непосредственным признаком научного стиля, например: *At last, thirteen-year-old Anurag Kashyap correctly spelled A-P-P-O-G-G-I-A-T-U-R-A (a musical term for a kind of grace note) to win the championship.*

Для терминов в научно-популярном тексте характерно проявление гиперо-гипонимических отношений: *After assembling lists of well-known figures in science, athletics, music, poetry, and law — among other domains — he gathered whatever biographical information he could. And these great athletes seem blessed with a special gift, almost a ‘thing’ inside of them, denied to the rest of us — perhaps physical, genetic, psychological, or physiological.*

Научно-популярному стилю, как и научному, свойственна конкретизация информации. Авторы часто обогащают текст числовыми данными и именами собственными, например: *It was started in 1994 by Mike Feinberg and Dave Levin, two gritty young Teach For America teachers.*

В таком тексте встречаются идиомы и фразовые глаголы, которые распространены в публицистике. Они являются ключом разговорной и неформальной речи, средством передачи эмоциональной наполненности: *The bottom line (имеет значение «суть») of this research is this: School’s hard, but for many kids it’s not intrinsically interesting. Cartoonist Charles Schulz, who drew almost eighteen thousand peanuts (в значении «за копейку») comic strips in his career... My parents really let me get away with things (выпутываться, выходит сухим из воды).*

Еще один элемент, закрепленный за публицистическим стилем, встречается в научно-популярных текстах в виде обращений к читателю. Чтобы воздействовать на их сознание и эмоции, авторы прибегают к употреблению восклицательных и вопросительных предложений, риторических вопросов и конструкций «вопрос-ответ»: *I’ve caught myself doing it, too. When someone really, really impresses me,*

*I might reflexively say to myself: What a genius! I should know better. I do. So what's going on? Why does an unconscious bias toward talent persist?*

Авторы научно-популярных текстов также активно используют аббревиатуры и сокращения, которые, в свою очередь, характеризуют научный стиль, подчеркивают лаконичность и краткость: *Today, **KIPP** schools serve seventy thousand elementary, middle, and high school students across the country.*

В структуре научно-популярных текстов значимым элементом выражения точки зрения, последовательности и связности информации является наличие вводных слов и конструкций: ***Moreover**, no other commonly measured personality trait — including extroversion, emotional stability, and conscientiousness — was as effective as grit in predicting job retention. **Indeed**, Julia's autobiography reveals that this memorable meal was followed by a succession of interest-stimulating experiences.*

Для данного текста присуще изобилие модальные глаголов, которые в английском языке являются основным средством выражения модальности (или отношения говорящего к сообщаемой информации): *We **may** not admit to others this bias for naturals; we **may** not even admit it to ourselves. You **must** zero in on your weaknesses, and you **must** do so over and over again, for hours a day, week after month after year.*

Таким образом, научно-популярный подстиль делает доступным научные сведения для широкой читательской аудитории. Его лексические и грамматические особенности обусловлены целевой аудиторией, а также выполняемыми функциями. В результате научно-популярный текст, в отличие от научного текста, не перегружен узкоспециализированной терминологией, ссылочным аппаратом, сложными синтаксическими конструкциями, в нем широко используются экспрессивно-стилистические средства с целью привлечения внимания читателя.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Митрофанова, О.Д. Научный стиль речи. Проблемы обучения / О.Д. Митрофанова. – М.: Русский язык, 1985. – 128 с.
2. Азизова, М.Х. Особенности выражения специальных понятий в научно-популярных текстах медицинского содержания в таджикском и английском языках / М.Х. Азизова // Вестник Таджикского

государственного университета права, бизнеса и политики. Серия гуманитарных наук. – 2013. – №4 (56). – С. 271–276.

3. Маевский, Н.Н. Особенности научно-популярного стиля: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. – Ростов-на-Дону, 1979. – 21 с.

4. Лазаревич, Э.А. С веком наравне. Популяризация науки в России. Книга. Газета. Журнал / Э.А. Лазаревич. – М.: Книга, 1984. – 384 с.

5. Duckworth, A. Grit: The Power of Passion and Perseverance / A. Duckworth. – New York, 2016. – 352 p.

6. Валежанина, А.В. Лексико-грамматические особенности английского научно-популярного текста / А.В. Валежанина // Технологии обучения РКИ (языкам) и диагностика речевого развития: материалы XVIII Международной научно-практической конференции под эгидой МАПРЯЛ, Минск, 13–14 сентября 2013 г. / Белорусский гос. экон. ун-т [и др.; редкол.: И.Э. Федотова (пред.) и др.]. – Минск: БГЭУ, 2013. – С. 88–89.

7. Солганик, Г.Я. Практическая стилистика русского языка / Г.Я. Солганик. – М.: Академия, 2008. – 304 с.

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ: ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ

**I.M. АГРЭНІЧ**

Брэст, БрДУ імя А.С. Пушкіна  
Навуковы кіраўнік: С.Ф. Бут-Гусаім

## МЯНУШКІ Ў ДРАМАТУРГІІ ГЕОРГІЯ МАРЧУКА І ЗІНАІДЫ ДУДЗЮК

Сучасныя берасцейскія аўтары Георгій Марчук і Зінаіда Дудзюк плённа працуюць у рэчышчы драматургіі, уздымаючы ў сваіх п'есах вечныя праблемы вернасці, Веры і здрадніцтва, пошуку чалавекам шчасця. Перадаючы шматгалоссе жыцця беларусаў XX–XXI стагоддзяў, драматургі ўмела выкарыстоўваюць вобразна-выяўленчыя магчымасці такога паказальнага ў плане нацыянальна-культурнай адметнасці складніка іменаслову, як мянушкі.

Мэта прадстаўленай працы – акрэсліць вобразна-выяўленчую ролю мянушак-паэтонімаў, якія адлюстроўваюць менталітэт народа, сфарміраваныя ў грамадстве ацэнкі чалавечай сутнасці, учынкаў, паводзін. Актуальнасць даследавання вызначаецца неабходнасцю вывучэння літаратурнага анамастыкону ў кантэксце новай лінгвістычнай парадыгмы, у цэнтры ўвагі якой – адлюстраванне ў моўных знаках нацыянальнай культуры.

Паэтанімікон твораў Г. Марчука і З. Дудзюк адлюстроўвае асаблівасці структуры і семантыкі мянушак беларусаў у старажытным і сучасным грамадстве.

Аналіз паходжання мянушак, выдзеленых з твораў Г. Марчука і З. Дудзюк, паказаў, што большасць паэтонімаў ўтворана ад апелятываў, сярод якіх можна вылучыць наступныя семантычныя групы: 1) назвы прыродных з'яў, прадстаўнікоў жывёльнага і расліннага свету (*Воўк, Кобра, Корч*); 2) назвы прадметаў хатняга ўжытку, транспартных сродкаў, напояў (*Грубка, Барка, Бражка*); 3) празванні-характарыстыкі індывідаў па вонкавым выглядзе, фізічных, маральных якасцях (*Панікерша, Немчык*); 4) празванні паводле прафесіі, роду заняткаў, сацыяльнага становішча, нацыянальнасці (*Наліванаўна, Цыган, Баксер, Манах*). Ад імёнаў уласных (часам у спалучэнні з прыдаткамі) утвораны мянушкі *Дон Жуан, Насрэддзін, Бураціна, Казанова, Моцарт, Дзмітрый-самазванец*.

У ліку індывідуальных мянушак намі вылучаны наступныя тэматычныя групы. У першую ўключаны мянушкі, якія акрэсліваюць рысы характару, паводзіны, маральнае аблічча персанажаў. У гістарычных фрагментах п’есы “Святло вышыні” ўжываецца **мянушка (прыдомак)** расійскага цара – бязлітаснага знішчальніка асабістых праціўнікаў, а таксама знешніх і ўнутраных ворагаў дзяржавы: “Цар Васіль Іванавіч памёр, пакінуў двое сыноў, аднаго глуханямога, а другога — будучага Івана **Жахлівага**, грознага да ворагаў і паклёпнікаў Расіі, валадара моцнага і мудрага” [1, с. 66]. У кантэксце п’ес Георгія Марчука ўжыты мянушкі, якія адносяцца да разраду **онімаў-рэмінісцэнцый**. У аснове такіх празванняў – метафарычнае выкарыстанне імёнаў герояў сусветнай літаратуры і рэальных гістарычных асоб. Так, героя меладрамы “Пісьмы салдату” настойлівага кавалера Тадэвуша Сідорчыка характарызуе мянушка **Дон Жуан**. Хітрага таджыкскага салдата Мехмона Муртазу, які, віртуозна маніпулюючы старшыняй, дабіваецца паездкі на радзіму, характарызуе мянушка **Насрэддзін**. У аснове мянушкі імя хітруна, ашуканца, героя распаўсюджаных у арабскай, персідскай, турэцкай, сярэднеазіяцкай і кітайскай літаратуры анекдотаў і кароткіх гісторый. А радавога Міхаіла Куліка, які ўмеў іграць на баяне і кларнеце, сачыняе музыку, акрэслівае мянушка **Моцарт**.

У аснове ацэначнай характарыстыкі персанажа п’есы Г. Марчука “Люцікі-кветачкі” Дзмітрыя Летуна (на думку Кузьмы Знайдзёна, хлопец хоча ажаніцца з ягонай дачкой, каб завалодаць соткамі зямлі) імя прайдзісвета – пратэндэнта на царскі трон: “Паслухай, разумніца мая, гані ў тры шыі паганца, лахудру. Яны ж у нас чатыры грады адлупцавалі, я паўпрыданага патраціў на суды, скаргі, на людзі сорам паказацца. А ён падаслаў сына, каб парадніцца. Гані венікам у тры шыі, калі шкадуеш нас, бацькоў тваіх Ха! Падкупілі! **Дзмітрый-самазванец!**” [2, с. 39]. Брвага боцмана – барацьбіта за справядлівасць і праўду – героі п’есы “Салодкія слёзы” ацэньваюць праз супастаўленне са славутым вайскоўцам, кіраўніком Чарнаморскай эскадры, героем абароны Севастопаля, даўшы найменне **Адмірал Нахімаў**. Героя камедыі Г. Марчука “Аднойчы на дачы”, прыхільніка любоўных прыгод Івана Кубышкіна, характарызуе мянушка **Казанова**: “Яна не можа быць маёю. Вось. Вось у мяне ўсё, усё запісана. З кім, калі, дзе, колькі”. – “**Казанова, улік вядзеш**” [3, с. 78]. А заснавальніка фірмы псіхарэабілітацыі Стаса Дударчыка, які імкнецца як мага хутчэй пабагацець за кошт сваіх пацыентаў, ацэньвае празванне, аснова якога – імя персанажа казкі

Аляксея Талстога: “Прыдумаў бы хваробу якую, адкупіўся б, даў бы на лапу ваенкаму”. – “Трэба, **Бураціна**, паслужыць” [3, с. 85]. Сродкам характарыстыкі героя п'есы З. Дудзюк “Люба ў шлюбe” – п'яніцы, які забыўся на прафесію, сям'ю і нават імя, з'яўляецца мянушка **Стаканавіч**: “Я ўжо ніякі. Адна ў мяне каханка – гарэлка-разліванка” [4, с. 123]. Сродкам адмоўнай ацэнкі Нэлі Іванаўны, якая прадае п'яніцам гарэлку на разліў, з'яўляецца мянушка **Наліванаўна**.

Падлеткі – героі меладрамы “Каханне маё нешчаслівае” – ненавідзяць шкіпера Пятра Пятровіча, па мянушцы **Бомба**, за тое, што ён не дазваляў ім лавіць рыбу з баржы, якую ахоўваў. Мянушка **Бомба**, прысвоеная гора-рыбакамі ворагу і крыўдзіцелю, падкрэслівае гнеў, агрэсію шкіпера. “Мы з яго баржы рыбу лавілі. Не дазваляе. Злы, як галодны чорт. Ён уначы з ружжэем ходзіць” [5, с. 150]. Любімы занятак падлетка Васіля перадае мянушка **Рыбак**.

У асобную групу вылучаны мянушкі, утвораныя ад «*nomina personalia*», гэта значыць, ад уласных імёнаў, імёнаў па бацьку і прозвішчаў. Падчас развіцця сюжэту паэтонімы гэтага тыпу напаўняюцца інфармацыяй аб характары персанажаў. Так, сімпатыю да гераіні камедыі “Салодкія слёзы” Надзеі, сціплай, непрыкметнай, працавітай жанчыны, перадае мянушка **Мышка**, утвораная ад прозвішча **Мышалова**: “**Мышка**, ты зусім не пастарэла” [6, с. 124]. У п'есе Г. Марчука “Святло вышыні” ўжыта мянушка, утвораная на аснове паранамазійнага каламбура, што ператварае напышлівае асабовае імя **Авідзій** (яно належыць бізнесоўцу, уладальніку начнога клуба) у паблажліва-насмешлівае празванне **Авадзень**: “За вочы мяне завуць **Авадзень**. Але я не рэвалюцыянер. Усе рэвалюцыі пакуль што сціхлі – і сацыяльныя, і сексуальныя. Я за мірныя рэформы, калі яны на карысць грамадству. Не будуць зарабляць члены соцыуму – не будзем зарабляць і мы, бізнесмены” [1, с. 66]. За высокімі фразамі патэнцыйнага мецэната фільма пра вялікага асветніка Скарыну хаваецца амаральны спакушалнік прыгожай дзяўчыны-актрысы, які падштурхоўвае яе да працы стрыптызёркай. Паэтонімам-характарыстыкай прабіўной, мэтанакіраванай дзяўчыны, гатовай для дасягнення мэты – заваявання каханага хлопца – на падман, з'яўляецца мянушка **Танка**, утвораная ад імені **Таня**, унутраная форма якой раскрываецца як у рэпліках герояў (“**Затое ў мяне ёсць Танка! Магутная, непрабіўная і ўедлівая, як клешч!**” [7, с. 20]), так і ў апісанні амаральных учынкаў напорыстай гераіні. Мянушка-паэтонім **Ля**, утвораная ад імя **Лёля**, – сродак характарыстыкі і ацэнкі рамантычнай летуценніцы, сэнс жыцця якой засяроджаны ў каханні:

“Шчасце – гэта калі побач каханы чалавек. Прачынаешся раніцай, убачыш яго і скажаш: «Я кахаю цябе, любы». А ён адкажа табе: «Я таксама». Калі маленькі сыноч ці дачушка абдымуць за шыю і скажуць: «Люблю цябе, мама!». А больш нічога не хачу! Што Бог дасць” [7, с. 40]. Мянуска лаканічна характарызуе ўзнёслую, вытанчаную натуру дзяўчыны: “Не называй яе *Лелькай!* Яе імя *Ля* – яно вывучыць як высокая нота” [7, с. 40].

Носьбітамі канатацыі нацыянальна-культурнай спецыфікі з’яўляюцца характэрныя для вёскі **сямейна-родавыя мянушкі**, утваральная база якіх – імёны, прозвішчы, мянушкі роднасных асоб. У іх ліку **андронімы** – празванні жонак, утвораныя на базе прозвішчаў мужоў: *Знайдзёніха, Летуніха* – гераніні п’есы “Люцікі-кветачкі”. Дарэчы, толькі зрэдку Г. Марчук выкарыстоўвае імёны жанчын Вольга і Варвара. Ужыты ў камедыі і **патронім** – празванне дачкі, утворанае ад імені бацькі: “*А яшчэ суседзі. Кузьмова Кацярына-то ў палажэнні прыехала*” [2, с. 19].

З’яўляючыся найбольш старажытным разрадам антрапанімічнай лексікі, мянушкі працягваюць сваё жыццё ў сучасным грамадстве, даючы магчымасць ярка абмаляваць найбольш кідкія рысы знешнасці чалавека, апісаць і ацаніць яго характар і маўленне, перадаць роднасныя адносіны паміж людзьмі. А каштоўнасць сямейна-родавых (генесіянімічных) мянушак у тым, што яны захоўваюць інфармацыю пра гісторыю сям’і. У мянушках-паэтонімах, прадстаўленых у драматургіі пісьменнікаў Брэстчыны, адлюстраваны маральныя каштоўнасці, этнакультурная спецыфіка сучаснага беларускага соцыуму.

## СПІС ЛІТАРАТУРЫ

1. Марчук, Г. Святло вышыні / Г. Марчук // Маладосць. – 2016. – № 11. – С. 62–83.
2. Марчук, Г. Люцікі-кветачкі / Г. Марчук // Вяселья, бедныя, багатыя : камедыі. – Мінск, 1998. – С. 5–48.
3. [Марчук, Г.](#) Аднойчы на дачы : камедыя / [Г. Марчук](#) // Полымя. – 2015. – № 12. – С. 57–85.
4. Дудзюк, З. Люба ў шлюбe / З. Дудзюк // Беларуская драматургія. – Мінск : Бел. наука, 1992. – Вып. 4. – С. 121–170.
5. [Марчук, Г.](#) Каханне маё нешчаслівае : меладрама / [Г. Марчук](#) // Беларуская драматургія . – Мінск : Бел. наука, 1994. – Вып. 5. – С. 131–170.

6. Марчук, Г. Салодкія слёзы / Г. Марчук // Польша. – 2007. – № 1. – С. 112–142
7. Дудзюк, З. Разлучніца / З. Дудзюк. – Брэст : Акадэмія, 1996. – 56 с.



**Е.А. БУДЬКОВА**

Гомель, ГФ УО ФПБ «Международный университет «МИТСО»

Научный руководитель: Т.В. Луговик

## **СИМВОЛИЗМ ОБРАЗА ОРФЕЯ В ТВОРЧЕСТВЕ ЖАНА КОКТО**

Жан Кокто – одна из самых неоднозначных и спорных фигур в культуре Франции. Его вклад в мировую литературу сложно переоценить: будучи противником устойчивых форм и клишированных приёмов, Кокто с лёгкостью смешивал различные жанры, школы и стили между собой, что впоследствии привело к возникновению совершенно новой поэтической системы. Простота языка, разнообразие форм и подходов, постоянная трансгрессия – вот отличительные особенности его литературного творчества.

Признавая таинственность жизни и мистическое происхождение таланта любого творца, Кокто закономерно обращается в своих работах к античной мифологии. Таким образом, он не только абстрагируется от повседневной жизни, но привносит в неё универсальные черты человеческого бытия, соединяя друг с другом античность и реалии Европы двадцатого века. Лейтмотивом работ Жана Кокто является миф об Орфее. Определяя себя с героем древнегреческих мифов, Кокто выделяет его как воплощение «истинного поэта, который сопротивляется пошлости повседневности» [1, с. 27].

Образ Орфея в творчестве Кокто неизменно связан со стремлением определить предназначение творца, границы его возможностей и пути достижения истины как в универсальном, вневременном плане, так и в плане его индивидуальной самореализации. Так, в контексте античных мифологических представлений образ Орфея связывается с божественным даром – искусством стихосложения, музыки, пения. Он однозначно положителен, является символом верной, страстной любви, ревностного служения культу Аполлона. У Жана Кокто образ Орфея наполняется совсем другим содержанием. Он становится антиподом античному Орфею: тщеславный, самовлюбленный, ориентированный на получение сиюминутной человеческой славы, неспособен к оригинальному творчеству и глубоким чувствам. Символическое значение авторского образа приобретает негативный

пафос, следовательно, автор явно подчеркивает бездарность, закомплексованность и духовную узурпацию главного героя.

Таким образом, через образ Орфея Кокто демонстрирует свои собственные взгляды на жизнь в целом и искусство в частности. Отрицая любую догматичность и классические подходы к анализу литературы, живая, подвижная и противоречивая натура Кокто находит своё отражение в лице главного героя пьесы. Орфей решает участвовать в поэтическом конкурсе Фракии только для того, чтобы вызвать скандал своей поэзией. Истинную же поэзию он пытается найти в экзистенциальной стороне жизни, её теневой стороне. «В моей жизни появился сомнительный душок, она дошла до предела, от неё начало пованивать успехом и смертью. И я плюю на солнце и луну. Мне остается лишь ночь. Но не та ночь, что у других! Моя ночь» [2, с. 29]. Эта мысль связана с образом лошади, которая оказывается своеобразным медиумом между этим миром и инобытийной основой бытия. Она помогает Орфею творить: он следит за стуком её копыт, количество ударов которых указывает на порядковый номер буквы алфавита. Так из букв складываются предложения. Одной из самых удачных сформулированных фраз Орфей считал следующую: «Жена Орфея преодолет Аид» // «*Madame Eurydice reviendra des enfers*». «И эта лошадь», — говорит Орфей, — погружается, как ныряльщик, в мою ночь и выныривает из неё. И приносит мне оттуда фразы» [2, с. 31]. Худшие из них, уверен Орфей, великолепнее всех поэм на свете. Все свои стихи он готов отдать за одну из таких фраз, в которых слышит самого себя, «как в раковине слышно море» [2, с. 32].

Вызванный выступлением Орфея скандал набирает обороты, его обвиняют в мистификации и оскорблении жюри. Толпа взбешенных вакханок убивает Орфея, разрывая его тело на части. В конце пьесы Орфей обращается к христианскому Богу: «Благодарим тебя за то, что ты спас меня, потому что я боготворил поэзию, а поэзия — это ты. Да будет так!» [1, с. 28]. В финальной сцене оторванная голова главного героя в ответ на требование назвать себя и своё место жительства отвечает: «Жан Кокто» и называет адрес автора произведения. Таким образом, читателю становится очевидным автобиографичность пьесы: Кокто демонстрирует Орфея не как свое alter ego, а скорее, как самого себя.

Образ Орфея является одним из ключевых в литературном творчестве Жана Кокто. Через него он обращается к мистическому происхождению таланта, божественному началу в человеке. Посредством Орфея автор демонстрирует самого себя – незаурядную,

неоднозначную личность, «естественного проводника», который причастен к таинственной основе жизни.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гнездилова, Е.В. Миф и создание поэтической картины мира / Е.В. Гнездилова // Известия ЮЗГУ. – 2016. – № 3. – С. 27–29.

2. Клименок, А.В. Приемы автомифологизации в творчестве Жана Кокто / А.В. Клименок // Известия Южного федерального университета. – 2014. – № 3. – С. 29–32.

**Н.А. ДЗЕНІСЮК**

Брэст, БрДУ імя А. С. Пушкіна

Навуковы кіраўнік: Л.І. Яўдошына

## **ФРАЗЕАЛАГІЗМЫ СА ЗНАЧЭННЕМ МЕРЫ І СТУПЕНІ (НА МАТЭРЫЯЛЕ ПРОЗЫ У. ДАМАШЭВІЧА)**

Праблема семантыкі застаецца адной з цэнтральных праблем фразеалогіі. У сучаснай беларускай мове якасна-акалічнасныя фразеалагічныя адзінкі вывучаны недастаткова поўна. У сваім сэнсавым нападзенні група названых фразеалагізмаў ускладнена камбінаторнасцю катэгарыяльных значэнняў унутры адной фразеалагічнай адзінкі. Такія фразеалагізмы лёгка спалучаюцца з прыметнікамі (дзеепрыметнікамі) або з дзеясловамі, заключаюць у сабе якасную характарыстыку як статыстычнай, так і працэсуальнай прыметы суб'екта, гэта значыць, суадносяцца з семантыкай ад'ектыва або прэдыката.

У любым кантэксце якасна-акалічнасныя фразеалагізмы выражаюць дадатковую, часам надзвычай важную інфармацыю ў дачыненні да асноўнага зместу паведамлення. У мастацкім кантэксце падобная інфармацыя можа станавіцца важнай дэтальлю аповеду, спосабам экспрэсівізацыі і ўдакладнення маўлення. У сувязі са сказаным відавочная камунікатыўная вартасць падобных моўных адзінак, якія не толькі дазваляюць аўтару выказаць думку выразна і канкрэтна, але і дапамагаюць актывізаваць успрыманне і дэкадзіраванне мастацкай карціны чытачом. Важна вылучыць асноўныя значэнні, якія могуць трансліраваць такія фразеалагізмы ў мастацкім кантэксце. Для гэтага звернемся да аналізу фразеалагізмаў меры і ступені, выяўленых у прозе У. Дамашэвіча.

Агляд значэнняў групы фразеалагічных адзінак якасна-акалічнаснага класа меры і ступені паказаў, што фразеалагічныя адзінкі з нашай выбаркі змяшчаюць наступныя сэнсавыя кампаненты:

*‘вельмі моцна’*: *Артыстычны наварот яе [першакурсніцы] корпусу, абрысы яе вострых грудзей, што, як магнітам, прыцягвалі тады яго позірк, – усё гэта жыло ў яго ўяўленні, было перад вачыма, хоць здавалася, што лекцыю гэту студэнт слухае ўважліва (“Німфа”); Усхадзіўся холад, калючы, золкі вецер працінаў да касцей (“Першая група крыві”); І зноў заверашчаў немец ад болю, а мне зрабілася так смешна, што я зарагатаў моцна, на ўсё горла, і ажно перакаціўся на снезе, лёг на плечы (“Кожны чацвёрты”); Перабраў*

меру – і вось вынік, на другі раз будзе разумнейшы, не ганіце каня ў **хвост і ў грыву**, давайце яму перадышкі (“Фінская лазня, або Цяжка ў гэта паверыць”); [Жанчына]: – Як забралі майго ў армію, з таго часу нібы мне што зрабілася – **як асіна** калачуся (“Між двух агнёў”); *Калатай* спыніў свой занятак фізкультурай, адказаў на прывітанне і падзякаваў за начлег – спаў ён **як пшаніцу прадаўшы** (“Фінская лазня, або Цяжка ў гэта паверыць”);

‘вельмі гучна, голасна, моцна’: *Адась*, пачуўшы навіну, адчуў такую страшэнную абразу, такую велізарную злосць, што гатоў быў завяць **на ўвесь свет ад болю і крыўды** (“Дзявочая клятва”);

‘вельмі хутка’: *Ды і гэтыя паўтары гады прайшлі як адзін дзень* (“Заклінаю ад кулі”); *Ён [Асавік] як без памяці*, пакінуўшы збянтэжанага доктара, выскачыў на калідор і тут жа апынуўся ў сталовай (“Клін клінам”); *Паўдня прамчалася як на крылах*: тут ёсць, тут няма (“Месяц у раі, або Аддай сэрца людзям”); **Як грыбы пасля дажджу** з’яўляліся старасты, бургамістры, паліцыя (“Між двух агнёў”);

‘вельмі многа’: *Дапусцім, рукапіс на графіку* планаваўся на гэты месяц, але, узяўшыся за работу, рэдактар убачыў, што заграз **па вушы**: рукапіс намнога сырэйшы, чым ён лічыў (“Камень з гары”); *Тут не хапала часу выцерці нос, работы было на горла* (“Кожны чацвёрты”);

‘вельмі ціха, невыразна’: *І заўсёды шаптала нешта сабе пад нос*, нібы якую малітву ці заклінанне (“Начныя страхі”);

‘зусім (вельмі) блізка’: *Яны ўсе трое [Янка, Рагнеда і Жэня], задуменныя, нейкія як пасвятлелыя*, нібы яны толькі што былі ў храме, выйшлі з могілак, зачынілі весніцы агароджы і накіраваліся да вёскі, да якой было **рукой падаць**, – мо якіх метраў трыста (“Месяц у раі, або Аддай сэрца людзям”); *Не паспеў затармазіць і Пракопчык, і яны нос у нос – кола ў кола* – сутыкнуўшыся, сталі, апіраючыся на ногі і яшчэ не выпускаючы з рук руля (“Паядынак сярод жыта”); <...>, а яны [Пракопчык і немец], праціўнікі, **грудзі ў грудзі** стаялі побач (“Паядынак сярод жыта”); *І яны [Драгун і таварыш] бягуць побач, рука ў руку, да самага фінішу* (“Камень з гары”); *Перасякаць дарогу перад носам паліцыі яны [Юхан і Калатай] не сталі, каб тыя не падумалі, што ад іх уцякаюць* (“Фінская лазня, або Цяжка ў гэта паверыць”);

‘вельмі марудна, павольна’: *Тоўсты раскормлены немец, які хадзіў, перавальваючыся з нагі на нагу*, казаў, што бяруць зусім

“малё”, не больш як паўшклянкі, а браць трэба больш (“Першая група крыві”);

‘з вялікай цяжкасцю, ледзь-ледзь’: Сцягнуўшы з палатак у хляве ахапак сена, Янка ўкінуў яго ў жолаб карове, пасля няўмела, з **горам папалам** падаіў карову, больш выліўшы малака ў рукавы, чым у дайніцу (“Ключ да шчасця”);

‘да мяжы, да крайняй ступені ва ўчынках, у паводзінах, немачы, слабасці і інш.’: Можна, нават і так, хоць фізічна ён [Доля] пачуваў сябе значна лепш, чым восенню, калі ўжо дайшоў быў **да ручкі** (“Доля-пустацвет”);

‘зусім нечакана, раптоўна’: Для яго [Ярошкі] гэта было **громам з яснага неба** (“Студэнты апошняга курса”); Хоць і прыемна, а клопат зваліўся **як снег на галаву**. Здавалася, у іх [Веры і Драгуна], апроч ложка і шафы, нічога няма, а за адзін раз ледзь усё забралі (“Камень з гары”);

‘адразу ж, раптоўна, зусім не падумаўшы’: – Кіньце гаварыць прытчамі, не люблю алегорый, эзонавай мовы. Люблю **проста з моста** – што думаеш, то і гавары... (“Студэнты апошняга курса”);

‘у найвышэйшай ступені’: Быць прынцыповым **да мазга касцей**, бараніць свае прынцыпы да апошняга дыхання? Хіба гэта кепска? (“Кожны чацвёрты”);

‘зусім, канчаткова, поўнасцю, цалкам’: Вынішчыць **пад карань** – іх [Ваўчэцкіх] уласнымі рукамі, як тых Вальковічаў (“Кожны чацвёрты”); <...>, што здаецца, ты раскрыў усе яго таямніцы, ты разумееш яго і ведаеш **да дна** (“Німфа”); Дождж наляцеў так раптоўна, што пакуль яны [Галя і Русіновіч] прабеглі метраў дваццаць – да павільёна “Марожанае”, – вымаклі **да ніткі** (“Студэнты апошняга курса”); – А як ужо прыпрэ, улезе куды **па вушы**, тады да бацькоў: **памагайце, ратуйце** (“Студэнты апошняга курса”); [Маці]: – Відаць, прагаладалася. – І пільна агледзела дачку з **ног да галавы**. – Як прайшоў вечар? (“Німфа”);

‘у поўнай меры’: У адносінах да сябе Янка адчуваў сімпатыю збоку цешчы, але быў у яе нейкі прыхаваны недавер: вось ён такі, але гэта ўсё напаказ, раптоўна ён можа перамяніцца, бо за плячыма ў яго шмат чаго такога, што пераважыць усё добрае, наказное, і ён зноў праройдзе ў той асяродак, у якім ён жыў, рос, круціўся і варыўся. Што ён да канца не надзейны, што яму нельга верыць **на ўсе сто**? (“Месяц у раі, або Аддай сэрца людзям”);

‘вельмі добра, да дробязей’: – *Пан паліцай, – стрымана сказаў Ваўчэцкі да нямецкага паслугача, хоць ён ведаў гэтага Стаха Ярэміча, сына бандыта, як аблупленага* (“Кожны чацвёрты”);

‘вельмі, надзвычайна’: [*Рэдактар Малышка*]: – *Білі не толькі мы, білі і нас, цяжка нам было страшэнна – да слёз, да скрыгату зубоў* (“Камень з гары”);

‘вельмі нізка’: *Шпік, сагнуўшыся ў тры пагібелі, выскачыў за дзверы* (“Ключ да шчасця”);

‘вельмі глыбока’: *А ёй [Вераніцы] знарок хацелася дастаць яму [Жарэсу] да жывога, нават раззлаваць: хай ведае, што яна не такая наіўная, як яму здаецца* (“Німфа”);

‘уволю’: *То сніў [Асавік], што дарываўся да чаго-небудзь смачнага, еў як не ў сябе і ўсё быў галодны, а потым прачынаўся – і ледзь не давіўся густою слінай* (“Клін клінам”); *Была смажаная бульба з яйкамі, яшчэ нешта – як боршч: хоць расперажыся* (“Месяц у раі, або Аддай сэрца людзям”);

‘абсалютна, вельмі добра’: *З гэтым [чужым] ты будзеш мець будучыню, а са сваім – не. Проста і ясна, як божы дзень!* (“Месяц у раі, або Аддай сэрца людзям”); *Усё просценька, як двойчы два* (“Фінская лазня, або Цяжка ў гэта паверыць”);

‘зусім не’: – *Патрэбен ты начальству як сабаку пятая нага. У яго і сваіх клопатаў хапае...* (“Кожны чацвёрты”);

‘нічога, амаль нічога, зусім нічога, абсалютна нічога’: *Кніга пайшла цэлая, а каб не аўтарытэт старшыні? Ад яе засталіся б рожкі ды ножкі* (“Камень з гары”); – *Ага, паспрабуй! Яна б’еца як шалёная! Ні вока, ні бока... Можжа забіць!* (“Доля-пустацвет”).

Адзінкі меры і ступені прымаюць удзел у рэпрэзентацыі моўнай карціны свету беларусаў. Аналіз адзінак дазваляе зрабіць вывад пра тое, што ў беларускай свядомасці выражэнне меры і ступені носіць у большасці ацэначны характар. Выдзяленне і апісанне паняццяў аб меры і ступені як фрагмента калектыўнай моўнай свядомасці дае магчымасць прасачыць, якім чынам светаўспрыманне і ўзровень развіцця пэўнай нацыі атрымалі адлюстраванне ў фразеалагізмах.

Уласцівасць прадмета, намінаваная праз абазначэнне яго якасці, можа праяўляцца з большай ці меншай інтэнсіўнасцю, гэта значыць характарызавацца большай ці меншай мерай свайго праяўлення. Інтэнсіўнасць разглядаецца многімі даследчыкамі як паняцце аб колькасці прыметы, у такім разе правамерна сцвярджаць, што яна нязменна звязана з катэгорыяй якасці. Катэгорыя інтэнсіўнасці мае відавочны прагматычны характар, паколькі для яе важна

“субъективная значимость для участников в ситуации данного увеличения количества признака”[1, с. 304]. У сваю чаргу, інтэнсіфікацыя – гэта сам працэс узмацнення тэксту. Існуе меркаванне, што “интенсификация как показатель степени усиления есть количественная характеристика качественной (экспрессивной) стороны речи, есть количественное отражение того, насколько экспрессивное возвышается над предметно-логическим содержанием высказывания”[2]. Інтэнсіфікацыя, такім чынам, – гэта колькасная характарыстыка, якая ў сваім першасным выражэнні можа і не змяшчаць ацэначнасць або эмацыянальнасць, але камунікатыўная задача таго, хто гаворыць, спараджае далейшае суб’ектыўнае развіццё канкрэтнай сітуацыі і цягне за сабой, як правіла, і ацэнку, і экспрэсію. І катэгорыя інтэнсіўнасці можа быць акрэслена як семантычная катэгорыя прагматычнага характару, якая з’яўляецца вытворнай, з аднаго боку, ад катэгорый колькаснасці і якаснасці, а з другога – ад асаблівай прагматычнай катэгорыі.

Трэба заўважыць, што ў семантычнай структуры фразеалагізмаў якасна-акалічнаснай групы ўзмацненне прыметы ці дзеяння адбываецца праз дабаўленне кампанентаў “вельмі”, “празмерна”, “многа”, што таксама сведчыць пра перакрываваны характар узаемаадносін катэгорый якасці і колькасці.

## СПІС ЛІТАРАТУРЫ

1. Радионова, С. Е. Интенсивность и её место в ряду других семантических категорий / С. Е. Радионова // Славянский вестник. Вып. 2. – М. : МАКС Пресс, 2004. – С. 303–308.

2. Галеева, И. Ф. Интенсивность и экспрессивность как основные характеристики рекламного текста. Критерии их разграничения [Электронный ресурс] / И. Ф. Галеева. – Режим доступа : [http://www.tisbi.ru/science/vestnik/2002/issue4/Fil6\\_1.html](http://www.tisbi.ru/science/vestnik/2002/issue4/Fil6_1.html). – Дата доступа : 14.03.2021.



**В.А. КНЫШ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина  
Научный руководитель: С.Н. Дягель

## **КОНЦЕПЦИЯ МИРА И ЧЕЛОВЕКА В РОМАНЕ Ф. КАФКИ «ПРОЦЕСС»**

Франц Кафка является одной из самых загадочных фигур литературы XX века. Он родился 3 июля 1883 года в Праге в семье еврейского торговца. В Пражском университете (1901-1906) будущий писатель изучал такие сферы как юриспруденция, германистика, история искусств. Уже в студенческие годы он проявлял интерес к литературной и общественной жизни Праги. На его творческую деятельность повлияли такие писатели, как Г. фон Клейст, Э. Т. А. Гофман, Ф. М. Достоевский, Ч. Диккенс. В 1912 году Кафка написал новеллы «Приговор» («Das Urteil») и «Превращение» («Die Verwandlung»). В этом же году Кафка начинает работу над романом «Пропавший без вести» («Der Verschollene»), который остаётся незаконченным. Огромное место в его творческом наследии занимает роман «Процесс» («Der Prozess»), отражающий особый художественный мир писателя, работа над которым велась с августа 1914 года по январь 1915 года. В сентябре 1917 года у Франца Кафки обнаруживают тяжёлую форму туберкулёза лёгких. За время лечения Кафка много размышляет о «последних вещах», переосмысляя свою роль в литературе. Его философские размышления послужили причиной составления завещания, в котором Кафка просит уничтожить всё его творчество после его смерти. В 1920 он создает еще один, оставшийся незавершенным роман, – «Замок» («Das Schloß»). В 1924 году в санатории под Веной Кафка умирает. Вопреки завещанию Кафки его ближайший друг М.Брод опубликовал в 1920 году три его незавершённых романа, а в 1930 – собрание сочинений.

Творчество Кафки привлекло внимание общественности только в 40-е гг. прошлого века, когда он был воспринят на Западе как мэтр современного модернизма. Кафка изображал отчуждение личности, изолированность человека в буржуазном обществе, его обречённость на страдания как нечто, извечно данное. Восприятие мира как «конструкции» (термин Кафки), изображение человека, находящегося на пределе эмоциональной напряженности (экстатичность героя), отсутствие у персонажа индивидуальных черт (универсализация) позволяют говорить о чертах экспрессионизма в методе писателя.

Однако разрушение логических связей в событиях внешнего мира и в поведении персонажей, иррационализм как принцип интерпретации общества и человека, воспроизведение мира как абсурда и превращение героя в игрушку этой абсурдности для силы, позволяют приписывать творчество Кафки к модернизму. Несвобода кафкианского героя отличается от пристрастия человека к социальной реальности, представленной реалистами, тем, что его персонаж в корне неспособен к осознанию форм своего пристрастия к реальности. Характерный для Кафки «сновидческий» характер его творчества придает его произведениям особую биографичность, но не в плане передачи событий, а в плане передачи состояний.

Работа Франца Кафки над романом «Процесс» охватывает 1915-1918 годы. Одной из причин для создания романа послужил разрыв его помолвки с Фелицией Бауер. Кафка чувствовал себя обвиняемым, а разговор, прошедший в присутствии её сестры и подруги, сравнивал с «трибуналом». «Процесс» создавался нелинейно: изначально были написаны первая и последняя главы романа, в то время как работа над другими шла параллельно. Относящиеся к роману записи он разделял по фрагментам и главам, не упорядочивая их. В 1915 году Кафка прервал работу над созданием романа и, после попытки в 1916 году, больше не приступал к ней.

Действие романа начинается с ареста Йозефа К. утром в день его 30-летия. На протяжении всего повествования Йозеф пытается получить разъяснение происходящего и доказать судебным чиновникам нелепость суда над ним, несправедливость его ареста и продажность стражи. Однако все его усилия тщетны: накануне 31-летия Йозефа К. казнят в каменоломне. На протяжении целого столетия этот сюжет беспокоит литературных критиков. Большинство сводит проблематику этого произведения к противостоянию человека и системы. Источником такой интерпретации во многом служит также композиция романа, составленная М. Бродом, который нарушил обещание Кафки и не уничтожил работы: Брод опубликовал главы так, как сам посчитал нужным. Так, по-мнению ряда литературоведов, он искажил суть романа, который изначально подразумевал наличие незавершённости процесса.

От первого знакомства читателя с главным героем и до самого конца произведения выдерживается постоянный баланс между естественным и необычным, личностью и вселенной, трагическим и повседневным, абсурдом и логикой, определяющими его звучание и смысл. Абсурдообразующим сюжетом романа является осуждение

безвинного человека. История Йозефа К., вовлеченного в мрачный и длительный процесс и проживающего последний год своей жизни внутри то ли сна, то ли кошмара наяву, необычна уже в силу своей неясности, изложенной максимально буднично и прозаично. Ни судьбы, ни закон, которым они руководствуются, ни система моральных ценностей и социальных установлений, на которые этот закон опирается, не обозначены даже намеком. И все же суд этот обладает абсолютной властью, поглощает обвиняемого целиком, почти полностью выключает его из прежних форм жизнедеятельности. Процесс, при котором обвиняемый не знает своей вины, но при этом заведомо осужден, проходит по неведомым для героя юридическим процедурам. Характерно отношение окружающих: все персонажи, с которыми встречается герой, знают о его процессе, но воспринимают его как нечто повседневное, хоть и печальное. В «Процессе» Кафки абсурд принимается всеми как данность, как абсолютная реальность. Кафка придает неправдоподобной ситуации внешнюю правдоподобность, вовлекает в парадоксальные события прозаической жизни. Все персонажи подчиняются законам абсурда, кроме героя, который ищет ответ, одинокий и беспомощный в борьбе за иллюзорную свободу в иллюзорном мире.

Произведение проникнуто ощущениями страха, мании преследования, подозрительности и агрессии по отношению к окружающим, тотального одиночества. Важнейшие проблемы романа – это проблемы человеческой свободы, вины, спасения мира от абсурда, проблема смерти. Смысловое ядро «Процесса» – противопоставление индивида определенной социальной системе. Человек заключен в ней, как в кругах ада, но не может выйти на поверхность, его ждет пассивность, духовная или физическая смерть. Эта система основана в основном на страхе. Кафка показывает человека как пассивное, страдающее существо, испытывающее давление непостижимых, огромных сил зла, в состоянии ужаса или страдания, охваченное чувством хрупкости и обреченности бытия. Такой образ человека в романе тесно связан с философией экзистенциализма, литературное осмысление которого можно увидеть в произведениях Кафки. Философия экзистенциализма предполагает, что существование человека – это поиск бытия, поиск того состояния в жизни, в котором бы реализовывались все его потребности. Экзистенциализм стремится постигнуть непосредственную целостность субъекта и объекта, переживание объектом своего

«бытия в мире», где бытие трактуется как данное человеческое существование, как экзистенция. Одной из важнейших категорий экзистенциализма является категория отчуждения. Рост отчуждения как проблемы человеческой личности приходится на первую половину XX века. Новые условия существования заставляют человека переосмысливать свою жизнь, происходит переоценка ценностей, поднимается вопрос о бессмысленности человеческого существования, об одиночестве, обречённости. Эти идеи экзистенциализма Кафка отобразил в своих романах. Главные герои его романов являются одинокими людьми, которые противостоят своему одиночеству и миру. Они попадают в абсурдные и безысходные ситуации, напоминающие кошмарный сон. У них не остаётся ничего кроме безграничной усталости, процесс потери самих себя они наблюдают как бы со стороны. В романе «Процесс» Кафка не обосновывает экзистенциализм как учение, он пытается отобразить кошмары «маленького человека» такими, какие они есть. Роман в полной мере отобразил такие ключевые концепты экзистенциальной философии как отсутствие смысла жизни человека и поиск решения безнадёжности и безысходности человеческого удела. Главный герой романа «Процесс» оказывается в ситуации экзистенциального отчуждения, проживая последний год своей жизни в рамках судебного процесса, о котором никто ничего не знает. Вина персонажа неизвестна даже судьям, ведущим его дело. Он виноват просто потому, что каждый человек в этой жизни может быть в чём-то виноват, и этого – достаточно. При этом в прошлой жизни Йозеф был заметным человеком и законопослушным гражданином, его никогда не привлекали к ответственности и не привлекали к уголовной ответственности. Из удачливого, вполне счастливого человека он со временем превращается в рассеянного, погруженного в себя, лишённого покоя, мрачного параноика, совершающего поступки, совершенно ему не свойственные. Литературоведы часто сводят проблематику романа к суду человека над самим собой. Йозеф должен быть привлечён к ответственности судом, для которого нет ни в чем не повинных людей. Йозеф переживает «разрыв» с миром, осознает его бессмысленность и безнадёжность, пытается сопротивляться абсурду, но безрезультатно, потому что жизнь человека находится во власти нелепой случайности, приводящей его жизнь к единственно возможному финалу – приговору к смерти. Йозеф не может покинуть суд, даже если суд его не удерживает, суд в этом случае – это индивидуальный закон, который каждый создает для себя. Йозеф

начинает не столько смотреть по сторонам, сколько смотреть безнадежно на себя самого, и в себе он видит лишь то, что делает его сопричастным «всеобщему преступлению», чудовищной и бессмысленной организации бытия. Поэтому, как человеку, ему не остается ничего, кроме отчаяния. Таким образом, экзистенциальность человека в романе «Процесс» связана с истощенностью его жизненных сил и невозможностью достижения поставленных целей.

Сохраняющаяся актуальность романа «Процесс» связана с тем, что он освещает проблему безнадежности, незащитности, проблему глобальной человеческой катастрофы. Сочетание ощущения ужаса с описанием серой обыденности создает уникальный стиль романа. Сила творчества Кафки заключается в эмоциональном воздействии на читателя. Ф. Кафка смог, во многом провидчески, описать и передать восприятие человеком современного мира, абсурдность которого буквально придавливает его.

## **И.В. ЛАППО**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина  
Научный руководитель: С.Н. Дягель

### **ВОЙНА И МИР В ТРИЛОГИИ Э. М. РЕМАРКА О «ПОТЕРЯННОМ ПОКОЛЕНИИ»**

Эрих Мария Ремарк является одним из самых известных и значительных писателей двадцатого века. Настоящее имя писателя Эрих Пауль Ремарк. Он родился в 1898 году в Оснабрюке в семье владельца книжной лавки и переплётчика. После окончания школы в 1916 году Ремарк, как и многие другие молодые люди, отправился на Западный фронт. Получив несколько ранений, он встретил конец Первой мировой войны в госпитале в Германии. В период 1919–1934 годов им были написаны различные романы, а также серии рассказов. Обладая высокой степенью автобиографичности, эти произведения отражали во многом трансформации, происходившие в Германии в это время.

Выход романа «Im Westen nichts Neues» в 1929 году приносит Ремарку мировую известность. Это произведение было высоко оценено критиками и стало одним из самых популярных антивоенных романов не только в Европе, но и во всём мире. На волне успеха следующий роман «Der Weg zurück», вышедший в 1931 году, также был переведён на десятки языков и распространён во многих странах. В это время в экономике и политике Германии уже были заметны ухудшения и, на момент написания романа, приход нацистов к власти становился всё более очевидным. Поэтому, несмотря на то, что конкретные даты, места и события не указаны, в романе прослеживается намёк на разгар нового конфликта в мире. В 1933 году после прихода Гитлера к власти писатель оказался в списке неугодных авторов, его книги были запрещены, их сжигали, самого Ремарка лишили немецкого гражданства. Хотя писатель никогда не примыкал ни к одной партии и даже гордился своим безразличным отношением к политике, в период обострения политических и классовых споров он покинул Германию и эмигрировал в Швейцарию, где в 1936 году издал роман «Drei Kameraden». Три этих романа образуют знаменитую трилогию о «потерянном поколении».

Трилогия начинается с романа «Im Westen nichts Neues». Роман, безусловно, автобиографичен, это протест автора, его попытка донести горькую правду до читателей. Это исповедь о том, что

пережил он сам и ещё многие солдаты и это обвинение тех, кто позволил случиться этой трагедии.

Роман с первых страниц поражает своей правдивостью. Ремарк показывает войну в своём произведении в самом страшном её проявлении, в воображении читателей возникают картины боёв и изувеченных до неузнаваемости людей, убитых всеми возможными способами, от штыковых атак до отравления газом. Главные и второстепенные герои романа это простые рабочие и вчерашние школьники, а теперь новобранцы, которые сначала проходят муштру в казарме, а затем отправляются на фронт, где им суждено погибнуть.

Повествование ведется от лица Пауля Боймера. Он добровольно, как и все его одноклассники, отправился на фронт, где столкнулся с реальностью войны и погиб в октябре 1918 года. Другие действующие лица романа – Альберт Кропп, Мюллер Пятый, Леер, Франц Кеммерих, Йозеф Бем – особенно не отличаются друг от друга. Исключение несут в себе только отдельные черты характера и их увлечения. Все они являются представителями одного социально-исторического типа, представителями «потерянного поколения». Во многих описаниях переживаний о войне употребляется местоимение «мы», что подчёркивает однообразность их судеб, которые так или иначе сломаны войной, и все герои романа находятся в равных условиях. Кроме того «мы» – это единственное, что помогает не сойти с ума и стойко выдержать войну, сплочённость и товарищество, присутствие таких же солдат, которые могут легко понимать друг друга: «Wir sind zwei Menschen, zwei winzige Funken Leben, draußen ist die Nacht und der Kreis des Todes» [1, с. 101]. Важной чертой «ремарковских» героев является их отрешённость от войны, то есть, они всё ещё сохраняют своё гражданское лицо, они не хотели бы больше воевать и хотят оставаться мирными людьми.

Военные события в романе перемешаны с воспоминаниями молодых людей о довоенной жизни. Т.П. Григорьянц и Л.И. Ситнова в своей статье упоминают, что писатель использует в повествовании кинематографический прием [2, с. 377], то есть Ремарк соединяет настоящее и прошлое. Это мир, в котором война была романтизирована, она была надеждой на исправление ситуации и надеждой на лучшую жизнь. Многие люди мечтали о войне и очень её ждали и агитировали вчерашних школьников добровольно идти на фронт, что было не сложно, ведь это были неокрепшие умы, склонные к юношескому романтизму и максимализму, легко увлекшиеся общей патриотической идеей. Но очень скоро приходится столкнуться с

трагичной реальностью. Юноши внезапно взрослеют, и приходит понимание, что они, ослепленные, творили и продолжают творить, что они убивают других людей просто покоряясь чужой воле и при этом не чувствуют за собой вины. Молодые люди осознали, что в войне нет ни высшей цели, ни героизма, ни романтики. Оказывается, в войне вообще нет никакого смысла, и совершенно не понятно, почему люди убивают друг друга просто потому, что кто-то из военачальников определил людей другой национальности врагами. Роман показывает, как война извращает человеческую душу, как происходит подмена нравственных устоев. Например, когда в госпитале умирает Кеммерих, его одноклассник Мюллер мало думает о смерти своего друга, он думает о ботинках, которые можно забрать себе. И главный герой Пауль Боймер не осуждает его: «Wenn Müller gern Kemmerichs Stiefel haben will, so ist er deshalb nicht weniger teilnahmsvoll als jemand, der vor Schmerz nicht daran zu denken wagte. ... Wir haben den Sinn für andere Zusammenhänge verloren, weil sie künstlich sind. Nur die Tatsachen sind richtig und wichtig für uns. Und gute Stiefel sind selten»[1, с. 26–27].

Трагедия состоит в том, что для героев романа жизнь одновременно является ценной, но в то же время, чтобы сохранить свою жизнь, они вынуждены забирать чужие. Когда Пауль Боймер оказался в одной воронке с французским солдатом, он, даже не задумываясь, ударил его ножом. Но продолжая находиться с ним рядом он осознаёт, что это человек, такой же как он сам, это больше не враг. И французский солдат никогда не был для него лично врагом, но их обоих поместили в абсурдные условия войны, для достижения чужих, но не их собственных целей. И теперь в сердце Пауля зарождается протест, но, как и с кем бороться, чтобы закончить эту войну, неизвестно. Ремарк устами своего героя задаёт этот вопрос, не имеющий ответа.

«Im Westen nichts Neues» заканчивается нелепой гибелью главного героя в самом конце войны. Ремарк, таким образом, показывает, что на самом деле с этой войны не вернулся никто. Те немногие, кто выжил, оставили в окопах себя прошлых, молодых и счастливых: «Wir sind alle nicht mehr als zwanzig Jahre. Aber jung? Jugend? Das ist lange her. Wir sind alte Leute» [1, с. 21].

События послевоенного мира и реакцию на них представителей «потерянного поколения» описывают два последующих романа Ремарка.



Роман «Der Weg zurück» является продолжением первой книги Ремарка о «потерянном поколении» и повествует о судьбе солдат после войны. Главные герои – это молодые люди, которые выжили на Западном фронте и вернулись домой, но дом они, к сожалению, так и не находят. Совсем ещё юные они были вынуждены уйти на войну буквально со школьной скамьи. В то время у них ещё не было опоры в жизни, с помощью которой можно бы было легко адаптироваться сейчас. Они не успели получить профессию и завести семью. Теперь им нужно найти себя и новое предназначение в жизни.

На протяжении всего романа можно наблюдать противопоставление «война – мир». Раньше солдаты мечтали о скорейшем возвращении домой, сейчас же они готовы вернуться на войну, ведь там жизнь хотя бы имела смысл, и рядом были верные товарищи: «...wären wir doch draußen geblieben – da waren wir wenigstens zusammen» [3]. Дом, в который так мечтали вернуться главные герои романа, становится для них местом очередной битвы, правил которой они не знают.

Товарищи Пауля Боймера из предыдущего романа теперь ощущают себя словно в чужой стране, они не понимают людей вокруг себя и даже друг друга. На смену солдатскому товариществу приходят новые ценности: зависть, алчность и даже ненависть. Бывшие солдаты понимают, что общество вокруг них жило всё это время в абсолютно другом мире, в котором преобладают другие, меркантильные интересы. Но единственный их навык это убивать врагов, поэтому сейчас вчерашние солдаты никому не нужны. Родина, ради которой они воевали, больше не признаёт их. Кроме того, за четыре года войны, общество почти забыло о них как о личностях, ведь здесь жизнь текла своим чередом, хватало других проблем таких, как голод и безработица. Собственные матери видят чужаков в своих сыновьях, ведь теперь их очень сложно понять: «Was weißt du denn noch von mir, Mutter? Es ist nur eine Erinnerung, nicht mehr als eine Erinnerung an einen schwärmerischen, stillen Jungen von früher» [3].

Эрнст Биркхольц является главным героем, ведущим повествование. Несмотря на все ужасы войны, которые ему пришлось пройти, он остаётся сентиментальным и философски мыслящим человеком. Ему удаётся найти своё место в жизни благодаря цели – труду на благо человечества. Однако Эрнст одного за другим теряет своих друзей: одни уничтожены физически, другие морально. Многие сходят с ума, не выдержав воспоминаний о войне, между фронтовыми товарищами возникают конфликты и даже перестрелки. «Потерянное

поколение» в очередной раз сталкивается с философскими вопросами о смысле войны, об оправданности и необходимости пролитой крови, о смысле жизни и будущем. Но сам главный герой, как представитель «потерянного поколения», так просто не сдаётся. Он всё ещё любит жизнь и надеется на лучшее. Как и Пауль Боймер, Эрнст Биркхольц не находит ответов на свои вопросы, но он осознаёт, что всё это время они вели войну против себя самих. В романе «Der Weg zurück» формируется основной концепт «потерянных»: мирная жизнь – это тоже война.

Последний роман трилогии «Drei Kameraden» описывает события через десять лет после войны. Главные герои романа всё ещё помнят о фронтовой жизни и сталкиваются со многими её последствиями. Кроме того, они чувствуют страх перед будущим, в романе есть намёк на скорый приход нацистов к власти. В их прошлом обманутые надежды, путь тяжёлой войны и страданий, в их будущем неизвестность и попытки устоять на ногах в нестабильном послевоенном мире. Чтобы сохранить своё товарищество и избежать влияния подменных ценностей, герои романа создают свой маленький мир, в котором они поддерживают друг друга и борются с внешним миром. Цепляясь друг за друга и за свою автомастерскую, они пытаются держаться на плаву, им так же как на войне приходится подчиняться господствующим законам, но главное – это бороться. Герои романа больше не верят в высокие идеалы, но они ценят любовь, крепкую мужскую дружбу, товарищество и уважение, а также свято верят в лучшие дни, в то, что любовь и дружба сильнее смерти и человек должен упрямо и мужественно бороться с любыми трудностями, выпадающими на его пути.

Протагонист романа Роберт Локамп – человек циничный, но с тонкой душевной организацией. Его сердце всё ещё переживает испытания военных лет, поэтому он чувствует себя несчастным и много времени проводит наедине с алкоголем. Ему 30 лет, но он ощущает себя неустроенным в жизни, так как у него нет ни семьи, ни даже собственного дома. Жизнь Роберта резко меняется с приходом в неё Пат. Возлюбленная Роберта Патриция Хольман – это очень красивая юная женщина, болеющая туберкулезом. Она становится хорошим другом для компании из трёх мужчин. Главный герой даже называет свою возлюбленную «alter Bursche». Позволить себе влюбиться для него уже большой подвиг. Его отношение к жизни меняется вместе с развитием их отношений, он становится более

расслабленным и даже счастливым. Но, к сожалению, все его надежды на лучшее умирают вместе с Пат.

Несмотря на то, что после двух мировых войн прошло много времени, романы Э. М. Ремарка по-прежнему актуальны. Они, как записка из прошлого, напоминают нам о чудовищности войны и являются предостережением о том, что следующая мировая война может стать непосильной и последней для человечества.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ремарк, Э.М. На Западном фронте без перемен: книга для чтения на немецком языке / Э.М. Ремарк. – Санкт-Петербург: КАРО, 2015. – 304 с.

2. Григорьянц Т.П. Осмысление Первой мировой войны в творчестве западноевропейских и американских писателей 20-30-х годов XX века / Т.П. Григорьянц, Л.И. Ситнова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2019. – Вып. 12. – С. 376–380.

3. Remarque, E.M. Der Weg zurück / E. M. Remarque. – [Электронный ресурс]: – Режим доступа : <https://www.rulit.me/books/der-weg-zur-read-269608-1.html>. – Дата доступа : 10.05.2021.

**В.А. МАКАРЭВІЧ**

Брэст, БрДу імя А. С. Пушкіна  
Навуковы кіраўнік: Л.І. Яўдошына

## **ХАРАКТАРЫСТЫЧНЫЯ АСАБОВЫЯ НАЙМЕННІ Ў ТВОРАХ ЯНКІ БРЫЛЯ**

Янка Брыль – пісьменнік, што цаніў вартасць імгнення. Ён пісаў і пра мінулае, і пра лёс свайго пакалення, і пра жыццё сваіх сучаснікаў. Пісьменнік увесь час імкнуўся засяродзіцца на мяжы паміж мінуўшчынай і будучыняй, злавіць стан душы чалавека ў штодзённым, звычайным. Ствараючы карціны жыцця, ён умела выкарыстоўваў прагматычны зарад розных пластоў мовы, не абышоўшы сваёй ўвагай і патэнцыял характарыстычных найменняў.

Як адзначаў Ф. Янкоўскі, характарыстычнае, або гаваркое, слова не толькі абазначае нешта, але і характарызуе прадмет, з’яву – тое, што абазначае; гаваркое слова дае штрышок вобраза ці нават вобраз [1, с. 19]. Вобразнасць характарыстычных найменняў абумоўліваецца іх выразнай семантычнай і структурнай матываванасцю. Гаваркія словы звычайна можа растлумачыць любы носьбіт мовы. У гэтым іх адметная семантыка-прагматычная асаблівасць: працэс асэнсавання такіх моўных адзінак даволі лёгкі. Абумоўліваецца гэта цеснай сувяззю плана зместу і плана выражэння [2, с. 26–32]. Выразная ўнутраная форма і экспрэсіўнасць характарыстычных слоў вызначаюць іх стылістычную поліфункцыянальнасць. Такія словы з’яўляюцца паўназначнымі мастацка-выяўленчымі сродкамі мовы, якія здольныя нібы адным штрышком намаляваць контур вобраза ў мастацкім творы.

Янка Брыль разнастайна і адметна выкарыстоўвае характарыстычныя словы ў сваіх творах. На старонках яго кніг такія словы – гэта прыклады, узятыя з жыцця, з мовы народа. Як правіла, яны вызначаюцца выразнай стылістычнай маркіраванасцю, экспрэсіўнасцю. У творах пісьменніка з дапамогай такіх слоў часцей перадаецца пэўная ацэнка вобразаў – станоўчая або адмоўная. Трэба заўважыць, што адмоўных характарыстычных найменняў асоб на парадак больш, чым станоўчых, – 61 % ад агульнай колькасці сабранага матэрыялу. Ужыванне такіх лексем не толькі характарызуе персанаж у творы, але і экспрэсівізуе мастацкае маўленне: – *Што ж ты будзеш з паршыўцам рабіць, – астыў я трохі, падкляпаў капот – паехалі* [3, с. 299]; *Іду цяпер па вуліцы і ўжо не толькі кожны слуп, а*

кожная шыкеціна – услед за мною: **падлюга, падлюга, падлюга!**... [3, с. 335]; Памёр ужо даўно не толькі цесць, васьмідзесяцігадовы дзед Сцяпан, але і зяць, **няўдаліца**-каваль Мікола [4, с. 5]; А той Міхась вечна збоку сядзеў, наводшыбе, і хлопцы – хто **зараза** – часта крыўдзілі яго [4, с. 30]; Калі ён біў штрафніка, крыкам паставіўшы на *stillgestanden*, відаць было: гэта далёка не ўсё, што можа і чаго хоча гэты... **нечалавек на прафесіі** [5, с. 16]. З прыведзеных прыкладаў відаць, што вылучаныя найменні даюць пісьменніку магчымасць трапна і лаканічна перадаць ацэнку чалавечых якасцей персанажа, аўтарскія адносіны да створанага вобраза.

Характарыстычныя найменні са станоўчай ацэнкай складаюць 39% ад агульнай колькасці выяўленых намінацый. Такія словы апісваюць персанажаў са станоўчага боку, а таксама вызначаюць прыхільныя адносіны самога пісьменніка да герояў. Часта іх адабральную ацэнку ўдакладняе сам кантэкст: *Спаважны, ціхі мужчынка – цесць – яшчэ лёгка ступаў на зямлі худымі босымі нагамі, а услед за ім пайшла на вёсцы новая казка зяця, – хоць бяры тую “царскую” шапку нарэшце скідай!* [3, с. 191]; – *Ты маладзец у нас, – сказала цёця Тоня. – Ты аўтаматчык* [3, с. 251]; *У гэтым сэнсе з асаблівай павагай і чуласцю старэйшыя рачканскія малёванцы прыгавалі імя жонкі Чарткова, Ганны Канстанцінаўны, іх **апякункі і заступніцы**, жанчыны высакароднай, таленавітай і ў слове, і ў музыцы* [6, с. 312].

Паводле прымет, якія становяцца асновай ацэначна-характарыстычнай намінацыі, можна выдзеліць розныя тэматычныя групы характарыстычных найменняў, ужытых у творах Янкі Брыля.

Значная частка характарыстычных найменняў называе герояў паводле іх паводзін і ўчынкаў ці роду заняткаў. Словы такой семантычнай групы складаюць 19 % ад агульнай колькасці: *Кожны, хто знаў Паўлюка, ведаў, што дзядзька гэты – **манюка*** [3, с. 185]; *Для кожнага, хто насіў гордае званне народнага **мсіўца**, асяродкам гэтага свету была яго група ці аддзяленне, ці ўзвод* [3, с. 221]; *Я быў даволі бойкім **смехуном**...* [6, с. 348]; *“Панскі **падліза**”, – кажуць у вёсцы пра Цабу* [4, с. 17]; *Такіх уцекачоў было найбольш. Настойлівыя **смельчакі** ці проста свабодалюбівыя, паэтычна настроеныя **рызыканы**, яны ныралі ў цёмную ноч, яшчэ не ведаючы дый мала думаючы пра тое, што іх чакае, калі зловяць* [5, с. 19]; *І гамана, і маўчанне **бунтароў** усё выразней пачалі падзяляцца на боязь – “А што ж цяпер будзе?” – і на наіўную ўпэўненасць, што вось прыедуць з лагера і разбярэцца...* [5, с. 25].

Некаторыя характарыстычныя найменні апісваюць персанажаў з боку іх разумовых здольнасцей (16 % адзінак). Напрыклад: *прыдурак*, “*грамацей*”, *салдафон* і інш. Варта сказаць, што пераважаюць зноў-такі намінацыі адмоўнага характару. Даволі часта ў брылёўскіх тэкстах сустракаюцца лексемы *дурань*, *дурніца*, у тым ліку ў няўласна-простай мове – для выяўлення самаіроніі, шкадавання: *А ты крычы, ты ўспамінай, раздзірай сваю душу, дурніца, хоць да крыві...* [3, с. 269]; *Эх, дурань! Ён думаў нават, чаму яна – такая добрая, разумная прыгожая, – чаму яна не мама яго, чаму ён не можа прытуліцца да яе, падставіць сваю сіваю, астрыжаную галаву пад яе цёплую, маленькую руку...* [4, с. 32]; *Ах, які дурань! Як дрэнна думаў ён тады пра сваю маму!* [4, с. 32].

Характарыстычныя найменні нярэдка выкарыстоўваюцца Янкам Брылём пры апісанні знешнасці персанажаў: *Міхасёвым суседам справа, каля машыны №7, стаіць Толя Касёнак, больш вядомы па хатняй мянушцы – Цыган* [3, с. 227]; *Чарнявы, загарэлы ёршык, унук старога “караля вугроў”, горда і радасна прачытаў: – Мой дзед* [3, с. 365]; *– Наперад, мужы галілейскія, позна! – сказаў таўсцюх, і каманды пайшла па асфальце ў свой лагер* [3, с. 161]; *– Заморак ты. Жменя касцей...* [3, с. 245]; *Тады бабуля была маладою красуняй* [6, с. 115]. Прыклады такога словаўжывання выразна перадаюць зрокавы вобраз персанажаў, а таксама дэманструюць дасціпнасць моўцы, яго назіральнасць і стаўленне да названай асобы.

Нярэдка сустракаюцца метафарычныя асабовыя найменні, так званыя зоаметафары, якія таксама адметна характарызуюць персанажаў у брылёўскіх творах. Такія найменні складаюць 7 % ад сабранага матэрыялу. Яны часта становяцца выражэннем адносінаў моўцы да названага персанажа. Напрыклад: *– Давай! Праклятыя польскія свінні!* [3, с. 149]; *– Эх, здаровенькі булы, ластіўко!* – сказаў ён [3, с. 281]; *А сам той дзядзька Сымон навесіў галаву і думае пра свайго сабаку-адваката: як ён заўтра адбрэшацца?* [4, с. 20]; *Ды і свой сыноч таксама. Бачыш, жаба, упёрся – “пайду”. Трэба ж яму апрануцца што-небудзь купіць* [4, с. 21–22]; *І самай раскошнай кветкай з натоўпу ляціць проста ў хлопцава сэрца роднае беларускае слова: – Арол, Руневіч! Маладзец, Алесь!...* [5, с. 17].

Падагульняючы назіранні над сабраным матэрыялам, можна адзначыць, то Янка Брыль даволі часта ўжывае характарыстычныя асабовыя найменні ў сваіх творах. Найперш для характарыстыкі знешняга і ўнутранага свету герояў, перадачы узаемаадносін

персанажаў, а таксама для выяўлення аўтарскай ацэнкі створаных літаратурных вобразаў.

## СПІС ЛІТАРАТУРЫ

1. Янкоўскі, Ф. Само слова гаворыць : філал. эцюды, абразкі, артыкулы / Ф. Янкоўскі. – Мінск : Маст. літ., 1986. – 318 с.
2. Яўдошына, Л. І. Слова ў мастацкім кантэксце : манаграфія / Л. І. Яўдошына. – Брэст : БрДУ імя А. С. Пушкіна, 2003. – 125 с.
3. Брыль, Я. Збор твораў : у 10 т. / Я. Брыль. – Т. 1 : Апавяданні і лірычныя замалёўкі, 1937–1966. – Мінск : Маст. літ., 2018. – 622 с.
4. Брыль, Я. Збор твораў : у 10 т. / Я. Брыль. – Т. 2 : Апавяданні і лірычныя замалёўкі, 1967–1994. – Мінск : Маст. літ., 2018. – 446 с.
5. Брыль, Я. Збор твораў : у 10 т. / Я. Брыль. – Т. 3 : Аповесці, 1942–1977. – Мінск : Маст. літ., 2019. – 622 с.
6. Брыль, Я. Птушкі і гнёзды : Кніга адной маладосці : Раман / Я. Брыль. – Мінск : Маст. літ., 1989. – 352 с.

## **М.И. МАЛЫШКО**

Гродно, ГрГУ им. Янки Купалы  
Научный руководитель: Е.В. Гулевич

### **ИСТОРИЯ СОЗДАНИЯ И ОСОБЕННОСТИ СТРУКТУРНОЙ, ПРОСТРАНСТВЕННОЙ, ТЕМАТИЧЕСКОЙ, СЮЖЕТНОЙ И ОБРАЗНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ БРИТАНСКОЙ ВЕРСИИ КИНОАДАПТАЦИИ РОМАНА «АННА КАРЕНИНА»**

Лев Толстой еще при жизни стал классиком, а его произведения покорили весь мир. Роман был издан в 1878 году, а первая экранизация данного романа вышла в 1911 году, за 6 месяцев до смерти писателя. Немой кинофильм сняли в Германии. К сожалению, киноадаптация не дошла до нашего времени. Практически в то же время фильм по роману Л. Толстого «Анна Каренина» снимали в России. Картина была безвозвратно утрачена и на данный момент о ней мало что известно. В 1914 году в России была предпринята вторая попытка экранизировать роман.

В 1927 году по мотивам романа был снят немой фильм «Любовь». Сценаристы написали два финала фильма: трагический для жителей Европы и счастливый для американцев. В американской развязке Алексей Каренин умирал, а Анна осталась со своим возлюбленным Алексеем Вронским. Однако сын русского классика Ильи Толстой был против счастливой концовки. Сценаристы хотели, чтобы имя Ильи Толстого было в титрах, поэтому они обращались к нему с просьбой отредактировать сценарий. Действие происходило в 1920-х годах, а не в 1870-х, а Анна познакомилась с Вронским не на перроне, а проезжая мимо него на санях [1].

В 2012 году «Анну Каренину» сняли в Британии. Режиссером кинокартины стал Джо Райт, а сценаристом – Том Стоппард. В фильме показана трагедия русской аристократки Анны Карениной, жены высокопоставленного государственного деятеля Алексея Каренина. Роман Карениной с богатым офицером графом Вронским приводит главную героиню к гибели. Особенность данного фильма заключается в том, что практически все события происходят в театре. Герои картины появляются не только на самой сцене, но и в зале, за кулисами, расхаживают по театральным галереям, где находится освещение и техническое оборудование.



Сама киноадаптация – это воспроизведение спектакля. В начале фильма мы видим опущенный занавес, который поднимается и служит сигналом к началу представления. На последнем кадре фильма мы видим уже пустой театр. Стилисты и костюмеры хорошо проработали образы героев. Все костюмы соответствовали стилю второй половины XIX в. Сюжет фильма был значительно изменен и сокращен. В результате доминирующей темой стала история Анны Карениной и Алексея Вронского. Анна Каренина – это замужняя дама из высшего общества, уверенная в себе. Она предстает перед нами как мудрая женщина, способная убеждать и давать советы. Ей удалось уговорить Долли не уходить от Облонского, несмотря на его измену, а сестре Долли дала совет, как вести себя на балу. Показаны перемены, которые происходят с Анной во время отношений с Вронским. Сначала она флиртует с ним, а потом полностью влюбляется в него. Однако муж Карениной отвергает ее, когда узнает о ее романе с Алексеем [2]. Муж Анны, Алексей Каренин, уважаемый государственный чиновник. Он старше Анны на 20 лет и у них есть сын Сережа. Алексей Каренин любит планировать, поэтому каждый его день расписан до минуты. Он полностью отдается своим рабочим обязанностям. Узнав об измене жены, он напоминает ей о нормах приличия, даже не попытавшись понять супругу и бороться за их отношения. Но при этом Каренин не может найти в себе силы, чтобы подать на развод и отпустить Анну. Только когда Анна оказалась при смерти, в Алексее проснулись любовь и желание простить свою жену [3].

Алексей Вронский – граф и гвардейский офицер, вскруживший голову Анне. Он лишился отца, когда он был совсем маленький. Он рос вместе со старшим братом и матерью, которую он осуждал за легкомысленный образ жизни. Образование он получил в Пажеском корпусе. Вронский обладает хорошими связями и богатством. У Вронского много увлечений: лошади, театр, коллекционирование гравюр, рисование. Молодой человек приложил немалые усилия, чтобы завоевать сердце неприступной и замужней Карениной. В конце концов, он получает Анну, и его совершенно не волнуют последствия. Однако рождение дочери, болезнь Анны отрезвляют Алексея, он начинает испытывать стыд и горе и пытается покончить жизнь самоубийством [4].

Дарья Облонская, или Долли, родилась в обеспеченной семье. Ей всего 32 года. Ей посчастливилось выйти замуж по любви. С мужем они живут уже 8 лет. Она устала от брака, в котором она заботится о

шестерых детей, муж постоянно изменяет, а денег не хватает. Также Долли чувствует, что муж ее больше не любит и она ему не интересна. Их отношения уже давно не такие, как раньше, но они живут вместе ради своих детей. Супруги постоянно ссорятся и мирятся. Именно она первая с пониманием отнеслась к тому, что Анна ушла от мужа [4].

Степан Облонский – родной брат Анны, главной героини. Он женат на Долли и у них шестеро детей. Стива довольно общительный и благоприятно настроенный. Он никогда никому не завидует и ни на кого не держит зла. К сожалению, семьянин из Стивы неважный. Он очень харизматичный, привлекательный и влюбчивый, поэтому часто изменяет жене. Хотя он и проводит довольно много времени с другими женщинами, Стива ценит семью и любит своих детей. При этом воспитанием полностью занимается Долли. Проблема с недостатком денег довольно часто возникает в семье Облонских, потому что Стива не умеет экономить [4].

Кити недавно исполнилось 18 лет. Она потомственная дворянка. Кити – воспитанная, образованная девушка. Она знает несколько языков и разбирается в музыке. Когда она только появляется в свете, ей нравится внимание мужчин и льстит, что Вронский ухаживает за ней. В это время она впервые влюбляется и получает предложение руки и сердца от Лёвина, которому отказывает, потому что надеется, что Вронский ответит ей взаимностью. Но, к ее сожалению, Вронского интересует Анна. Это сильно задевает юную Кити. Родители, стремясь помочь ей обрести душевное равновесие, предлагают Кити отправиться за границу. Кити возвращается домой другим человеком. Новая встреча с Лёвиным даёт ей возможность посмотреть на него с другой стороны. Кити принимает его предложение и выходит за него замуж. Она счастлива в браке, поддерживает мужа и заботится о его семье. Вскоре у них появляется сын, для которого она становится замечательной матерью [4].

Одним из самых интересных второстепенных персонажей является Константин Лёвин. Ему 32 года, он потомственный дворянин. Сам по себе Константин открытый и честный человек. Он занимается хозяйством и ведет спокойную жизнь в деревне. Его окружают простые люди. Константин умный, любознательный, у него богатый внутренний мир. Мы знакомимся с ним в тот момент, когда он решается сделать предложение Кити и получает отказ. Он долгое время переживает, но спустя время Константин и Кити встречаются снова. Тогда девушка даёт свое согласие на брак с ним [4].

Произведение «Анна Каренина» в экранизации Джо Райта получилось довольно неординарным. Некоторые отмечают, что «в книге сюжет глубже и чувства героев сильнее». Но целью режиссера не было создание точной копии романа Толстого. Его свежий и оригинальный взгляд, музыка, костюмы и декорации, игра актеров и их хореография – всё стало единой картиной.

Таким образом, роман Льва Толстого «Анна Каренина» экранизировали более 30 раз. Кинофильмы снимали не только в России, но и во многих странах по всему миру.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Культура РФ [Электронный ресурс] / Легкая. – Электрон. журн. – Режим доступа : <https://www.culture.ru/materials/188017/anna-karenina-ot-nemogo-kino-do-gollivudskogo-blokbastera>. – Дата доступа : 08.05.2020.

2. Комсомольская правда [Электронный ресурс] / Кондратьева. – Электрон. журн. – Режим доступа : <https://www.kp.ru/daily/26042.2/2956163>. – Дата доступа : 18.05.2020.

3. ИДЕИ в кино и литературе [Электронный ресурс]. – Электрон. журн. – 2018. – Режим доступа : <http://fandea.ru/947-aleksei-aleksandrovich-karenin-suprug-anny-kareninnoi.html>. – Дата доступа : 07.05.2020.

4. ИДЕИ в кино и литературе [Электронный ресурс]. – Электрон. журн. – 2018. – Режим доступа : <http://fandea.ru/944-aleksei-kirillovich-vronskii-harakteristika.html>. – Дата доступа : 16.05.2020.

**А.С. МИСЮРА**

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы  
Научный руководитель: Н.В. Зданчук

## **ОБРАЗЫ ЖИВОТНЫХ В КИТАЙСКИХ НАРОДНЫХ СКАЗКАХ**

Для специалистов по межкультурной коммуникации важно понимать не только лингвистические аспекты иностранного языка, но и его социокультурные тонкости. Одним из источников таких знаний является народная сказка, которая является отражением духовной культуры ментальности народа. Сказки – важный элемент устного народного творчества культуры любого народа. Они нужны для передачи новому поколению жизненного опыта, истории, обычаев и особенностей быта. Сказки сочиняются для детей, чтобы в легкой форме передать им основные истины жизни, приемлемой на определенной территории. Целью данной статьи является анализ китайских сказок о животных, выявление наиболее частых животных-героев в сказках данного типа, а также определение характеристик, приписываемых таким героям китайцами.

Китайский филолог Сюй Цзин считает, что «фольклор – это отражение в подсознании страха, надежд, упований народа. Если сон – форма выражения духовности индивида, то фольклор – воображение и опыт культурной общности в целом. Если жизнь ограничена моральными нормами, то детский фольклор, сказки и детская литература (книжки-картинки, в том числе и комиксы), позволяют на расстоянии более объективно увидеть особенности характера общности. Объектом изучения фольклора является традиция» [1, с. 101]. Для обозначения сказок в китайском языке существует несколько понятий, значения которых могут пересекаться. Наиболее распространенными являются *гуши* (故事 *gùshi, gùshi*), что понимается, как «предание», «сказание»; «повествование»; «повесть»; «сказка»; «рассказ» и *миньцзянь гуши* (民间故事 *mínjiāngùshi*) – «народная сказка». Словарь «Цыхай» (辞海 *cíhǎi*) термину *гуши* дает такое толкование: «устно бытующий, популярный и хорошо понятный жанр, в котором делается упор на изложение хода события, акцентируется динамизм и последовательность сюжета» [2, с. 2576]. Наряду с этими понятиями используются и другие, такие как: *тунхуа* (童话 *tónghuà*) – «детский рассказ, сказка», *чуаньци* (传奇 *chuánqí*) – «истории об удивительном»; «сказка, рассказ»; «легенда», *байши*

(稗史bàishǐ) – «исторический роман», *шэньхуа* (神话shénhuà) – «миф» и *юйянь* (寓言yùyán) – «басня»; «притча» [3]. Согласно определению, данному в этом словаре, тексты *тунхуа* (童话tónghuà) можно разбить на несколько категорий: *юйяньтунхуа* (寓言童话yùyántónghuà) «сказки-басни», *маосяньтунхуа* (冒险童话màoxiǎntónghuà) «сказки-действия» и *мэнхуаньтунхуа* (梦幻童话mènghuàntónghuà) «сказки-фантазии». Несмотря на такое количество подобных понятий в современном китайском языке, наиболее распространенными вариантами являются *гуши* (故事gùshi, gùshì) и его разновидность *миньцзяньгуши* (民间故事mínjiāngùshi). Понятие *тунхуа* (童话, tónghuà) в большей степени используется в значении «сказка для детей», «детская сказка».

В книге «Китайские народные сказки», переведенной на русский язык Б.Рифтиным, материал разделен на четыре категории: сказки о животных, волшебные сказки, бытовые сказки и легенды и сказы [4, с. 334]. Количество китайских народных сказок о животных значительно, но их меньше, чем волшебных. Животные-герои китайских народных сказок часто наделены человеческими качествами, поэтому могут говорить, рассуждать и выполнять различные задачи так же, как и люди. Многие животные, нацеленные на аллегорическое обозначение человека, являются продуктами народных традиций и поэтому нашли отражение в народных сказках. Как пишет В.П. Аникин, «сказки о животных – это энциклопедия жизни народа» [5, с. 5].

Истории о животных – богатый материал для изучения особенностей ассоциативного мышления людей и человеческой культуры в целом. Исследуя образы животных, можно определить, какие человеческие характеристики, приписываемые героям таких сказок, наиболее ценны в представителях культуры, также какие виды деятельности характеризуются как негативные или позитивные, и какие ассоциации, в конечном итоге, связаны с тем или иным животным.

В китайских народных сказках чаще всего встречаются следующие животные: тигр, заяц, лиса, обезьяна, черепаха, волк, лягушка, лошадь, коза, корова, кошка, мышь, петух, лев, воробей. Кроме того, встречаются утка, осел, леопард, медведь, верблюд, павлин, дятел, светлячок и т.д. Интересен тот факт, что панда, родиной которой является Китай, в сказках встречается очень редко.

Обращает на себя внимание наличие в этом списке названий животных, нехарактерных для китайской фауны – прежде всего льва и леопарда. Можно утверждать, что это связано с большой протяженностью территории Китая и проживанием на этой территории не только ханьцев, но и представителей иных этносов, в фольклорных образах которых есть животные, не встречающиеся на территории страны. Так, китайские народные сказки находились под сильным влиянием Западной Азии и Индии.

Наиболее популярным животным-героем в китайских сказках является тигр, и такие частые упоминания неудивительны. В Китае тигр – третье символическое животное из Двенадцати Земных Ветвей (китайская зодиакальная система). К тому же у китайцев тигр считается царем животных, владыкой всех зверей на земле [6, с. 327]. Тигр в китайской культуре – воплощение двух уравнивающих природных сил, то есть очень гармоничное существо, способное проявлять как доброту, так и мощь. Фактически, эти представления китайцев и отражены в народных сказках.

В большинстве китайских сказок тигра называют королем (*«Как тигр украл невесту»*, *«Братья буйвол и тигр»*, *«О сосне, черепахе и тигре»*). Также его часто описывают чутким, отзывчивым, любезным, любопытным (*«Мандариновый тигр»*). Следует отметить, что в некоторых сказках тигр медлительный, неповоротливый, а иногда даже глупый и застенчивый, что мешает ему поймать добычу (*«Кто самый способный»*, *«Тигр в поисках еды»*). А в сказке *«Как тигр боялся кап-капы»* уже из названия ясно, что бесстрашный тигр чего-то боится и поэтому характеризуется как трус.

Таким образом, тигр в китайских сказках предстает с разных сторон, и качества, которые он обозначает, во многом объясняются китайской культурой и традициями. Исходя из того, как изображается тигр в китайских сказках, можно сделать вывод, что китайцы ценят людей, в которых уверенный и сильный характер сочетается с определенной нежностью, способностью сочувствовать и помогать. Кроме того, можно сказать, что представители китайской культуры осуждают вялость, неуклюжесть и глупость.

Заяц и обезьяна встречаются во многих китайских сказках, и частое использование этих зверей тоже взаимосвязано с особенностями культуры китайцев. Прежде всего стоит отметить, что и обезьяна, и заяц – символические животные Двенадцати Земных Ветвей. Заяц в Китае олицетворяет Луну, возрождение, возвращение молодости [6, с. 97]. Обезьяна в китайской традиции символизирует

зло, обман, отсутствие стыда [6, с. 219]. В сказках эти животные представлены несколько иначе. Акцентируя внимание на зайце, замечаем, что он часто выступает в роли надежного товарища, который не оставит в беде и всегда придет на помощь («Мандариновый тигр», «Подарок поросенка»). Но, как правило, чаще заяц ведет себя по традиционным представлениям, то есть оказывается робким, скромным, любопытным и даже лжецом («Заячий хвост», «Как обезьяна назвалась царем», «Как проучили лисицу»).

В случае с обезьяной, она обозначает различные характеристики. В большинстве случаев обезьяна корчит рожицы, интригует других животных, смеется, резвится и ищет несложную прибыль («Как проучили лисицу», «Как обезьяна назвалась царем»). Крайне редко её описывают с похвалой. В качестве примера может выступить сказка «Подарок поросенка», где обезьяна предстает приветливой, приятной и достойной. Но всё-таки, как было сказано ранее, в большинстве сказок обезьяна обозначает отрицательные качества.

На основе разбора зайца и обезьяны делаем вывод, что действие данных животных в сказках не всегда совпадает с традиционными китайскими представлениями. Например, зайца можно назвать не только трусливым, но также в какой-то мере сильным, а обезьяна порой хулиганит, или же выступает в роли помощника и хорошего друга. В китайской культуре обман, погоня за легкой прибылью, хвастовство и надменность осуждаются. А для того, чтобы добиться признания и уважения в жизни, по мнению китайцев, недостаточно одного ума, должны быть и какие-то устремления, желание что-то сделать ради себя и остальных.

В китайских сказках о животных часто фигурируют мифологические существа, такие как дракон, цилинь (единорог) и птица феникс. Китайские мифы воплощают истину жизни в ее естественном хаосе. Китайский дракон – олицетворение хорошего начала, он связан со стихией воды. С ним также связан культ плодородия. В китайской культуре образ дракона – собирательный образ, потому что в легендах есть четыре породы драконов, каждая из которых выполняет свою миссию: охраняет недра, управляет погодой, водоемами, возит богов по небу на колесницах. С древних времен дракон был символом императорской власти. Он изображен на различных объектах, архитектурных сооружениях, в письменных источниках [7]. Цилинь также является магическим животным у китайцев. Это единорог, внешность которого сочетает в себе черты

различных реальных животных: быка, волка, лошади, оленя. Он питается растительной пищей и безвреден для человека и других животных. Цилянь живет более двух тысяч лет. Цилянь – воплощение добрых сил природы. Если китайцы считают феникса царицей птиц, то циляня называют царем среди зверей.

Образы дракона и феникса использовались в китайской культуре для обозначения императорских личностей – императора называли небесным драконом, его жену – фениксом земным. Образы дракона, циляня и феникса нашли яркое выражение в китайской фразеологии. «Эти образы порождены фантазией и воображением людей, но, так или иначе, они считаются священными», – комментарий Хао Хуэйминя [8, с. 20]. В китайской фразеологии образы циляня, феникса и дракона всегда характеризуются с положительным оттенком.

Так, при изучении китайских сказок о животных выяснилось, что набор представленных в них животных достаточно разнообразен. Кроме этого, большинство животных китайской культуры имеют двойственную природу, то есть обозначают как положительные, так и отрицательные качества. Животные обладают разными человеческими характеристиками, что свидетельствует об отличительной черте образного мышления китайского народа.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Спешнев, Н.А. Китайцы: особенности национальной психологии / Н.А. Спешнев. – СПб : КАРО, 2011. – 460 с.
2. Цыхай. Соиньбэнь, 1989 няньбань. (Море слов. Фототипическое издание 1989 г.). – Шанхай, 1995. – 2576 с.
3. Большой китайско-русский словарь онлайн (БКРС). [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://bkrs.info>. – Дата доступа : 06.04.2021.
4. Рифтин, Б.Л. Китайские народные сказки / Б.Л. Рифтин. – М. : Художественная литература, 1972. – 334 с.
5. Бараг, Л.Г. Сравнительный указатель сюжетов: Восточнославянская сказка / Л.Г. Бараг [и др.]; под ред. К. В. Чистова. – Л.: Наука. Ленингр. отд-ние, 1979. – 437 с.
6. Купер, Дж. Энциклопедия символов / Дж. Купер. – М.: Золотой век, 1995. – 397 с.
7. Терехов, А.Э. Три аспекта ханьских представлений о драконах (лун). Общество и государство в Китае / А.Э. Терехов. – ХLI научная конференция. М: Вост. лит., 2011. – 334–352 с.



8. Хуэйминь Хао. Фразообразующий потенциал зоонимической лексики в русском и китайском языках. Автореферат диссертации ... кандидата филологических наук: 10.02.20 / ХаоХуэйминь; ГОУ ВПО «Башкирский государственный университет». – Уфа, 2009. – 28 с.

## **О.В. ЧМЕЛЬ**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: К.Н. Веремейчук

### **АНАЛИЗ ПРОСТРАНСТВА И ВРЕМЕНИ В РОМАНЕ ДИАНЫ УИНН ДЖОНС «ХОДЯЧИЙ ЗАМОК»**

Диана Уинн Джонс – британская писательница, автор фантастических романов для детей и взрослых.

Диана родилась 16 августа 1934 года в Лондоне, в семье Марджори и Ричарда Джонсов, оба были учителями. Когда началась Вторая мировая война, Джонс была эвакуирована в Уэльс. Её семья несколько раз переезжала, пока в 1943 году не осела в городе Такстед, Эссекс. Там и прошло детство Джонс: она и две её младшие сестры Урсулла и Изабель были предоставлены сами себе. Окончив школу, Диана поступила в колледж Св. Анны при Оксфорде в 1953 году, где изучала английский язык. Завершив обучение в 1956 году, вышла замуж за Джонна Барроу, специалиста по средневековой литературе. Они недолго жили в Лондоне, потом вернулись обратно в Оксфорд и, наконец, в 1976 году переехали в Бристоль. У них три сына: Ричард, Майкл и Колин. Умерла Диана Уинн Джонс 26 марта 2011 года после продолжительной борьбы с раком лёгких.

В данной статье представлен анализ пространства и времени одного из её романов, фэнтезийного бестселлера, опубликованного в 1986 году, а также экранизированного в 2004 году известным японским режиссёром Хаяо Миядзаки, под названием «Ходячий замок», имеющий также два сиквела: в 1990 году был опубликован «Воздушный замок», в 2008 – «Дом ста дорог». Однако их в данной статье мы затрагивать не будем.

Согласно М. Бахтину, существуют различные устойчивые модели пространства и времени в литературных произведениях, именуемые хронотопами [1, с. 121]: модель нулевого времени, циклическая модель, линейная, а также модель параллельных времён и пространств [2, с. 114]. Тщательно изучив произведение и проведя небольшое исследование, мы выяснили, что в данном романе модель пространства и времени является линейной.

Для начала разберёмся с сюжетом романа: молодая девушка Софи Хаттер, проживающая в городе Маркет-Чиппинг, в королевстве Ингария, где на самом деле существуют предметы вроде семимильных сапог и шапок-невидимок, попадает под заклятье

Болотной Ведьмы и превращается в старуху. Софи вынуждена покинуть дом и отправиться на поиски счастья, она знакомится с новыми людьми и прочими существами, в частности, с огненным демоном Кальцифером, учеником чародея Майклом Фишером и Хоулом, хозяином ходячего замка.

Так как в романе описаны конкретные места событий: *Портхэвен, Кингсбери, Верхние Горки, Пустошь* и так далее, а также присутствует понятие времени: «*на следующее утро*», «*минут десять*», «*к вечеру*» и тому подобные, пространственно-временную модель произведения нельзя назвать нулевой, в которой эти понятия отсутствуют – на ней строятся понятия Рая и Ада в Библии. Модель нельзя назвать также циклической (круговой): основной сюжет разворачивается в день Майского праздника и заканчивается в день Середины лета, а героиня не приходит к тому, с чего начала свой путь, как это было в «Одиссее» Гомера, где героя, отсутствовавшего много лет, дома ожидает всё такая же прекрасная и любящая Пенелопа. В «Ходячем замке» Софи не возвращается в семейную лавку изготавливать шляпки в каморке, а остаётся с Хоулом жить долго и счастливо.

Параллельная модель пространства и времени означает, что описанные события происходят в разных местах, по разным причинам, но в то же время они не изолированы друг от друга и ведут к общей концовке – примером может служить роман М. Булгакова «Мастер и Маргарита». Мастер и его возлюбленная умирают в разных местах и от разных причин: Мастер в сумасшедшем доме, Маргарита у себя дома от сердечного приступа, но в то же время они же умирают в объятиях друг друга в каморке Мастера от яда Азazelло. Здесь включены разные системы координат, но они связаны между собой – ведь смерть героев наступила в любом случае. В произведении же Дианы Уинн Джонс события, сосредоточенные на Софи Хаттер, происходят как есть [2, с. 116].

Таким образом, модель пространства и времени романа «Ходячий замок» является линейной: пространство представляется бесконечно распахантым во все стороны, но при этом даются конкретные описания мест действий, а время ассоциируется с направленной стрелой от прошлого к будущему, имеет рамки, которые описывает автор, и существует на протяжении всего повествования.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бахтин, М. М. Формы времени и хронотопа в романе: очерки по исторической поэтике / М. М. Бахтин // Вопросы литературы и эстетики: исследования разных лет / М.М. Бахтин. – М., 1975. – С. 234–407.

2. Николаев, А. И. Основы литературоведения: учебное пособие для студентов филологических специальностей / А. И. Николаев. – Иваново : ЛИСТОС, 2011 – 255 с.

## **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В МЕТОДИКЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ**

**А.Н. АНТОНИК**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Л.Е. Левонюк

### **РОЛЬ ИГРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

Игру, как метод обучения, передачи опыта старших поколений младшим, люди использовали с древности. Игра всегда предполагает определенное напряжение эмоциональных и умственных сил, а также умение принятия решения: как поступить, что сказать, как выиграть?

Желание решить эти вопросы обостряет мыслительную деятельность играющих. Положительным является и тот факт, что игровой метод таит в себе богатые обучающие возможности. Значение игры невозможно исчерпать и оценить развлекательно-рекреативными возможностями. В том и состоит ее феномен, что, являясь развлечением, отдыхом, она способна перерасти в обучение, в творчество, в модель типа человеческих отношений и проявлений в труде [1, с. 36].

Особенностью игрового метода является то, что в игре все равны. Она посильна практически каждому ученику, даже тому, который не имеет достаточно прочных знаний в языке. Более того, слабый по языковой подготовке ученик может стать первым в игре: находчивость и сообразительность здесь оказываются порой более важными, чем знания в предмете. Незаметно усваивается языковой материал, а вместе с этим возникает чувство удовлетворения, ученик уже может говорить наравне со всеми [2, с. 72].

Использование игрового метода обучения способствует выполнению важных методических задач, таких как:

- 1) создание психологической готовности учащихся к речевому общению;
- 2) обеспечение естественной необходимости многократного повторения ими языкового материала;
- 3) тренировку учащихся в выборе нужного речевого варианта, что является подготовкой к ситуативной спонтанности речи вообще.

Реализация игровых приемов и ситуаций при урочной форме занятий происходит по следующим основным направлениям:

- 1) дидактическая цель ставится перед учащимся в форме игровой задачи;

- 2) учебная деятельность подчиняется правилам игры;
- 3) учебный материал используется в качестве средства игры, в учебную деятельность вводится элемент соревнования, который переводит дидактическую задачу в игровую;
- 4) успешное выполнение дидактического задания связывается с игровым результатом [1, с. 44].

Выделяются три серии игр. Серия «А» включает игры для отработки операционной структуры лексических единиц:

1. игры для повторения ЛЕ. «Кто быстрее вспомнит названия животных и птиц, которые начинаются с каких-то определенных букв».

2. игры для сочетания ЛЕ между собой и их правильного грамматического оформления. «Говорят ли так?» Школьникам предлагаются картинки с изображением волка, лисы, зайца, свиньи и т. д. Они должны сказать как можно больше словосочетаний с данными словами [1, с. 58].

Серия игр «Б» имеет целью подготовить учащихся к пониманию слов при аудировании.

Серия игр «В» отрабатывает отдельные операции в структуре лексических навыков чтения. «Найти секретные буквы» или «Кто быстрее составит пословицы и расскажет их?»

Важно, чтобы каждый ученик в классе принял участие в работе с игровыми упражнениями. Тренировка и применение нового лексического материала в форме игры позволяет предотвратить процесс забывания активного словаря.

В любой вид деятельности на уроке иностранного языка можно внести элемент игры, и тогда даже самое скучное занятие приобретает увлекательную форму. Например, грамматический урок обычно не вызывает у ребят энтузиазма, но если включить в него грамматические игры, то он пройдет интересно и без особого напряжения. Учащиеся на таких уроках легко и просто усваивают необходимые грамматические структуры. Это происходит потому, что игра направлена на усвоение грамматической стороны речи, а не системы языка [3, с. 19].

Итак, вышеописанные формы игры являются как бы подготовкой к более серьезной ролевой игре.

Практически все учебное время в ролевой игре отведено на речевую практику, при этом не только говорящий, но и слушающий максимально активны, поскольку последний должен понять и

запомнить реплику партнера, соотнести ее с ситуацией и правильно отреагировать на нее.

Основные требования к ролевой игре:

1) игра должна вызывать у школьников интерес и желание хорошо выполнить задание, ее стоит проводить на основе ситуации адекватной реальной ситуации общения;

2) ролевая игра должна быть хорошо подготовлена с точки зрения, как содержания, так и формы, четко организована;

3) игра должна быть принята всей группой;

4) игра непременно проводится в доброжелательной, творческой атмосфере. Чем свободнее чувствует себя ученик в ролевой игре, тем инициативнее он будет в общении. Со временем у него появится чувство уверенности в своих силах, в том, что он может использовать разные роли;

5) ролевая игра организуется так, чтобы учащиеся могли в активном ролевом общении максимально использовать отработываемый речевой материал [1, с. 64].

Ролевая игра хороша и тем, что в ее процессе школьники не только произносят слова роли, но и выполняют соответствующее действие, которое своей естественностью помогает снять напряжение, которое обычно наступает в момент речи. Ролевая игра построена на диалогической речи учащихся. Овладение диалогической речью осуществляется в три этапа:

1) овладение диалогическими единицами;

2) овладение микродиалогами;

3) создание собственных диалогов различных функциональных типов.

Итак, можно сказать, что обучающие игры (лексические, грамматические, ролевые) являются сильным мотивирующим фактором в процессе обучения иностранному языку. Игра способствует закреплению языковых явлений в памяти, поддержанию интереса и активности учащихся, возникновению желания у учащихся общаться на иностранном языке.

Игры помогают учителю оживить урок, внести естественность в учебное общение на изучаемом иностранном языке, облегчить процесс усвоения языкового материала, сделать учебный труд интересным.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Совин, Н.В. Методика обучения иностранным языкам и дидактика / Н.В. Совин. – М. : Кнорус, 2018. – 390 с.
2. Стронин, М.Ф. Обучающие игры на уроке английского языка: книга для учителя / М.Ф. Стронин. – М. : Просвещение, 2004. – 184 с.
3. Юрасова, Е.С. CLIL технология на уроках английского языка / Е.С. Юрасова, Е.А. Горбачева // Царскосельские чтения. – 2017. – №3. – С. 17–25.



**Е.Н. АПОСТОЛОВА**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Н.В. Иванюк

## **ПРИМЕНЕНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ ЛЕКСИЧЕСКИХ НАВЫКОВ НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА**

Современное общество развивается в эпоху информатизации, что характеризуется все большим использованием средств информационных технологий во многих сферах деятельности человека, в том числе и в сфере образования [1, с. 32]. Одна из ведущих тенденций информатизации в сфере образования – использование мультимедийных технологий в обучении, что представляет собой не только новые технические средства, но и новые формы и методы преподавания, новый подход к процессу обучения.

Внедрение современных компьютерных и использование новых информационно-педагогических технологий представляет качественно новый этап в обучении иностранным языкам [2, с. 13]. С помощью мультимедийных технологий обеспечивается богатство содержания и формы, сочетание различных видов текстовой, графической, речевой, музыкальной, видео-, фотоинформации и разнообразие способов их извлечения, что формирует мультимедийное восприятие мира [3, с. 1]. Преимущество применения мультимедийных технологий заключается в оперативном пользовании информацией, соединении аудио- и визуального материала, что существенно активизирует учебную информацию.

Мультимедийные технологии позволяют сделать обучение более эффективным, вовлекая в процесс восприятия учебной информации большинство чувственных компонентов обучаемого. «При использовании интерактивных мультимедийных технологий в процессе обучения доля усвоенного материала может составить до 75 %» [4, с. 86].

Под мультимедиа мы понимаем информационные технологии, использующие различные программные и технические средства для наиболее эффективного воздействия на обучаемого, который одновременно является и читателем, и слушателем, и зрителем. Другими словами, мультимедиа технологии являются компьютерными технологиями, которые позволяют совокупно представлять различные виды информации и оперировать ими в соответствии с имеющимися целевыми установками.

Исходя из вышесказанного, можно выделить следующие способы передачи информации в мультимедийных программах:

1) взаимодействие различных информационных блоков (текста, графики, видеофрагментов) посредством гиперссылок, которые представлены в виде специально оформленного текста или определенного графического изображения;

2) интерактивность – диалоговый режим работы пользователя с источником, при котором он может самостоятельно выбирать интересующую его информацию, скорость и последовательность ее передачи.

На сегодняшний день существует большой выбор мультимедийных ресурсов, содержащих информацию, необходимую для изучения иностранного языка, электронных учебников, баз данных с тематическими текстами и упражнениями. По методическому назначению выделяют следующие виды мультимедийных средств обучения: наставнические, тренировочные, контролирующие, информационно-справочные, имитационные, демонстрационные, игровые, досуговые, каждый из которых имеет свое предназначение.

Мультимедийные технологии обеспечивают передачу информации, при которой учащиеся воспринимают ее сразу несколькими органами чувств параллельно, а не последовательно, как при обычном обучении.

Использование мультимедиа технологии в обучении целесообразно рассматривать в четырех основных направлениях:

- 1) компьютер и мультимедиа технологии как объекты изучения;
- 2) компьютер и мультимедиа технологии как средства представления, хранения и переработки учебной информации;
- 3) компьютер как средство организации учебного взаимодействия;
- 4) компьютер как средство управления учебной деятельностью.

Мультимедийные технологии в процессе обучения иностранным языкам призваны выполнять следующие функции:

- 1) интегрировать разные виды информации в одном объекте-контейнере (текст, звук, видео и т.д.) и представлять ее, воздействуя на разные органы человеческих чувств;
- 2) развивать критическое мышление;
- 3) стимулировать когнитивный процесс;
- 4) осуществлять интерактивное взаимодействие с обучаемым;
- 5) адаптироваться к запросам обучаемого;
- 6) индивидуализировать процесс обучения;
- 7) организовать групповую работу в мультимедийных средах;

- 8) развивать навыки работы в команде;
- 9) формировать устойчивую мотивацию;
- 10) создать максимально приближенные к реальности условия для выработки учебных и профессиональных навыков (виртуальные лаборатории, экскурсии, музеи).

Использование мультимедиа позволяет повысить информативность дидактических материалов, увеличить информационную нагрузку на каждого отдельного ученика, максимально визуализировать реализацию образовательно-воспитательного процесса. Например, выделение фраз, слов, устойчивых выражений курсивом обеспечивает акцентуализацию внимания на лексических единицах, синтаксических конструкциях.

Однако мультимедийные технологии могут иметь и недостатки. К недостаткам мультимедийных технологий следует отнести следующие: рассеивание внимания, отсутствие выборочной обратной связи, ограниченность компьютерного моделирования, отсутствие навыков у обучаемых и преподавателя, сложность создания материалов, назначение (обучаемый может использовать мультимедиа-приложения и как конечный пользователь и как его создатель), доступность (не все учащиеся располагают требуемым аппаратным и программным обеспечением), технические сложности, проблемы скорости доступа в Интернет, портативность (мультимедиа-приложения не портативны).

Мультимедийные технологии могут использоваться на всех этапах формирования лексического навыка. Введение новых лексических единиц предполагает раскрытие их формы, значения и употребления. Мультимедийные технологии в данном случае позволяют формировать графический образ слова одновременно с его звуковым и моторным образом. Например, на данном этапе можно применить наглядность с помощью мультимедиа. Письменная фиксация лексики способствует укреплению связей слов (речемоторных, слуховых, зрительных) и содействует тем самым их лучшему запоминанию. Зрительное и слуховое восприятие помогает учащимся активно, сознательно усвоить лексический материал. Выделяются следующие этапы работы с мультимедийными технологиями: демонстрация, закрепление, контроль.

Мультимедийные технологии также могут применяться в процессе организации контроля лексики на всех этапах ее изучения. Обучение с использованием мультимедиа предполагает выполнение учащимися упражнений одновременно, после чего сообщается

результат. В связи с этим учитель предполагает, что если учащийся умеет выполнять какую-то операцию с лексическим материалом при выполнении одного конкретного упражнения, то он, наверняка, умеет выполнять эту же операцию (или аналогичную) в других упражнениях, которые у этого учащегося не проверялись. Контроль со стороны учителя заключается в непосредственном наблюдении за выполнением тренировочных упражнений, при этом учитель вызывает отдельных учеников, чтобы проверить, правильно или неправильно оно выполнено, либо использует отсроченную проверку в устной и письменной форме.

При обучении лексике также эффективным является использование мультимедийных программ: электронных учебников и словарей. Это дает возможность уменьшить нагрузку на преподавателя и заинтересовать большое количество учащихся. Мультимедийные программы обеспечивают обратную связь и экономят время, которое нужно затратить на поиск материала.

Электронный словарь представляет собой компьютерную базу данных, содержащую закодированные словарные статьи, позволяющие осуществлять быстрый поиск нужных слов, сочетаний слов (примеров употребления), изменения направления перевода (например, русско-английский или англо-русский). Примерами электронных словарей являются *Мультитран*, *PROMT.VER*, *Free On-line dictionary*, *FreeDict* и др. Данные электронные словари направлены на изучение и пополнение лексического запаса обучаемого.

Таким образом, мультимедийные технологии являются одним из наиболее бурно развивающихся направлений новых информационных технологий в учебном процессе и открывают новые возможности в организации обучения, а также в развитии творческих способностей обучающихся. Такие технологии создают условия для индивидуализации и интенсификации процесса обучения лексике, обеспечивая выполнение равных по сложности упражнений всеми учащимися одновременно.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Виштынецкий, Е.И. Вопросы применения информационных технологий в сфере образования и обучения / Е.И. Виштынецкий // Информационные технологии. – № 2. – 1998. – С. 32–37.
2. Маслюк, Л.П. Новые технологии в процессе обучения иностранным языкам / Л.П. Маслюк // Вестник Харьковского

национального автомобильно-дорожного университета. – № 44. – 2009. – С. 12–14.

3. Князева, Г.В. Применение мультимедийных технологий в образовательных учреждениях / Г.В. Князева // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2010. – № 3. – С. 1–18.

4. Кирмайер, Г. Мультимедиа / Г. Кирмайер. – М. : Малиц, 1994. – 185 с.

**П.К. БУЯК**

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель: С.С. Масленникова

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СКАЗОК БРАТЬЕВ ГРИММ НА УРОКАХ НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА**

Сказка является одним из ключевых жанров устного народного творчества. Это продукт деятельности нескольких поколений, их фантазии, идей, ценностей и культурных особенностей. Через сказку детям прививаются первые мировоззренческие идеи, нравственные правила.

Особый интерес к данному жанру проявился в начале 19 века. В литературе того времени господствовал романтизм. Его последователи увидели в сказке отражение народной философии, мечтания народа о лучшем, веру в победу добра над злом. Также внимание многих писателей привлекли необыкновенное богатство, образность, красота языка народной сказки. Одними из известных исследователей немецкой народной сказки считаются по праву братья Якоб и Вильгельм Гримм. Сказки братьев Гримм широко известны и горячо любимы во всем мире. Также они вошли в историю как знаменитые исследователи немецкой культуры и немецкого фольклора. Их вклад в языкознание нельзя недооценивать, но наибольшей заслугой, пожалуй, является издание сборника детских сказок. За свою жизнь они изучили и собрали в свой сборник более двухсот сказок, многие из которых известны и по сей день в каждом уголке земного шара. Так как сказка – это отражение жизни народа в самых различных ее аспектах и жизненных ситуациях, совокупность народной мудрости, таланта и мировоззрения, сказки братьев Гримм являются отличным учебным материалом для изучения немецкого языка, культуры и литературы XIX века. Герои сказок, их манера общения, характеры и судьбы – все это дает возможность комплексно познакомиться с немецкоязычной культурой.

В качестве учебного материала нами были использованы следующие сказки: «*Froschkönig oder der eiserne Heinrich*» ‘Король-лягушонок или Железный Генрих’, «*Schneewittchen*» ‘Белоснежка’, «*Das tapfere Schneiderlein*» ‘Храбрый Портняжка’, «*Hänsel und Gretel*» ‘Гензель и Гретель’, «*Der Wolf und die sieben Geißlein*» ‘Волк и семеро козлят’, «*Rotkäppchen*» ‘Красная шапочка’, «*Frau Holle*» ‘Госпожа Метелица’, «*Aschenputtel*» ‘Золушка’, «*Sterntaler*» ‘Звездные тайлеры’,

«Die Bremer Stadtmusikanten» ‘Бременские музыканты’, «König Drosselbart» ‘Король Дроздобород’ [1]. В ходе нашего исследования нами разработаны следующие упражнения:

*Упражнение 1. Verbinden Sie die Teile des Märchentitels. Составьте название сказки:*

1. Froschkönig	a. und Gretel
2. Frau	b. Drosselbart
3. Das tapfere	c. Stadtmusikanten
4. Der Wolf	d. und die sieben Geißlein
5. König	e. Holle
6. Die Bremer	f. Schneiderlein
7. Hänsel	g. oder der eiserne Heinrich

Lösungen (ответы): 1. g, 2. e, 3. f, 4. d, 5. b, 6. c, 7. a.

*Упражнение 2. Ordnen Sie das Märchen seinen Helden zu. Соедините сказку с ее героями:*

1. Froschkönig oder der eiserne Heinrich	a. Zwerge, Königin
2. Frau Holle	b. Wolf, Ziege
3. Das tapfere Schneiderlein	c. Fliegen, Riese, Schneider
4. Der Wolf und die sieben Geißlein	d. die alte Frau, Witwe, geliebte Tochter
5. Die Bremer Stadtmusikanten	e. Königstochter, Drosselbart
6. König Drosselbart	f. Esel, Hund
7. Rotkäppchen	g. Großmutter, Jäger
8. Aschenputtel	h. Holzhacker, Hexe
9. Schneewittchen	i. Frosch
10. Hänsel und Gretel	j. Witwe, zwei Töchter

Lösungen (ответы): 1. i, 2. d, 3. c, 4. b, 5. f, 6. e, 7. g, 8. j, 9. a, 10. h.

*Упражнение 3. Zu welchem Märchen gehören die folgenden Gegenstände? Ordnen Sie zu. К какой сказке относятся эти предметы? Соедините:*

1. Froschkönig oder der eiserne Heinrich	a. Spieglein
2. Schneewittchen	b. Korb mit Kuchen und Wein
3. Das tapfere Schneiderlein	c. goldene Kugel
4. Hänsel und Gretel	d. Gürtel „Sieben auf einen Streich“
5. Der Wolf und die sieben Geißlein	e. Federbett
6. Rotkäppchen	f. ein goldener Schuh
7. Frau Holle	g. Kieselsteine

8. Aschenputtel	h. Kreide
9. Sterntaler	i. Töpferwaren auf dem Markt
10. Die Bremer Stadtmusikanten	j. blanke Taler
11. König Drosselbart	k. klirrende Scheiben

Lösungen (ответы): 1. c, 2. a, 3. d, 4. g, 5. h, 6. b, 7. e, 8. f, 9. j, 10. k, 11. i.

*Упражнение 4. Erraten Sie das Märchen nach ihrem Anfang. Отгадайте сказку по ее началу:*

a) Es war einmal mitten im Winter, und die Schneeflocken fielen wie Federn vom Himmel herab. Da saß eine Königin an einem Fenster, das einen Rahmen von schwarzem Ebenholz hatte, und nähte. Und wie sie so nähte und nach dem Schnee aufblickte, stach sie sich mit der Nadel in den Finger, und es fielen drei Tropfen Blut in den Schnee. Und weil das Rote im weißen Schnee so schön aussah, dachte sie bei sich: Hätt' ich ein Kind, so weiß wie Schnee, so rot wie Blut und so schwarz wie das Holz an dem Rahmen!

b) Vor einem großen Walde wohnte ein armer Holzhacker mit seiner Frau und seinen zwei Kindern. Er hatte wenig zu beißen und zu brechen, und einmal, als große Teuerung ins Land kam, konnte er das tägliche Brot nicht mehr schaffen.

c) Einem reichen Manne, dem wurde seine Frau krank, und als sie fühlte, dass ihr Ende herankam, rief sie ihr einziges Töchterlein zu sich ans Bett und sprach: "Liebes Kind, bleibe fromm und gut, so wird dir der liebe Gott immer beistehen, und ich will vom Himmel auf dich herabblicken, und will um dich sein." Darauf tat sie die Augen zu und verschied.

d) Es war einmal ein kleines süßes Mädchen, das hatte jedermann lieb, der sie nur ansah, am allerliebsten aber ihre Großmutter, die wusste gar nicht, was sie alles dem Kinde geben sollte.

e) Eine Witwe hatte zwei Töchter, davon war die eine schön und fleißig, die andere häßlich und faul. Sie hatte aber die häßliche und faule, weil sie ihre rechte Tochter war, viel lieber, und die andere mußte alle Arbeit tun.

Lösungen (ответы): a) Schneewittchen, b) Hänsel und Gretel, c) Aschenputtel, d) Rotkäppchen, e) Frau Holle.

*Упражнение 5. Bestimmen Sie, aus welchem Märchen diese Worte stammen. Определите, к какой сказке относятся эти реплики:*

a) „Was rumpelt und pumpelt / In meinem Bauch herum? / Ich meinte, es wären sechs Geißlein, / Doch sind's lauter Wackerstein“.

b) „Es hilft dir alles nichts: du kommst nicht mit, denn du hast keine Kleider und kannst nicht tanzen; wir müssten uns deiner schämen“.



c) „Bleibt nur da sitzen, ihr Kinder, und wenn ihr müde seid, könnt ihr ein wenig schlafen. Wir gehen in den Wald und hauen Holz, und abends, wenn wir fertig sind, kommen wir und holen euch ab“.

d) „Ach, in dem Haus sitzt eine gräuliche Hexe, die hat mich angehaucht und mit ihren langen Fingern mir das Gesicht zerkratzt. Und vor der Tür steht ein Mann mit einem Messer, der hat mich ins Bein gestochen. Und auf dem Hof liegt ein schwarzes Ungetüm, das hat mit einer Holzkeule auf mich losgeschlagen. Und oben auf dem Dache, da sitzt der Richter, der rief: 'Bringt mir den Schelm her!' Da machte ich, daß ich fortkam“.

e) „Die Arbeit ist getan, ich habe beiden den Garaus gemacht; aber hart ist es hergegangen, sie haben in der Not Bäume ausgerissen und sich gewehrt, doch das hilft alles nichts, wenn einer kommt wie ich, der siebene auf einen Streich schlägt“.

f) „Königstochter, jüngste, / Mach mir auf, / Weißt du nicht, was gestern / Du zu mir gesagt / Bei dem kühlen Wasserbrunnen? / Königstochter, jüngste, / Mach mir auf!“

Lösungen (ответы): a) Der Wolf und die sieben jungen Geißlein, b) Aschenputtel, c) Hänsel und Gretel, d) Die Bremer Stadtmusikanten, e) Das tapfere Schneiderlein, f) Froschkönig oder der eiserne Heinrich.

*Упражнение 6. Erraten Sie das Märchen nach seinem Plan. Отгадайте сказку по ее плану:*

a) Die Prinzessin mag ihre Verlobten nicht. → Verlobung mit einem Bettler. → Es ist kein leichtes Leben in Armut. → Hochzeit mit dem König.

b) Zwei Töchter. → Fallende Spindel in den Brunnen. → Der Weg zum Haus der alten Frau. → Hilfe. → Belohnung für Arbeit und Heimkehr. → Der Versuch eines faulen Mädchens, eine Belohnung von einer alten Dame zu bekommen. → Die Rückkehr von schmutziger Jungfrau.

c) Die Waise in einem Kleid und mit einer Scheibe Brot. → Hilfe für den hungrigen, armen Mann. → Hilfe für ein gefrorenes Kind. → Sternfall und glänzende Münzen als Belohnung für die Freundlichkeit.

Lösungen (ответы): a) König Drosselbart, b) Frau Holle, c) Sterntaler.

*Упражнение 7. Beantworten Sie die Fragen. Ответьте на вопросы:*

a) Die Heldin dieses Märchens lehnte alle ihre Verlobten ab und gab ihnen lustige Spitznamen. Welches Märchen ist es?

b) Welche vier Freunde hatten keine Angst, mit den Räubern zu kämpfen und sie aus dem Wald zu vertreiben?

c) In welchem Märchen fallen Schneeflocken vom Ausschütteln des Bettes auf den Boden?

- d) Warum waren die „Bremer Musiker“ obdachlos?  
e) In welchem Märchen wurde eine der Heldinnen wegen ihrer Faulheit mit Harz verschmutzt?

f) Warum gab König Drosselbart der Prinzessin komplexe Aufgaben?

Lösungen (ответы): a) König Drosselbart, b) Esel, Hund, Hahn und Katze, c) Frau Holle, d) Sie waren alt und konnten nicht mehr arbeiten, e) Frau Holle, f) Das alles war geschehen, um den Stolz der Prinzessin zu beugen und sie für ihren Hochmut zu strafen.

Важность сказок Братьев Гримм в образовательном процессе заключается в их занимательности. Эти сказки – не просто литературный материал, но и кладезь знаний о менталитете и культуре немецкого народа. Уроки с использованием данного жанра объединены общим нетипичным способом проведения самого занятия, что делает лексику иностранного языка и сами сказки, как источник знаний о народе и культуре страны, в которой они были созданы, еще более запоминающимися. Кроме того, занятие с использованием сказок развивает такие важные аспекты, как речь, творческое и логическое мышления и воображение, память и внимание, пространственное воображение, коммуникативные качества, расширяет кругозор и безусловно мотивирует к изучению языка. Такие занятия проводятся в виде игры, новый материал вводится в нескучной форме с использованием различных упражнений и творческих игровых заданий.

Таким образом, сказки братьев Гримм – это богатый материал для изучения немецкого языка и культуры Германии. Являясь продуктом устного народного творчества, они вобрали в себя многовековую историю, менталитет и национальный колорит страны, они обладают неисчерпаемым потенциалом для обучения немецкому языку

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Jakob Grimm. Wilhelm Grimm. Die schönsten Märchen der Brüder Grimm. – Diogenes Verlag – Zürich, 2005. – 168 S.

**А.В. ДЕНИСОВА**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Г.В. Нестерчук

## **МОТИВАЦИЯ КАК ОСНОВНОЙ ЭЛЕМЕНТ УЧЕБНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Мотивация к обучению иностранного языка играет важную роль. В методике преподавания особо подчеркивается необходимость усиления мотивационных аспектов при изучении языка и считается, что чем выше мотивация обучающихся, тем плодотворнее обучение. Методисты придерживаются позиции, что мотивацию питает и поддерживает осязаемый, реальный, этапный и конечный успех. Если не наблюдать успеха, то мотивация угасает, что приводит к негативным последствиям в учебной деятельности. Преподавателю необходимо владеть различными способами и приёмами её формирования, постоянно искать новые подходы в обучении иностранному языку, находить методы, которые помогли бы активизировать мыслительную деятельность учащихся, сделать учебный процесс более интересным, но в то же время качественным.

Принято различать две группы мотивации: внутреннюю и внешнюю. Внутренняя мотивация определяет деятельность, выполняемую ради нее самой, без ожидания внешних вознаграждений и из чувства чистого удовлетворения, которое она обеспечивает. Правильный уровень сложности в сочетании с соответствующими навыками, чувством контроля, любопытством и фантазией – есть некоторые ключевые факторы, которые могут вызвать внутреннюю мотивацию, а в сочетании с силой воли и позитивным отношением эти элементы могут помочь поддерживать ее в течение долгого времени. Некоторые исследования показывают, что внутренняя мотивация и учебные достижения имеют значительную и положительную связь. Не подлежит сомнению тот факт, что именно внутренняя мотивация может побуждать учащихся учиться без какого-либо внешнего давления или принуждения и без ожиданий вознаграждения.

Внешняя мотивация, напротив, описывает учебную деятельность учащихся, в которой они ожидают вознаграждения, будь то в форме хороших оценок или признания, или из-за принуждения и страха наказания. Конечная цель процесса обучения состоит в том, чтобы превратить внешнюю мотивацию во внутреннюю, которая будет способствовать участию учащихся в образовательной деятельности

для овладения навыками и знаниями. Тем не менее, оба типа мотивации имеют свое место в процессе обучения. В то время как внутренняя мотивация может привести к более высокому уровню самомотивации, внешняя мотивация часто обеспечивает тот первоначальный импульс, который вовлекает учащихся в деятельность и может помочь поддерживать мотивацию на протяжении всего процесса обучения.

Нелегко научить учащихся быть высоко мотивированными, справляться с трудностями, понимать процесс и уметь применять свои новые знания в реальных жизненных обстоятельствах. Формирование мотивации – это не «перекладывание» учителем в голову ребенка готовых, извне задаваемых мотивов и целей учения, а создание таких условий, при которых возникнут внутренние мотивы (цели, эмоции) для обучения; осознание их учеником и дальнейшее саморазвитие. При этом педагог не выступает простым наблюдателем за тем, как развивается мотивационная сфера детей, а активизирует ее развитие системой психологически продуманных приемов. Формированию мотивации способствуют следующие факторы:

- общая атмосфера позитивного отношения к учебе и знаниям;
- включение учащихся в совместную учебную деятельность в коллективе учебной группы (через работу в парах, групповые, командные формы работы);
- выстраивание отношений «учитель-ученик» не на основе типа вторжения, а на основе советов, создавая успешные ситуации и используя различные методы стимулирования;
- интересная и необычная презентация нового материала;
- яркая, грамотная речь;
- создание проблемных ситуаций и их совместное и независимое решение;
- построение изучения материала на основе жизненных ситуаций, опыта педагога и самих обучаемых;
- развитие самостоятельности и самоконтроля учащихся в учебной деятельности [1].

Некоторые исследования показывают, что для развития полноценной мотивации к учебной деятельности по иностранному языку необходимо учитывать пять типов мотивации:

- 1) мотивация цели направлена на желание действовать и достигнуть цель;
- 2) мотивация успеха зависит от проявленного интереса учениками к изучаемому предмету;

3) страноведческая мотивация отражает личностно-эмоциональное отношение к стране и народу изучаемого языка;

4) эстетическая мотивация способствует наслаждению изучением иностранного языка;

5) инструментальная мотивация предусматривает характер учащихся и предоставляет им возможность проявить себя в любимом виде деятельности [2, с. 95].

С целью формирования и развития указанной выше мотивации используются:

- лично-ориентированный подход в обучении;
- нетрадиционные занятия и внеклассные мероприятия по иностранному языку;
- школьные, районные и областные олимпиады;
- современные информационные технологии, которые углубляют знания учебного материала и т. д. [3]

Не подлежит сомнению тот факт, что только умелый подход учителя к процессу преподавания, знание своих учащихся, могут помочь ученику не потерять мотивацию к учебе, и в конечном итоге прийти к положительному результату.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маркова, А.К. Формирование мотивации учения: Книга для учителя / А.К. Маркова. – М. : Просвещение, 1990. – 420 с.

2. Зимняя, И. И. Психология обучения иностранным языкам в школе / И.И. Зимняя. – М. : Просвещение, 1991. – 222 с.

3. Васильева, М.М. Условия формирования мотивации при изучении иностранного языка / М.М. Васильева. – М. : Педагогика, 1988. – 131 с.

**С.Н. ДЯГЕЛЬ**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Л.Я. Дмитрачкова

## **МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИНТЕРПРЕТАЦИИ ИНОЯЗЫЧНОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО ТЕКСТА В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ**

Востребованность интерпретирования в гуманитарных дисциплинах (в первую очередь в литературоведении, лингвистике и лингводидактике) объясняется утвердившейся на рубеже веков антропоцентрической парадигмой современной филологии, которая вывела на первое место в исследованиях человека. Антропоцентрическая парадигма поставила новые задачи в исследовании языка и культуры, потребовала новых подходов при анализе их единиц и категорий. Так, ключевым для современной лингвистики стало представление о языке как о продукте культуры, ее важной составной части и условии существования. Как следствие в современной лингводидактике сформировалась такая лингвометодическая модель обучения иностранным языкам, которая рассматривает язык как культурный код нации, а не просто орудие коммуникации. Введение культуры изучаемого языка в содержание обучения потребовало расширения его предметной стороны, в связи с чем произошло усиление внимания к художественному тексту как к особому культурно-языковому феномену. Быстрое распространение теории «языковой личности», новации когнитивистики, множество работ по герменевтике и рецептивной эстетике потребовали новых подходов к использованию художественных текстов в практике обучения иностранным языкам, что привело к смещению фокуса методических исследований в сторону такого сложного вида деятельности как интерпретация иноязычного художественного текста.

Следует отметить, что в отечественной практике преподавания иностранных языков потенциал иноязычных художественных текстов широко используется в разных целях: для развития коммуникативной компетенции, для обучения видам речевой деятельности, для формирования лингвострановедческой компетенции и развития умений самостоятельного чтения и анализа художественного текста и др. Собственно к интерпретации художественного текста студенты приходят уже на старших курсах, когда они обладают достаточной

языковой и коммуникативной компетенцией. Но если методологии интерпретации текста в литературоведении и в лингвистике являются детально разработанными (в конце XX века в филологии возникло целое направление – интерпретационизм), то в методике обучения иностранному языку на языковых факультетах интерпретация иноязычного художественного текста еще не получила достаточного теоретического обоснования. Так, не определено методическое содержание данного вида речемыслительной деятельности, нет исчерпывающего описания соответствующих компетенций по интерпретации иноязычного художественного текста с перечнем необходимых знаний и умений, отсутствует описание уровней сформированности данной компетенции, недостаточно представлены технологии обучения интерпретации художественных текстов [1, с. 50]. Процесс интерпретации часто сводится к анализу языковых явлений и стилистических средств, игнорируется аксиологический аспект текста, равно как и ценностные ориентации автора как выразителя современной ему эпохи.

Поскольку любая интерпретация основывается на чтении как рецептивном виде речевой деятельности, отдельные ее аспекты рассматриваются в рамках методики обучения чтению на иностранном языке (А. Н. Щукин, Н. Д. Гальскова, Е. И. Пассов). Однако отечественная методика обучения чтению недостаточно учитывает специфику иноязычных художественных текстов, особенности их восприятия и понимания читателем-инофоном, как следствие отсутствуют обобщающие методические работы, которые изучали бы особенности обучения чтению художественных иноязычных текстов. Зарубежные (в частности немецкие) методисты обратили свое внимание на художественный текст в аспекте его восприятия представителями иноязычной культуры в связи с развитием идей рецептивной эстетики и герменевтики (приблизительно с 1975 г.) и интеркультурной германистики (с 1985 г.). В ряде работ немецких исследователей осмысливается культуроведческий потенциал художественных текстов в практике обучения немецкому языку как иностранному, рассматриваются вопросы понимания художественного текста реципиентом-инофоном (S. Ehlers – 1992, 1994; Н. Hunfeld – 1993; G. Westhoff – 1997; M. Bischof, W. Kessling, R. Krechel – 1999).

В последние годы появились диссертационные исследования, посвященные методике обучения интерпретации художественного текста в языковом вузе. Интерпретация художественного текста

рассматривается в них как способ формирования различных компетенций: межкультурной (А. В. Ушачева – 1997, Е. В. Малькова – 2000, И. В. Третьякова – 2005), лингвокультурологической (Л. М. Вырыпаева – 1999), культурно-страноведческой (И. Б. Смирнов – 1999). В ряде диссертационных работ рассматриваются проблемы восприятия и понимания иноязычного художественного текста (Д. А. Яндыганова – 2000, Т. А. Дакукина – 2004, Е. Ю. Фортунатова – 2004).

Остановимся подробнее на концептуальных подходах, определяющих основные направления методических исследований в области интерпретации инокультурного текста. В основе большинства из них лежит новая концепция, декларирующая необходимость познания и понимания культуры под углом зрения языковой личности – культурологический подход. Этот подход основывается на исследовании взаимоотношений культуры (и языка как ее составляющей) и сознания (внутреннего мира) человека, носителя этой культуры, несущего в себе особенности национального мышления, ценностных ориентиров, художественной логики своего лингвокультурного сообщества. При таком подходе культура трактуется как ментально-психологический феномен, отражающий этническое сознание, художественный текст – как артефакт культуры, а интерпретация текста – как процесс познания культуры [2].

Культурологический подход как глобальное культурно-ориентированное направление включает в себя лингвокультурологический (В. В. Воробьев, В. А. Маслова, Н. Л. Мишатица), межкультурный (Н. В. Филиппова, В. П. Фурманова, С. Г. Тер-Минасова, Г. В. Елизарова, И. И. Халеева), социокультурный (Ю. Е. Прохоров, В. В. Сафонова) и др. подходы. Применительно к интерпретации иноязычного художественного текста каждый из этих подходов имеет свои особенности. Так, объектом лингвокультурологической интерпретации является культурологическая информация, представленная в тексте в виде лингвокультурем (лингвокультурных концептов); объектом интерпретации при социокультурном подходе являются национальные социокультурные стереотипы речевого общения; межкультурный подход рассматривает интерпретацию иноязычного художественного текста в контексте диалога культур. Очевидно, при всех различиях в принципах, целях и технологиях, суть у них идентична: процедура интерпретации рассматривается как основной компонент трансляции культуры, основное внимание в ней уделяется



раскрытию национально-специфических компонентов единиц художественного произведения.

Особое значение приобрел в настоящее время межкультурный подход, представляющий собой современную парадигму иноязычного образования в высшей школе. Ключевым концептом данного подхода является межкультурная коммуникация, которая трактуется как процесс общения (вербального и невербального) между коммуникантами, являющимися носителями разных культур и языков. Причем речь о полноценной межкультурной коммуникации можно вести лишь тогда, когда партнеры по общению осознают разность лингвокультур и их чужеродность, но пытаются учесть иной языковой код, иные обычаи и традиции, иные нормы социального поведения. По мнению И. И. Халеевой культурная системность познается в моменты выхода за границы системы [3]. Если этого не происходит, акт межкультурного взаимодействия может не состояться. Именно по этой причине умения межкультурного взаимодействия должны формироваться специально. В связи с этим «чрезвычайно сложной проблемой для теории и практики обучения иностранному языку становится вычленение в методических целях неких единиц когнитивного уровня» [3, с. 67], отражающих «фоновые знания» иносоциума. Ибо в процессе обучения предстоит построение «в когнитивной системе обучаемого знаний, которые соотносились бы со знанием о мире представителя иной социокультурной общности» [3, с. 162]. Межкультурный подход к пониманию и интерпретации текста рассматривает эти процессы как воссоздание некой ситуативной модели, которая, с одной стороны, базируется на определенном фундаменте фоновых знаний об иноязычной культуре, с другой стороны опирается на существующую в сознании читателя картину мира. Таким образом и происходит сравнение культур в процессе восприятия инокультурного текста. Следовательно, чтобы обеспечить овладение обучающимися определенной суммой знаний о мире, следует выйти на когнитивный (тезаурусный) уровень языковой личности: научить студента понимать носителя иного языкового образа мира, развивая умения распознавать мотивы и установки личности, принадлежащей иной культурной общности, где действует иная система ценностей, норм и оценок.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Макарова, Е. В. Анализ и интерпретация иноязычного

художественного текста на языковом факультете как методическая проблема / Е.В. Макарова // Педагогическое образование в России. – 2015. – № 10.– С. 50–53.

2. Фортунатова, Е. Ю. Культурологический подход к формированию умений восприятия художественных текстов при обучении русскому языку как иностранному : автореф. дис. ... канд. пед. наук. : 13.00.02. / Е. Ю. Фортунатова; Санкт-Петерб. гос. ун-т. – Санкт-Петербург. – 2004.

3. Халеева, И. И. Основы теории обучения пониманию иноязычной речи (подготовка переводчиков): моногр. / И. И. Халеева. – М.: Высш. школа, 1989. – 238 с.

**К.В. ЗАНКЕВИЧ**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Г.В. Нестерчук

## **ИГРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО ПОВЫШЕНИЯ МОТИВАЦИИ ПРИ ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ**

На сегодняшний день одной из современных и существенных проблем методики обучения иностранному языку является вопрос заинтересованности учащихся в процессе обучения. Как показывает практика и многочисленные исследования, очень немногие обучающиеся занимаются в полную меру своих возможностей и способностей, им необходим некоторый стимул или мотивация для достижения определенных результатов.

Мотивация – это процесс превращения нужд и потребностей в мотивы, причины и рычаги, побуждающие к действию. Мотивация – это внешний фактор, который стимулирует мозговую активность человека для решения конкретных задач и играет ключевую роль в нашем обучении. Согласно результатам исследований, мотивация имеет большее влияние на производительность в обучении, чем уровень IQ, что делает ее одной из главных проблем отечественной и зарубежной педагогики.

Поскольку в течение последних лет значительно возрос интерес к изучению английского языка не только в школе, но и в высшем учебном заведении, то, естественно, возникают вопросы к проблеме его изучения и овладения. На данный момент наиболее важной задачей для учителя иностранного языка является использование на уроках современных образовательных технологий, повышающих мотивацию при изучении любого иностранного языка.

Игровые технологии являются одной из уникальных форм обучения, которые помогают сделать увлекательной и занимательной деятельность учащихся на любом этапе обучения вплоть до творческо-поискового. Игры существенно влияют на обучающихся, эмоционально скрашивая их монотонную деятельность по усвоению, воспроизведению и закреплению информации, одновременно осуществляя активизацию всех психических процессов и функций ученика.

Игра создает эмоциональный фон, который важен для возникновения положительного отношения к самому педагогическому процессу, учителю и его задачам. В игре ребенок преодолевает трудности, с удовольствием выполняя требования и правила, то есть

обучающийся мотивирован к учебе и познавательной деятельности. Кроме того, использование игровых технологий на уроках иностранного языка способствует речевому взаимодействию учащихся и является стимулом для дальнейшего изучения иностранного языка. В игровых ситуациях дети запоминают вдвое больше слов, чем при обычном сценарии запоминания.

Само понятие «обучающие игровые технологии» включает достаточно существенный набор методов и приемов организации учебного процесса в виде различных обучающих игр. В отличие от игр в целом, образовательная игра имеет одну важную особенность, а именно, четко поставленную цель обучения, соответствующую образовательным результатам, которые, в свою очередь, могут быть продемонстрированы в явной форме и характеризуются когнитивной направленностью.

Место и роль игровой технологии в образовательном процессе, сочетание игровых и обучающих элементов, в большинстве своём зависит от понимания учителем функций игровой технологии, которые включают:

- *развлекательную*, связанную с навыком организовать культурное пространство для развлечения учащегося, где он переходит от игры к развитию;
- *коммуникативную*, ведь игра – это коммуникативная деятельность, позволяющая ребенку войти в реальную ситуацию человеческого общения;
- *функцию самореализации* в игре, позволяющую, с одной стороны, построить и опробовать проект по устранению конкретных жизненных трудностей в педагогической практике, с другой – выявить пробелы, имеющиеся у обучающихся;
- *терапевтическую*, так как игра используется как средство преодоления различных трудностей, возникающих у учеников в ходе общения, в поведении и, конечно же, в самом обучении;
- *диагностическую*, поскольку игра предоставляет возможность педагогу диагностировать различные проявления ученика (интеллектуальные, творческие, эмоциональные и др.);
- *коррекционную*, в связи с тем, что в игре процесс внесения изменений в личностную структуру ученика происходит естественно, если все учащиеся запомнили правила и сюжет игры, если каждый участник игры хорошо осознаёт не только свою роль, но и роли своих товарищей, и если процесс и цель игры их объединяют;

- функцию *межнациональной коммуникации*, так как игра способствует усвоению учеником общечеловеческих ценностей, культуры представителей всевозможных национальностей;

- функцию *социализации*, которая является одной из основных функций игры, так как игра – один из лучших способов включения ученика в систему общественных отношений. Социокультурное назначение игры может означать единство усвоения человеком богатства культуры, способов воспитания и формирования его как личности, позволяющей функционировать в качестве полноправного члена коллектива и общества.

Игры на уроках иностранного языка являются ценными и важными упражнениями при обучении, так как они не только приближают процесс активизации лексического и грамматического материала к условиям реального общения, но и способствуют развитию личностного творческого потенциала обучающихся. Ниже следуют примеры таких игр.

«*Объяснение событий*» – игра, которая направлена на активизацию логического мышления учащихся. Для проведения игры учащиеся делятся на группы, и каждой группе предлагаются описания удивительных и запутанных историй, и каждая группа должна придумать логическое объяснение событиям. Победителем является та группа, которая быстрее всех предложит логическое объяснение всем фактам, описанным в истории [1, с. 46].

Игра «*Комбинирование версий в рассказ*» направлена на общение и активизацию логического мышления. Ученикам предлагается несколько версий одной истории или рассказа, при этом ни одна из них не является полностью достоверной. Они должны составить правильную версию, комбинируя предложенные варианты [2, с. 548].

«*Тик-так Бум*» активизирует знания лексики. В этой игре предлагаются карточки с напечатанными слогами (например, *-lay-*, *-si-*, *-doc*) и игроки по очереди называют слова, в которых содержится данный слог. Когда игрок называет слова, включается бомбочка-таймер, которая заводится нажатием на красную кнопку и издает условный сигнал. Тот ученик у кого произошел взрыв бомбочки, забирает карточку. Выигрывает тот, у которого к концу игры набралось наименьшее количество карточек [3, с. 33].

Следовательно, игровые технологии на уроках английского языка не только способствуют повышению мотивации учащихся к изучаемому предмету, но и развивают у учащихся умение самостоятельно принимать решения, расширяют их кругозор,

формируют личностную ответственность за процесс и результат обучения. При использовании игр у учеников активизируются все познавательные процессы, такие как запоминание, воображение, мышление и способность к творческому мышлению, закрепление новых лексических и грамматических единиц, необходимых для формирования навыков и умений иноязычной речевой деятельности.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Коньшева, А.В. Английский язык. Современные методы обучения / А.В. Коньшева. – Минск : Вышэйшая школа, 2007. – 352 с.
2. Ахраменко, Е.В. Коммуникативные игры на уроке иностранного языка / Е.В. Ахраменко // Молодой ученый. – 2020. – № 20 (310). – С. 548–550.
3. Иванцова, Т.Ю. Игры на английском языке / Т.Ю. Иванцова // ИЯШ. – 2008. – № 4. – С. 31–33.

**Е.С. КОЛЯДИЧ**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина  
Научный руководитель: Н.В. Иванюк

## **КОММУНИКАТИВНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

На пороге нового века значительно изменился социокультурный контекст изучения иностранных языков. Содержание современного образования в средних и высших образовательных учреждениях определяется коммуникативными целями и задачами на всех этапах обучения, где обучение направлено на развитие коммуникативной культуры и социокультурной образованности, позволяющей быть равными партнерами межкультурного общения на иностранном языке в различных сферах.

Речь идет о формировании иноязычной коммуникативной компетенции, то есть способности и готовности осуществлять как непосредственное общение (говорение, понимание речи на слух), так и опосредованное (чтение и понимание иноязычных текстов, письмо) на иностранном языке.

Коммуникативно-ориентированный подход в обучении иностранному языку появился как закономерное явление, вызванное и обусловленное определенными изменениями в социальной среде. Возникновение данного подхода связано с экономическими преобразованиями XX века, в результате которых в мире появилась необходимость и потребность в универсальном языке, который служил бы инструментом общения. Речь идет об иностранном языке, который стал тогда востребованным. Это было одной из предпосылок возникновения коммуникативно-ориентированного подхода в обучении иностранному языку. Так, основной причиной становления подхода стало образование Европейского экономического сообщества с изучением иностранного языка для профессиональных и бытовых целей [1, с. 154].

Коммуникативно-ориентированный подход предполагает ориентацию на коммуникативные цели обучения, что предопределяет общий методический подход к обучению, и, соответственно, отражается на всем содержании обучения иностранному языку. Данный подход характеризуется принципом коммуникативной направленности учебного процесса [2, с. 9]. Для реализации принципа коммуникативности в процессе обучения иностранному языку

необходимо уподобить процесс обучения процессу реальной коммуникации, а именно ставить перед учащимися реальные задачи общения с целью включения обучающихся в коммуникацию на изучаемом иностранном языке.

Цель коммуникативно-ориентированного подхода заключается в овладении учащимися языком как средством общения, т.е. передачей и сообщением информации познавательного и аффективно-оценочного характера, обменом знаниями, навыками и умениями в процессе речевого взаимодействия двух или более людей [3, с. 9]. Так, учащиеся должны владеть лексическими, фонетическими, грамматическими средствами, что направлено на практическое использование их в речевой деятельности в соответствии с указанными целями.

Коммуникативно-ориентированный подход подразумевает также изменение роли педагога в процессе обучения иностранному языку. При данном подходе педагог выступает в качестве помощника, советчика, уделяя особое внимание на уроке именно групповому обучению, так как основная задача заключается в том, чтобы учащиеся научились работать сообща: слушать одноклассников, вести беседы и дискуссии в группе, работать над проектами вместе с другими участниками группы.

Таким образом, на сегодняшний день коммуникативно-ориентированный подход является основным и наиболее эффективным методом в преподавании иностранных языков. Он нацелен, прежде всего, на формирование у обучающихся коммуникативной компетенции. Реализуется коммуникативно-ориентированный подход в ряде основных принципов: ситуативности, новизны, функциональности, речевой направленности, индивидуализации. Умелое использование данных принципов на занятиях способствует более успешному овладению учащимися навыками иноязычного общения и делает процесс обучения в целом более эффективным.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Richards, J.C. Approaches and Methods in Language Teaching / J.C. Richards, T.S. Rodgers. – N.Y. : Cambridge University Press, 2001. – 278 p.
2. Курбанова, П.Г. Методика коммуникативно-ориентированного обучения грамматике английского языка в неязыковом вузе : автореф.



дис. ... канд. пед. наук : 13.00.02 / П.Г. Курбанова ; Даг. гос. пед. ун-т. – Махачкала, 2007. – 26 с.

3. Соловова, Е.Н. Программа основного общего образования по английскому языку / Е.Н. Соловова. – М. : АСТ: Астрель : Хранитель, 2007. – 47 с.

**М.И. КОСТЮК**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Г.В. Нестерчук

## **ПОТЕНЦИАЛ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК» В ФОРМИРОВАНИИ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ УЧАЩИХСЯ**

Владение иностранными языками помогает человеку проникнуть в культуру других народов, знакомя с особенностями жизни и быта страны, духовным наследием и вкладом в мировую культуру. В связи с этим большое значение имеют вопросы содержания обучения и используемых методов. В процессе формирования межкультурной компетенции иностранный язык может выступать как объект для сравнения с родным языком и культурой. Соприкасаясь с чужой культуры на уроках иностранного языка, обучаемые учатся анализировать, что способствует лучшему пониманию своей культуры, расширению общего кругозора, а также развитию межкультурной компетенции.

Межкультурной компетенцией называется способность к эффективному общению с представителями иноязычных культур, умение правильно использовать вербальные и невербальные средства, владение фоновыми знаниями, моделями поведения, ценностными установками, понимание психологической и социальной идентичности [1, с. 14]. Показателями сформированности межкультурной компетенции являются:

- ✓ знания культурных ценностей, фактов о культуре изучаемого языка, норм общения;
- ✓ умения и навыки интерпретации культурных фактов, критической оценки, усвоения новых знаний;
- ✓ такие личностные качества, как толерантность, отказ от предубеждений, открытость, любознательность;
- ✓ стратегии, направленные на принятие факта равнозначности культур, преодоление этноцентризма, адаптивность к новым ситуациям и достижение результата [2].

Очевидно, что для формирования межкультурной компетенции недостаточно одного лишь положительного отношения к изучаемой культуре. Для этого необходим непосредственный контакт с культурой и представителями этой культуры. Потенциал дисциплины «Иностранный язык» заключается именно в содержании

используемого учебного материала и от учителя требуется тщательная работа по его отбору для формирования представлений о культуре страны изучаемого языка.

Основными критериями при отборе учебных текстов для формирования межкультурной компетенции являются:

- 1) соответствие материалов определенной установленной тематике;
- 2) наличие национально-культурного компонента;
- 3) соответствие возрасту и интересам учащихся;
- 4) доступность языка;
- 5) новизна и актуальность.

Можно с уверенностью сказать, что правильно подобранные аутентичные тексты не только иллюстрируют функционирование языка в форме, принятой его носителями, они насыщены безэквивалентной и фоновой лексикой, что представляет интерес с точки зрения заложенной в них национально-культурной информации, которая может служить содержательной основой для развития умений выявлять, сопоставлять и интерпретировать сходства и различия родной и изучаемой культур в целях формирования и развития межкультурной компетенции. Содержательный план используемых текстов, а вместе с тем и культурной среды в целом, значительно повышается за счет применения мультимедийной наглядности, с помощью которой воссоздается социокультурная и языковая действительность. Использование видеозаписей делает возможным осмысление и усвоение невербальных средств общения.

Учебный предмет «Иностранный язык» в школьной программе дает возможность для использования активных групповых и парных форм работы, которые способствуют формированию знаний, навыков и умений, являющихся показателями сформированности межкультурной компетенции. Это такие формы работы, как:

1. *Учебные дискуссии* – для формирования межкультурной компетенции учащихся и их активного участия в дискуссии, необходимо выбирать интересные и актуальные страноведческие темы, например, «The Systems of Education in the UK and Belarus», «Traditions in the UK and Belarus» и т. д.

2. *Подготовка сообщений или презентаций* развивает не только познавательную деятельность, но и умения публичных выступлений, темами которых для формирования межкультурной компетенции учащихся могут быть «British Television Today», «Music and Art in the UK», «Famous British Women» и т. д.

3. *Ролевая игра* дает возможность, по мнению Е.И. Пассова, представить себя в различных ситуациях, смоделировать свое поведение в зависимости от взятой на себя роли, осуществить интегративное взаимодействие аудирования и говорения [2]. Формы проведения ролевых игр разнообразны, например, пресс-конференция, круглый стол, заочное путешествие, экскурсия, репортаж по тематическим ситуациям «British Tourists in Brest», «Entertainment of the Young in the UK and Belarus» и т. д.

Таким образом, дисциплина «Иностранный язык» обладает значительным педагогическим потенциалом для формирования межкультурной компетенции учащихся и определяет необходимость при осуществлении образовательного процесса:

- ✓ моделирования ситуаций общения, стимулирующих учащихся к решению коммуникативных задач;

- ✓ использования коммуникативно-ориентированных заданий на основе имитационного, игрового и свободного общения;

- ✓ овладения лексикой и грамматикой изучаемого языка на ситуативно обусловленной основе;

- ✓ активного вовлечения учащихся в процесс общения в качестве речевых партнеров;

- ✓ создания мотивационной потребности и готовности учащихся в восприятии и усвоении учебного материала в условиях, приближенных к реальному общению.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Синицина, Ю.А. Межкультурная коммуникативная компетенция : требования к уровню владения и некоторые пути ее формирования / Ю.А. Синицина // ИЯШ. – 2002 – №6. – С.14–21.

2. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : Учебное пособие для студентов, аспирантов и соискателей по специальности «Лингвистика и межкультурная коммуникация». – М. : Слово, 2000. – 261 с.

3. Пассов, Е.И. Коммуникативный метод обучения иноязычному говорению / Е.И. Пассов. – М. : Просвещение, 1991. – 224 с.

## **В.В. КОТКОВЕЦ**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: В.В. Авраменко

### **СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ КОМПОНЕНТ НЕМЕЦКИХ ПЕСЕН КАК СРЕДСТВО РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ**

Развитие социокультурной компетенции обучающихся является одной из главных составляющей развития иноязычной коммуникативной компетенции. Современные требования к организации обучения иностранному языку в школе делают актуальным поиск новых эффективных средств обучения. Используя песни как фонетическое, лексическое и грамматическое средство общения, не стоит забывать о том, что они, так же, как литература и фильмы, служат средством формирования данной компетенции, что в свою очередь является целью обучения межкультурному общению.

Щукин А.Н. характеризовал межкультурное общение следующим образом: «Это взаимодействие участников коммуникации, принадлежащих к разным культурным сообществам, с целью установления и взаимодействия в различных ситуациях речевой деятельности» [1, с. 123]. Целью обучения при этом является овладение:

1) знаниями о духовных и культурных традициях страны изучаемого языка, о менталитете людей, проживающих в данной стране, и об особенностях поведения при общении с носителями языка;

2) способами пользования приобретенными знаниями, умениями и навыками в различных ситуациях общения, учитывая при этом различия между родным и иностранным языком;

3) формирование открытости, терпимости и готовности к общению.

Песня – это особый вид текста, что является ценной помощью в изучении иностранного языка. С помощью песен передаются ценности, идеалы, история и характер культуры, обучающиеся непосредственно вступают в контакт с другой культурой, так как песни показывают, как говорят, поют, чувствуют, думают, и действуют в другой культуре, как люди относятся друг к другу.

Как социокультурное средство общения песню можно использовать на всех этапах обучения немецкому языку. Следует

только грамотно подобрать необходимый материал и корректно составить задания.

При выборе немецкоязычного материала следует учитывать некоторые моменты:

1) текст песни не должен быть примитивным по содержанию или бессмысленным, не должен пропагандировать жестокость, также насилие. Стоит помнить о том, что не вся имеющаяся информация, представленная в виде песенного текста, может быть полезной для использования ее на уроках немецкого языка. Все песни несут разную лингвострановедческую и культурологическую нагрузку. Одни можно использовать при изучении определенной темы, от применения других же следует воздержаться, так как они содержат лишь незначительные факты, что поспособствует формированию социокультурной компетенции. Кроме того, есть множество песен, которые являются значительным источником информации о культуре и истории страны или народа и дает богатую почву для дискуссий;

2) песни не должны быть слишком объемными;

3) по возможности у исполнителя должна быть хорошая дикция, он должен четко артикулировать текст;

4) песня должна соответствовать возрасту и интересам учащихся.

Однако текст – это далеко не все. Е.Н. Соловова считает, что песня должна иметь определенный ритм, хорошо «пропеваться». «Есть песни, которые надо слушать, но есть и песни, которые предназначены для того, чтобы под них двигались в определенном темпе и ритме, а смысл не так уж и важен. Песня в данном случае призвана просто создать определенную атмосферу, эффект сопричастности к единому действию» [2, с. 192]. Можно предложить обучающимся самостоятельно выбрать песни, затем следует определить их соответствие уровню языка обучающихся, найти методическую ценность песни и оценить, насколько они соответствуют учебному материалу. Если песенный материал подходит по данным критериям, то можно считать его полезным для обучения и начать разрабатывать систему упражнений, которые будут предложены обучающимся для работы.

Перед началом работы с песней следует активизировать знания, которые связаны с темой песни. Обучающимся предлагаются следующие формы работы: презентация и описание подходящих к песне иллюстраций или фото, демонстрация видеоклипа (если таковой имеется) к песне с выключенным звуком, сбор гипотез и фактов

относительно содержания текста, сказать несколько вступительных слов, например, о характере песни, ее стиле и история создания.

Как при обучении фонетическим и лексико-грамматическим средствам, методика работы с песенным материалом предполагает наличие последовательной работы с ним:

- 1) первичное прослушивание (обучающиеся знакомятся с мелодией, ритмом, стараются извлечь основную информацию);
- 2) совместное обсуждение прослушанного;
- 3) раздача обучающимся текста песен и проверка понимания содержания песни, контроль умения интерпретации;
- 4) повторное прослушивание песни, опора на текст;
- 5) разучивание мелодии в процессе совместного исполнения песни.

Хорошим примером выступает песня «Mein Berlin» von Reinhard Mey, в которой описываются важные события из послевоенной истории Берлина – окончание Второй мировой войны, блокада Западного Берлина, восстание рабочих в Восточном Берлине, строительство Берлинской стены, падение Берлинской стены. Обучающие имеют возможность окунуться в тот мир, который описан в песне, ощутить то, что чувствовали люди, проживающие в то время в Германии, узнать их ближе, даже узнать, о чем они думали.

На начальном этапе работы с материалом обучающимся задаются вопросы о событиях военного и послевоенного периодов в Германии, знают ли они о жизни людей того времени. Далее преподаватель может прочитать биографию исполнителя, возможно, несколько фактов о написании песни.

Далее обучающиеся прослушивают песню, при этом хорошо вслушиваясь в слова и запоминая как можно больше информации, реалий или названий. После прослушивания идет совместное обсуждение. Обучающиеся стараются как можно подробнее передать все то, что было сказано в тексте. Затем обучающимся раздается текст и предлагается перевести его, а потом ответить на вопросы, которые предполагают контроль понимания содержания текста, например: *Wovon ist die Rede in diesem Lied? Beschreibt die Atmosphäre, die in der Stadt herrscht.*

Выполнение следующего задания направлено на осуществление контроля понимания учащимися отдельных слов песни. Им предлагается прослушать песню еще раз и вставить в текст пропущенные слова (Lückentext).

На следующем этапе обучающимся предлагается соотнести каждый куплет песни с определенным периодом истории Германии: die Kriegszeit, die Nachkriegszeit, die Friedenszeit. И затем на основе текста данных куплетов им следует охарактеризовать каждый из данных периодов. Данное задание направлено на контроль умения интерпретировать информацию, предоставленную в песне. При этом преподаватель вводит дополнительную информацию, факты и реалии, которые дают возможность обучающимся лучше понять смысл иноязычного текста.

В завершение аудиозапись прослушивается еще один раз, при этом обучающиеся опираются на текст, стараясь запомнить слова и мотив. Следом проводится хоровая работа в виде совместного исполнения песни.

При соблюдении данной системы работы эффективность применения песенного материала на уроке немецкого языка для формирования социокультурной компетенции высока. Сама музыка создает благоприятную креативную атмосферу в классе. Обучающимся нравится данный тип работы, у них повышается мотивация и интерес к дальнейшему изучению языка. Песни отражают картину мира носителей языка, их тревоги и страхи, переживания, проблемы и радости, ценности, размышления, мнения, именно поэтому с помощью них обучающиеся могут глубже окунуться в чужую культуру.

При изучении иностранного языка важно не только владеть навыками письма, говорения или чтения, уметь воспринимать иноязычную речь на слух, но также необходимо знать и понимать культуру носителя изучаемого языка. Таким образом демонстрируется уважение к собеседнику, к его стране, обычаям и нации.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Щукин, А.Н. Методика обучению речевому общению на иностранном языке. Учебное пособие для преподавателей и студентов языковых вузов. [Текст]. / А.Н. Щукин. – М. : Издательство Икар, 2017. – 454 с.
2. Соловова, Е.Н. Методика обучения иностранным языкам. – М. : АСТ : Астрель, 2008. – 238 с.
3. Quast, U. Leichter lernen mit Musik. Theoretische Prämissen und Anwendungsbeispiele für Lehrende und Lernende / U. Quast. – Bern : Verlag Hans Huber, 2005. – 175 S.



4. Дорохова, Ю. Э. Статья на тему «Музыка в преподавании иностранного языка как средство реализации коммуникативно-деятельностного подхода» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <file:///C:/Users/Виктория/Desktop/Для%20учёбы/Курсовая%20работа/Музыка%20в%20преподавании.pdf>. – Дата доступа: 01.05.2021.

**Л.А. ЛАПУТЬКО**

Гродно, ГрГУ имени Янки Купалы

Научный руководитель: С.С. Масленникова

## **ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С КУЛИНАРНЫМ КОМПОНЕНТОМ ПРИ ОБУЧЕНИИ НЕМЕЦКОМУ И БЕЛОРУССКОМУ ЯЗЫКАМ**

Фразеологические единицы представляют собой особенно сложный аспект в изучении языков, в том числе фразеологизмы с кулинарным компонентом. Необходимо учитывать многозначность таких фразеологизмов, прежде всего обусловленную национально-культурной спецификой, и контекст, в котором они употребляются.

Изучение этой темы является наилучшим средством проникнуть в характер носителей языка и помогает определить национальные особенности народов, употребляющих в своей речи устойчивые выражения.

Актуальность нашего исследования обуславливает практически незатронутое исследование немецких и белорусских фразеологизмов с кулинарным компонентом.

С помощью «Немецко-русского фразеологического словаря» Л.Э. Биновича [1] были выявлены немецкие фразеологизмы с кулинарным компонентом. Как выяснилось, наиболее многочисленной группой оказалась группа фразеологических единиц, которые указывают на пищу, приёмы пищи, сам процесс (49 единиц).

Посредством фразеологического словаря И.Я Лепешева [2], [3] в белорусском языке в этой группе было выявлено и проанализировано 45 единиц.

В ходе нашего исследования были обнаружены полные эквиваленты: *etw. mit der Muttermilch einsaugen* – *уніваць* з малаком маці ‘впитать с молоком матери’; *sein eigen Brot essen* – *есці свой хлеб* ‘жить своим собственным трудом’; *Brüderschaft trinken* – *піць на брудэршафт* ‘дружить и обращаться друг к другу на «ты»’.

Второй по величине группой в немецком языке оказалась группа фразеологических единиц которой указывают на аппетит, голод, жажду. Нами обнаружено 20 таких фразеологизмов.

В белорусском языке выявлен лишь один фразеологизм, указывающий на голод и не имеющий эквивалента в немецком языке: *на галодны живот* ‘не поев’. Ни одного фразеологизма с

компонентами *apetýt* ‘аппетит’, *смага* ‘жажда’ в белорусском языке не выявлено.

Наше исследование показало, что в немецком и белорусском языках существует большое количество фразеологизмов с кулинарным компонентом, значительную часть которых составляют фразеологизмы, имеющие в своем составе общую кулинарную лексику.

Самое частое употребление общей лексики в составе немецких фразеологизмов в значении «пища, приёмы пищи, процесс приёма пищи» объясняется тем, что это является неотъемлемой частью нашей жизни и основой нашего существования.

Подобное изучение фразеологизмов по компонентам способствует осознанию культуры народа, его кулинарных традиций. Многие фразеологизмы связаны с взаимодействием человека с другими людьми и отношением к ним.

Такое значительное употребление этих фразеологизмов обусловлено национально-культурной спецификой немецких и белорусских фразеологизмов, историей народов, стереотипами, мировоззрением, что необходимо учитывать каждому изучающему немецкий и белорусский языки. Значение фразеологизмов может меняться также в зависимости от контекста, в котором они употребляются.

Нами были разработаны следующие упражнения на изучение и закрепление немецких и белорусских фразеологизмов с кулинарным компонентом:

1. Lesen Sie die deutschen Phraseologismen vor. Finden Sie ihre belorussischen Entsprechungen. Bestimmen Sie die vollständigen und unvollständigen Äquivalente (Прочитайте вслух немецкие фразеологизмы. Найдите их белорусские эквиваленты. Определите полные и частичные эквиваленты).

- |   |  |
|---|--|
| 1. <i>Brüderschaft trinken</i>                | a. <i>насіць ваду рэшатам</i>              |
| 2. <i>sich fühlen wie ein Fisch im Wasser</i> | b. <i>цягнуць ваду на сваё кола</i>        |
| 3. <i>Wasser in den Brunnen tragen</i>        | c. <i>пад чаркай</i>                       |
| 4. <i>kalter Kaffee</i>                       | d. <i>ліць ваду</i>                        |
| 5. <i>wie Milch und Blut aussehen</i>         | e. <i>піць на брудэршафт</i>               |
| 6. <i>etw. mit der Muttermilch einsaugen</i>  | f. <i>з хлеба на квас</i>                  |
| 7. <i>der Becher fließt über</i>              | g. <i>адчуваць сябе як рыба ў вадзе</i>    |
| 8. <i>durch den Kakao ziehen</i>              | <i>малочныя рэкі з кісельнымі берагамі</i> |
| 9. <i>ein Gläschen über den Durst trinken</i> | i. <i>кроў з малаком</i>                   |

10. er hat nicht viel in die **Milch** zu brocken      j. уніваць з **малаком** маці  
das Land, darinnen **Milch** und **Honig** fließt      k. варыць **ваду**  
12. alle **Wasser** auf seine Mühle leiten      l. **чаша** цярпення перапоўнілася

Lösung (ответы): 1e, 2g, 3a, 4d, 5i, 6j, 7l, 8k, 9c, 10f, 11h, 12b;  
vollständige Äquivalente (полные эквиваленты): 2g, 6j; unvollständige  
Äquivalente (частичные эквиваленты): 1e, 3a, 4d, 5i, 7l, 8k, 9c, 10f, 11h,  
12b.

2. Verbinden Sie zwei Teile des Satzes und finden Sie die festen  
Redewendungen mit der kulinarischen Komponente. Übersetzen Sie die  
Sätze. (Соедините две части предложения и найдите фразеологизмы с  
кулинарным компонентом. Переведите)

- . Er hat mir versprochen, heute zusammen ... . *wer den Brei gekocht hat,  
der mag ihn auch essen*  
. Mir gefällt es kategorisch nicht, wenn du ... . *ein Gläschen über den  
Man muss gesund essen! Durst getrunken.*  
. Du musst einen Job finden. Du kannst schon *liebt ... die guten Bissen.*  
nicht ... bei deinen Eltern ... .  
. Ich bin überzeugt, ... . Ich will gar nicht die *einen Bissen zu sich  
Probleme der Anderen lösen. nimmst.*  
. Aber du bist so ungeduldig! ... . *zu Abend zu essen*  
. Diese Soße riecht gut. Das hat mir... *das Gnadenbrot essen*  
. Er hat den ganzen Tag gearbeitet. Vielleicht *des Lebens Notdurft und  
... er ... . Nahrung zu erwerben*  
. Maria fühlt sich nicht so gut nach der *Appetit gemacht.*  
gestrigen Party. Ich glaube, sie hat ... .  
. Unser Gehalt ist so niedrig, dass wir in der *hat ... einen Bärenhunger*  
Lage sind, nur ...  
0. Obwohl sie schlank ist, ... . *erst abwarten, dann Tee  
trinken!*

Lösung (ответы): 1e, 2d, 3f, 4a, 5j, 6h, 7i, 8b, 9g, 10c.

3. Bilden Sie die Sätze mit den folgenden deutschen Phraseologismen.  
Finden Sie ihre belarussischen Äquivalente, wenn es möglich ist.  
(Составьте предложения со следующими немецкими  
фразеологизмами. Приведите, где это возможно, их белорусские  
эквиваленты)

1. *das benimmt mir den Appetit*; 2. *keinen Bissen gönnen*; 3. *ein harter  
Bissen*; 4. *sein eigen Brot essen*; 5. *wer den Brei gekocht hat, der mag ihn  
auch essen*; 6. *Hunger und Durst haben*; 7. *j-n am Hungertuch halten*; 8.  
*einen Imbis nehmen*; 9. *sein Henkersmahl halten* 10. *des Lebens Notdurft  
und Nahrung erwerben.*

Как показывает наше исследование, немецкий и белорусский языки обладают значительным количеством фразеологизмов с кулинарным компонентом. Данные устойчивые выражения обладают большим потенциалом при реализации образовательных целей обучения, знакомят с культурой народа-носителя данного языка, формируют интерес учащихся к изучению немецкого и белорусского языков. Их использование придает речи своеобразие, красноречивость и особую выразительность.

При выполнении разработанных нами упражнений учащиеся анализируют в своей речи фразеологизмы двух языков, сопоставляют их, находят эквиваленты, глубже проникают в особенности культуры народов.

С помощью упражнений подобного рода решаются также такие задачи, как обучение грамматике, закрепление лексического материала и отработка навыков произношения. Таким образом, обучающиеся интересно и многогранно овладевают немецким и белорусским языками.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бинович, Л.Э. Немецко-русский фразеологический словарь / сост. Л.Э. Бинович; под ред. С.И. Константиновой. – М. : Аквариум, 1995. – 768 с.

2. Лепешаў, І.Я. Фразеалагічны слоўнік беларускай мовы. У 2 т. Т 1. А-Л / І.Я. Лепешаў. – Мн: БелЭн, 1993. – 590 с.

3. Лепешаў, І.Я. Фразеалагічны слоўнік беларускай мовы. У 2 т. Т 2. М-Я / І.Я. Лепешаў. – Мн: БелЭн, 1993. – 607 с.

**А.Г. ЛЫСЕНКО**

Пинск, ПолесГУ

Научный руководитель: А.В. Панковец

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ**

В настоящее время иностранные языки играют большую роль в развитии будущей карьеры студента, его личностных качеств и способностей и, несомненно, в развитии межкультурной коммуникации. Потребность в высококвалифицированных специалистах с владением, как минимум, одним иностранным языком, всегда была и будет. Государству нужны люди, которые могут устанавливать деловые контакты с иностранными партнерами. В связи с этим, в последние годы заинтересованность в качественном изучении иностранных языков значительно возросла. ВУЗы, школы и гимназии стараются находить новые методы обучения, использовать современные технологии в обучении иностранным языкам.

Преобразование подачи информации на занятиях в более инновационную форму приведёт к активному педагогическому взаимодействию преподавателя и студентов, раскрытию самостоятельной познавательной деятельности студентов, их заинтересованности в изучении языка и его восприятию. Все инновационные методы обучения должны быть нацелены на развитие у студентов коммуникативных компетенций, быстрое усваивание информации, появление навыков для решения различных коммуникативных задач.

Современные педагогические технологии, такие как обучение в сотрудничестве, проектная методика, использование новых информационных технологий, Интернет-ресурсов, помогают реализовать лично-ориентированный подход в обучении, обеспечивают индивидуализацию и дифференциацию обучения с учетом способностей студентов, склонностей, их уровня обученности. В 21 веке интернет стал основным источником эффективности в изучении иностранных языков. Именно поэтому, методы, предполагающие использование стандартных учебников, многие студенты считают устаревшими. Тот факт, что в учебных заведениях следует применять новые технологии обучения языкам, очевиден. Введение новых подходов позволяет достичь результата совсем другого уровня языкового образования.

Новые методы должны включать в себя качественную подачу информации, использование информационных технологий во время учебного процесса, обеспечение студентов комплексом необходимых знаний, а также подготовку студентов к сознательному использованию иностранного языка в работе и дальнейшей жизни.

На данном этапе существует множество технологий в обучении иностранному языку: применение телекоммуникационных технологий, использование приложений, работа с компьютерными программами по иностранным языкам, дистанционные методы, использование различных сайтов на просторах интернета, применение тестовых технологий, создание презентаций в программе PowerPoint.

Формы и технологии, используемые для обучения английскому языку, реализуют компетентный и личностно-деятельностный подходы, которые в свою очередь, способствуют формированию и развитию:

а) поликультурной языковой личности, способной осуществлять продуктивное общение с носителями других культур; б) способностей студентов осуществлять различные виды деятельности, используя английский язык; в) когнитивных способностей студентов; г) их готовности к саморазвитию и самообразованию, а также способствуют повышению творческого потенциала личности к осуществлению своих профессиональных обязанностей.

Специфичность дисциплины «Иностранный язык» определяет надобность более широко применить новые образовательные технологии, наряду с классическими способами, направленными на формирование базовых навыков практической работы с внедрением большей частью фронтальных форм работы.

При обучении иностранному языку используются следующие технологии:

- Технология коммуникативного обучения основана на общении и ориентирована на развитие коммуникативной компетентности обучающихся.

- Технология разноуровневого (дифференцированного) обучения подразумевает реализацию познавательной деятельности учащихся, учитывая их личные возможности, способности и интересы, а также подбадривая их осуществлять собственные творческие возможности.

- Технология модульного обучения – предусматривает деление содержания дисциплины на довольно независимые сегменты (модули), встроенные в общий курс.

- Информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) расширяют границы образовательного процесса, увеличивая его практическую направленность, способствуют повышению познавательной активности и самостоятельной работы обучающихся. В рамках ИКТ выделяются 2 вида технологий:

- Технология использования компьютерных программ – дает возможность результативно дополнить процесс обучения языку на всех уровнях. Мультимедийные программы предназначены как для аудиторной, так и самостоятельной работы студентов и ориентированы на развитие грамматических и лексических навыков.

Неотъемлемой частью жизни людей являются не только компьютеры, но и мобильные телефоны. По мере технического прогресса мобильные устройства получают новые технические возможности. В связи с этим, на просторах интернета начало появляться большое количество приложений для изучения иностранных языков. Самые популярные из них:

#### 1. LinguaLeo

Секрет успеха этого приложения – игровая форма обучения и наличие огромного количества медиа-материалов (фильмы, книги, песни, музыкальные и образовательные видеоролики), с которыми вы можете работать в процессе обучения.

#### 2. Memrise

В приложении доступны более 90 языков. Популярность приложения в том, что здесь используется система интервальных повторений. Обучение выглядит не только бесконечным повторением слов и конструкций: в Memrise есть и аудирование, и подсказки по мнемотехнике.

#### 3. Duolingo

В основе работы Duolingo – также метод интервальных повторений. Постепенно пользователь знакомится с новым словом, затем – с примерами его использования.

- Интернет-технологии – предоставляют широкие возможности для поиска информации, передачи данных, разработки международных научных проектов, развития базовых речевых навыков, ведения научных исследований.

- Технология индивидуализации обучения – помогает реализовывать личностно-ориентированный подход, принимая во внимание индивидуальные особенности и потребности учащихся.

- Технология тестирования – используется с целью контролирования степени усвоения лексических, грамматических



знаний в рамках модуля на определённой стадии обучения. Кроме того, данная технология даёт возможность преподавателю выявить и систематизировать аспекты, требующие дополнительной проработки.

- Проектная технология – ориентирована на моделирование социального взаимодействия учащихся с целью решения задач. Использование проектной технологии способствует формированию компетенций междисциплинарного характера, формирующихся в процессе обучения иностранному языку.

- Игровая технология – позволяет совершенствовать навыки рассмотрения ряда возможных методов решения проблем, активизируя мышление студентов и раскрывая потенциал каждого учащегося.

- Технология развития критического мышления – способствует формированию разносторонней личности, способной отбирать информацию для решения поставленной задачи.

Осуществление компетентного и личностно-деятельностного подхода с применением перечисленных технологий предусматривает активные и интерактивные формы обучения, такие как деловые и ролевые игры, анализ конкретных ситуаций, коллективная мыслительная деятельность, дискуссии. При этом занятия с использованием интерактивных форм составляют не менее 70% всех аудиторных занятий.

Комплексное применение в учебном процессе всех вышеперечисленных технологий стимулируют личностную и интеллектуальную активность, развивают познавательные процессы, способствуют развитию компетенций, которыми должен обладать будущий специалист.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Худайбергана, Эркиной. Современные методы и технологии преподавания иностранных языков в высшей школе / Эркиной Худайбергана, Б.М. Гулиметова. – М., 2019. – 97 с.

2. Красовская, Л.В. Использование информационных технологий в образовании / Л.В. Красовская, Т.И. Исабекова. – Научный результат. Педагогика и психология образования. – М., 2006. – 38 с.

**М.С. МАТВЕЕВА**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Л.Я. Дмитрачкова

## **ТЕХНОЛОГИЯ ВЕБ-ЗАДАНИЙ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

В условиях всемирной глобализации и построения информационного общества неперенным условием максимальной самореализации каждого человека становится способность и готовность использовать сеть Интернет. Основания для такого процесса выражаются в интенсивном развитии компьютерных и телекоммуникационных технологий и создании развитой информационно-образовательной среды.

Указанные факторы говорят о необходимости активно использовать Интернет-ресурсы в сфере образования: в преподавании не только естественно-математических, но и гуманитарных дисциплин. Роль иностранных языков становится при этом особенно значимой. Знание иностранного языка дает возможность приобщиться к мировой культуре, использовать в полной мере развивающий потенциал ресурсов сети Интернет. Поскольку новые информационные технологии интенсивно внедряются в образовательный процесс, становятся частью образовательного процесса, возникает необходимость развития методики использования компьютерных информационных технологий и в обучении иностранному языку.

Реализуя цели и задачи обучения и воспитания, глобальная сеть Интернет создает условия для получения необходимой обучающимся и преподавателям информации: страноведческий материал, новости из жизни молодежи, статьи из газет и журналов, необходимую литературу и т.д. Учащиеся могут принимать участие в тестировании, в викторинах, конкурсах, олимпиадах, проводимых по сети Интернет. Среди множества полезных ресурсов – специальные программы обучения иностранным языкам, а также аутентичный материал, отбор которого учитель может проводить самостоятельно, адаптируя его к конкретным учебным задачам. Средствами мультимедийных технологий расширяются возможности преподавателей, оптимизируется изучение языков, открывается неизведанный мир иноязычной культуры.

В силу своей специфики иностранный язык – это учебный предмет, требующий создания для обучающихся искусственной языковой среды из-за отсутствия естественной. Не удивительно поэтому, что в преподавании иностранного языка новые возможности, открываемые мультимедийными средствами, нашли самое разнообразное применение.

Отмечая, что самым эффективным средством формирования иноязычной коммуникативной компетенции является пребывание учащегося в стране изучаемого языка, следует принять тот факт, что преподавание иностранных языков и культур в условиях современной реальности в основном ведется вне языковой среды в опосредованном варианте. Учащиеся общаются на занятиях с преподавателями и сверстниками, не являющимися носителями изучаемых языка и культуры.

Современный уровень компьютерных и телекоммуникационных технологий открывает новые возможности для развития адекватных средств обучения иноязычной культуре в организованном обучении иностранным языкам вне языковой среды. В настоящее время задача преподавателя заключается не только в том, чтобы вооружить обучающихся современными знаниями, но и научить их добывать самостоятельно эти знания, усваивать их, опираясь на уже изученное. Для достижения этих целей служит технология веб-заданий, которая целенаправленно вписывается в школьную практику.

Веб-задание – это дидактическая структура, в рамках которой планируется увлекательная поисковая деятельность обучающегося при помощи Интернет-сети и других средств информации. Веб-задание может выступать и в качестве образовательной «игры», в которой участник должен добиться какой-то конкретной цели (выполнить задание или найти конкретную информацию), прибегая к помощи своих знаний и опыта, а также поиску необходимой информации в сети Интернет.

Веб-задание как образовательная технология опирается на такой подход к обучению, в процессе которого происходит конструирование нового. Согласно данному подходу, учитель становится не «урокодателем», а консультантом, организатором и координатором проблемно-ориентированной, исследовательской учебно-познавательной деятельности обучающихся. Учителем создаются условия для самостоятельной умственной и творческой деятельности обучающихся и поддерживается их инициатива. В свою очередь, ученики становятся равноправными «соучастниками» процесса

обучения, разделяя со своим учителем ответственность за процесс и результаты обучения.

В ходе организации работы школьников над веб-заданиями реализуются следующие цели:

- *образовательная* – вовлечение каждого учащегося в активный познавательный процесс. Организация индивидуальной и групповой деятельности школьников, выявление умений и способностей работать самостоятельно в рамках темы;

- *развивающая* – развитие интереса к предмету, творческих способностей, воображения учащихся; формирование навыков исследовательской деятельности, публичных выступлений, умений самостоятельной работы с литературой и Интернет-ресурсами; расширение кругозора, эрудиции;

- *воспитательная* – воспитание толерантности, личной ответственности за выполнение выбранной работы.

Используя информационные ресурсы Интернет и интегрируя их в образовательный процесс, веб-задание помогает эффективно решать целый ряд практических задач, формировать ряд компетенций: применение информационных технологий для решения профессиональных задач; самообучение и самоорганизация; работа в команде; умение находить несколько способов решений проблемной ситуации.

Одним из перспективных направлений формирования информационных и коммуникационных компетенций является технология образовательных веб-квестов как одного из вида веб-заданий.

Работая над веб-квестом, обучающиеся проходят полный цикл мотивации от внимания до удовлетворения, знакомятся с аутентичным материалом, который позволяет им исследовать, обсуждать и осознанно строить новые концепции и отношения в контексте проблем реального мира, создавая проекты, имеющие практическую значимость.

К ключевым характеристикам обучения с использованием веб-заданий при изучении иностранного языка можно отнести:

- актуальность учебных задач, их соответствие интересам обучающихся при изучении иностранного языка;
- вовлечение обучающихся в исследовательскую деятельность при изучении иностранного языка;
- междисциплинарный характер;
- тесная связь с реальной жизнью;

- неограниченность учебных ресурсов.

Веб-задания имеют своей целью ввести обучающихся в ситуацию общения и направлены, прежде всего, на их мотивацию и активизацию у них языкового и речевого материала (составление ассоциограмм, ответы на вопросы учителя в мини-беседе, интервьюирование, разгадывание кроссвордов и т.д.). При этом веб-задание обладает рядом преимуществ:

- обеспечивает самостоятельность обучающихся;
- развивает коммуникативную компетенцию;
- позволяет реализовать индивидуальный подход;
- дает стимул учащимся для получения и применения новых языковых знаний и лингвострановедческой информации;
- позволяет использовать большое количество актуальной аутентичной информации;
- развивает такие виды мышления, как критическое и проблемное.

Структура веб-задания может быть описана следующим образом.

1. Введение: краткое описание темы веб-задания. Этот раздел предназначен для привлечения интереса обучающихся.

2. Задание: формулировка проблемной задачи, описание действий, ресурсов, формы представления конечного результата.

3. Предварительный этап (по необходимости): повторение лексического или грамматического материала, фонетическая или речевая зарядка.

4. Описание критериев: описание критериев и параметров оценки выполнения веб-задания, которое представляется в виде бланка оценки. Критерии оценки зависят от типа учебных задач, которые решаются в веб-задании.

5. Порядок работы: подробное описание каждого этапа работы и контроль деятельности обучающихся; рекомендуется проходить каждый этап отмечать поощрительным знаком: пазлом картинки, которую им нужно в итоге собрать, медалью и т.д.

6. Рефлексия: краткое описание того, чему научились обучающиеся, выполнив данное задание.

Интернет-ресурсы оказывают существенную помощь в изучении иностранного языка. И проблема интеграции Интернет-сети в образование и, в частности, применение его в обучении иностранным языкам в настоящее время достаточно актуальна. Это связано в основном с тем, что при использовании сети Интернет как средства обучения иностранному языку как нельзя лучше реализуются многие

цели и задачи обучения, развития и воспитания. Веб-задания способствуют развитию самообразовательной активности обучающихся, направленной на освоение ими нового опыта, прежде всего. Обучающимся предоставляется возможность проводить исследования, излагать свои мысли в письменном виде, анализировать поступающую к ним информацию, учиться планировать, осуществлять мониторинг и давать оценку своей деятельности.

Таким образом, технология веб-заданий позволяет решать обучающие, воспитательные и развивающие задачи (с разной степенью эффективности), что зависит от мотивации обучающихся и методического мастерства преподавателя, прежде всего. Широкое и гибкое использование электронных средств обучения иностранным языкам предполагает изучение конкретных педагогических условий, психофизиологических и психологических характеристик обучающихся, уровня их обученности, отбора содержания, приемов обучения и т. д.

**Е.В. ОНИЩУК**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: Л.Я. Дмитрачкова

**ТЕХНОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ УСВОЕНИЕМ  
ИНОЯЗЫЧНОГО ЛЕКСИЧЕСКОГО МАТЕРИАЛА  
В ОБУЧЕНИИ СТУДЕНТОВ  
ПРАКТИКЕ УСТНОЙ И ПИСЬМЕННОЙ РЕЧИ  
НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ**

Когнитивная психология, как известно, исследуя индивидуальные особенности обучающегося, соотношение прямых, ассоциативных и образных компонентов при работе с учебной информацией, вооружает методику преподавания языка средствами обучения студентов способам (стратегиям) усвоения и запоминания учебного материала. Для обучения языку особенно важны стратегии усвоения знаний, формирования и совершенствования навыков, развития умений, хранения изученного в памяти и при необходимости его извлечения (использование опорных слов; схем, моделей языковых явлений; систематическое повторение усвоенного). Стратегия усвоения – это комбинация приемов, которые применяет обучающийся для понимания, запоминания и усвоения учебного материала. В методике преподавания иностранных языков выделяют такие группы стратегий [1, с. 26]:

1. Стратегии приобретения и хранения информации; стратегии овладения: а) лексической стороной языка; б) грамматической стороной языка; в) фонетической стороной языка.

2. Стратегии воспроизведения информации в продуктивных видах речевой деятельности: а) стратегии преодоления трудностей в процессе говорения; б) стратегии преодоления трудностей в процессе письма.

3. Стратегии воспроизведения информации в рецептивных видах речевой деятельности: а) стратегии идентификации единиц языка во время аудирования; б) стратегии идентификации единиц языка при чтении текста.

Реализация данных семантических стратегий возможна с помощью методического комплекса заданий, связанных с организацией, запоминанием лексического материала и формированием практических действий со словом и его комбинациями.

Первая часть заданий реализуется через определенную систему приемов, направленных на запоминание программного лексического материала, на его «запись» в виде определенной когнитивной схемы. Мнемотехнические приемы – это «совокупность готовых, известных способов запоминания» [2, с. 257]. К этим приемам следует отнести: а) перекодирование; б) достраивание запоминаемого материала; в) сериацию; г) ассоциации; д) повторение.

Вторая часть заданий обеспечивает запоминание самих лексических единиц, полный объем семантической информации о них. На основе этого же пути происходит отработка элементарных действий, которые составляют структуру лексических навыков продуктивного и рецептивного характера. В рамках этой стратегии широко используются самые разнообразные приемы работы над иноязычными словами.

Полезным приемом работы над иноязычным словом может быть такой прием, как *анализ многозначности слова* и установление его значений в порядке частотности. Обогащение новой лексической информацией может происходить на основе такого приема, как *изучение лексической сочетаемости слова*. При этом учитываются не только лексические, но и синтаксические особенности иноязычного слова. Если проанализировать словосочетаемость таких глаголов, как *lernen* и *lehren*, *wissen* и *kennen*, то можно установить на основе смоделированных контекстов диапазон их сочетаемости. На основе установленной сочетаемости лексических единиц можно определить разницу не только в их употреблении, но и в их значениях.

В работе над иноязычным словом полезным является и такой прием, как *анализ синонимов и антонимов* ключевого слова. Каждый синоним по отношению к ключевому слову имеет какие-то дополнительные значения. Незнание этих тонкостей в употреблении слова может привести к неправильному его употреблению и пониманию. Подробный анализ единиц, входящих в синонимический ряд, позволяет повысить семантическую информативность. Это сказывается в определенной степени на общей семантической компетенции, регулирующей правильное употребление слова по значению и смыслу. Аналогичная работа может проходить и с антонимами.

*Построение фразеологических единиц* с ключевым словом также обогащает словарный состав обучающегося и способствует его запоминанию.



Большое значение придается такому приему запоминания иноязычных слов, как *построение деривационного поля* ключевого слова (или словообразовательного гнезда). Каждое словообразовательное гнездо начинается непримечательным словом. Это слово в то же время является производящим по отношению к ближайшим производным. Производные слова, в свою очередь, являются производящими по отношению к последующим производным. С.А. Ламзин указывает, что лексические гнезда «обеспечивают создание естественных логических связей между изучаемыми словами и способствуют, тем самым, их запоминанию» [3, с. 152–153]. Такие группы слов более полно соответствуют лексической структуре языка.

Осознание и применение указанных выше приемов работы над иноязычной лексикой означает реализацию когнитивного подхода в образовательном процессе формирования и развития лексической компетентности будущего профессионала – преподавателя иностранного языка, лингвиста, обязанного владеть разнообразными способами и приемами презентации и хранения лексических единиц в сознании обучающихся.

Таким образом, усвоение лексического материала и развитие лексической (семантической) компетентности обучающихся формируются с помощью конкретных приемов работы над лексикой. Практическое использование приемов по работе над ней осуществляется через конкретные действия со словом. А это обеспечивается упражнениями или заданиями (с учетом их проблемного характера).

Для развития лексической компетентности будущих преподавателей требуется рациональный комплекс заданий. Организационной структурой является «система заданий»: «совокупность необходимых типов, видов и разновидностей упражнений, выполняемых в такой последовательности и в таком количестве, которые учитывают закономерности формирования умений и навыков в различных видах речевой деятельности в их взаимодействии и обеспечивают максимально высокий уровень овладения иностранным языком в заданных условиях» [4, с. 59].

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Щукин, А. Н. Обучение иностранным языкам: Теория и практика: Учебное пособие для преподавателей и студентов / А. Н. Щукин. – М. : Филоматис, 2007. – 480 с.

2. Шадриков, В. Д. Деятельность и способности / В. Д. Шадриков. – М. : Логос, 1994. – 320 с.

3. Ламзин, С. А. Языковое мышление и языковое сознание в иноязычном словоупотреблении и слововосприятии // Психолингвистические основы словоупотребления и слововосприятия на уроках иностранного языка: Межвузовский сборник научных статей. – Н. Новгород: НГЛУ им. Н. А. Добролюбова, 2004. – С. 147–158.

4. Шатилов, С. Ф. Методика обучения немецкому языку в средней школе. / С. Ф. Шатилов. – М. : Просвещение, 1986. – 223 с.

**Е.В. ФЕДОСЕНКО**

Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы

Научный руководитель: С.С. Масленникова

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СЕМАНТИЧЕСКОЙ  
КЛАССИФИКАЦИИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ  
С КОМПОНЕНТОМ “GOTT / БОГ” ПРИ  
ОБУЧЕНИИ НЕМЕЦКОМУ И БЕЛОРУССКОМУ ЯЗЫКАМ**

На немецкий и белорусский языки, как и на другие языки христианских народов, повлиял текст Библии. Именно поэтому не стоит удивляться, что в нашей речи часто фигурируют библейские выражения и фразеологизмы с компонентом-библеизмом.

Фразеология, восходящая по своему происхождению к Священному Писанию, составляет огромный пласт всей системы устойчивых выражений немецкого и белорусского языков.

Если говорить о библейских компонентах, употребляемых ежедневно в речи современного общества, наиболее употребляемым окажется безусловно **Бог**. Взяв во внимание распространенность данной составной части устойчивых выражений, связанных с библейским текстом, мы решили выделить семантические группы фразеологизмов, выявленных нами из «Немецко-русского фразеологического словаря» Л.Э. Биновича [1] и «Слоўніка фразеалагізмаў беларускай мовы. Том 1. А-Л» И.Я. Лепешева [2].

При работе со словарем мы обратили внимание, что не все устойчивые выражения в белорусском языке с компонентом **Бог** имеют соответствующие эквиваленты в немецком языке. Ниже представлена таблица (Таблица 1), в которой отображены выявленные белорусские фразеологизмы с компонентом **Бог** с их возможными эквивалентами в немецком языке с компонентом **Gott** соответственно, классифицированные по группам касательно их значений:

Таблица 1

Белорусские фразеологизмы с компонентом **Бог** и их немецкие эквиваленты с компонентом **Gott** согласно их значения

Значение	Белорусские фразеологизмы с компонентом <b>Бог</b>	Немецкие эквиваленты с компонентом <b>Gott</b>
Страх	<i>барані <b>Бож</b></i>	<i><b>Gott erbarm(e)!</b></i>
Почтение	<i><b>Бог бацька</b></i>	-

Надежда	<i>дай Бог чутае бачыць Бог дасць мець Бога у сэрцы з Богам каб (чые) словы ды Богу ў вушы крый Божэ Божай міласцю Дай Бог кожнаму</i>	- <i>um einen Götteslohn arbeiten mit Gott im Herzen Leben in Gottes Namen! dein Wort in Gottes Ohr da Gott sei vor! mit Gottes Barmherzigkeit Gott bewahre alle</i>
Неизвестность	<i>Бог ведае што / Бог яго ведае дзе Бог паішле як Бог дасць Бог (каму) суддзя</i>	<i>Gott weiß Gott weiß wohin gehen wie Gott will! Gott möge ihn richten!</i>
Умиротворение	<i>Бог жыве - дзе-небудзь усё добра</i>	<i>irgendwo ist Gottes Licht</i>
Соглашение	<i>Бог з табой</i>	<i>Gott ist mit dir</i>
Кара	<i>Бог мілаваў Бог не пакрыўдзіў Бог пакрыўдзіў Бог прынёс / Бог паслаў</i>	<i>Gott hat gerettet Gott hat nicht Unrecht getan - -</i>
Безнаказанность	<i>Бог не судзіў Бог вялеў</i>	<i>Gott hat nicht gerichtet Gott befahl</i>
Справедливость	<i>ёсць Бог на свеце</i>	-
Правда	<i>ісцінны Бог</i>	<i>der Wahre Gott</i>
Наказуемость	<i>ад Бога высвятка</i>	-
Устрашение	<i>бойся Бога</i>	<i>fürchte Gott!</i>
Злость	<i>не гняві Бога</i>	<i>Er tut auf Gottes Welt nichts!</i>
Радость	<i>хваліць Бога / хвала Богу ей жа Богу!</i>	-
Возмущение	<i>Ей жа Богу!</i>	-
Удивление	<i>Божэ літасцівы</i>	<i>Heiliger Gott!</i>
Радущие	<i>Дай Божэ кожнаму</i>	<i>Gott bewahre alle</i>

Данные устойчивые выражения, распределенные по их семантическим группам, можно использовать в составлении упражнений, что поспособствует запоминанию отдельных устойчивых выражений и ускорению процесса их закрепления в активной лексике учащихся:

1. *Finden Sie zu den angegebenen deutschen Phraseologismen die entsprechenden Äquivalente. Bestimmen Sie die allgemeine Bedeutung, die sie ausdrücken. Найдите соответствующие эквиваленты перечисленным ниже немецким фразеологизмам. Определите их общее значение:*

Значение	Белорусские фразеологизмы с компонентом <i>Бог</i>	Немецкие эквиваленты с компонентом <i>Gott</i>
Hoffnung/ надежда	А. <i>Бог</i> дасць	1. mit <b>Gott</b> im Herzen Leben
	Б. мець <i>Бога</i> у сэрцы	2. <b>Gott</b> bewahre alle
	В. з <i>Богам</i>	3. da <b>Gott</b> sei vor!
	Г. каб (чыя) словы ды <i>Богу</i> ў вушы	4. in <b>Gottes</b> Namen!
	Д. крый <i>Божя</i>	5. dein Wort in <b>Gottes</b> Ohr
	Е. <i>Божай</i> міласцю	6. um einen <b>Götteslohn</b> arbeiten
	Ж. Дай <i>Бог</i> кожнаму	7. mit <b>Gottes</b> Barmherzigkeit

ОТВЕТ: А – 6, Б – 1, В – 4, Г – 5, Д – 3, Е – 7, Ж – 2.

2. *Schreiben Sie zu den angegebenen deutschen Phraseologismen die entsprechenden belorussischen Äquivalente. Welche allgemeine Bedeutung haben sie? Напишите белорусские эквиваленты нижеперечисленным немецким фразеологизмам. Что они обозначают в общем?*

**Gott** weiß – ... , **Gott** weiß wohin gehen – ... , wie **Gott** will! – ... , **Gott** möge ihn richten! – ...

ОТВЕТ: **Gott** weiß – *Бог* ведае што / *Бог* яго ведае, **Gott** weiß wohin gehen – дзе *Бог* паішле, wie **Gott** will! – як *Бог* дасць, **Gott** möge ihn richten! – *Бог* (каму) суддзя.

*Die Bedeutung des Unbekannten (Значение неизвестности).*

3. Ergänzen Sie die deutschen Phraseologismen mit den passenden Präpositionen. Führen Sie, wo es möglich ist, ihre belarussischen Äquivalente an. Дополните данные немецкие фразеологизмы нужными предлогами. Приведите, где это возможно, их белорусские эквиваленты:

*mit / in / mit / auf / um*

1. ... *einen Götteslohn arbeiten*
2. ... *Gott im Herzen Leben*
3. ... *Gottes Namen!*
4. ... *Gottes Barmherzigkeit*
5. *Er tut ... Gottes Welt nichts!*

Ответ: *um einen Götteslohn arbeiten, mit Gott im Herzen Leben, in Gottes Namen!, mit Gottes Barmherzigkeit, er tut auf Gottes Welt nichts!*

В результате исследования немецких и белорусских фразеологизмов с компонентом **Gott / Бог** было выявлено согласно их значения 17 семантических групп: страх, почтение, надежда, неизвестность, умиротворение, соглашение, кара, безнаказанность, справедливость, правда, наказуемость, устрашение, злость, радость, возмущение, удивление, радушие. Самое большое количество белорусских и немецких фразеологизмов (8/7 соответственно) принадлежат семантической группе «надежда», что объясняется оптимизмом как белорусов, так и немцев, их верой в поддержку и помощь Бога. Далее по количеству фразеологических единиц следует группа «неизвестность» (по 4 фразеологизма в каждом языке), что может охарактеризовать как белорусов, так и немцев как людей постоянно сомневающих. К семантической группе «кара» относятся 4/2 выявленных фразеологизмов, к группе «радость» – 3/1 устойчивых выражений, а к группам «безнаказанность» – по 2 фразеологизма в каждом языке. Остальные семантические группы имеют по одному устойчивому выражению в каждом из рассмотренных языков. Так же по одному белорусскому фразеологизму представлены группы «справедливость», «наказуемость», «возмущение» и «почтение».

Определение семантических групп выявленных устойчивых выражений поможет избежать речевых ошибок при употреблении фразеологизмов с данным библейским компонентом как в белорусском, так и в немецком языке. Выполнение предложенных упражнений способствует так же повышению творческой активности и мотивации изучающих немецкий и белорусский языки.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бинович, Л.Э. Немецко-русский фразеологический словарь. / сост. Л.Э. Бинович; под ред. С.И. Константиновой. – М. : Аквариум, 1995. – 768 с.
2. Лепешаў, І.Я. Фразеалагічны слоўнік беларускай мовы. У 2 т. Т 1. А- Л / І.Я. Лепешаў. – Мн: БелЭн, 1993. – 590 с.

**М.С. ЧЁРНАЯ**

Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы

Научный руководитель: М.В. Рагожник

## **ОСНОВНЫЕ ФОНЕТИЧЕСКИЕ И ФОНОЛОГИЧЕСКИЕ ОШИБКИ РУССКОГОВОРЯЩИХ В ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ (НА МАТЕРИАЛЕ СЕРИАЛА «NASDROVIA»)**

Как и все языки, разговорный испанский имеет широкие вариации в своем произношении как диахронно, так и синхронно с диалекта на диалект. Это различие особенно заметно в испанском языке, поскольку речь идет о достаточно обширной территории. Даже с убедительными международно признанными стандартами испаноговорящие в разных странах иногда могут не понимать друг друга, хотя по большей части разные региональные акценты испанского языка взаимно понятны.

Испанский алфавит состоит из 29 букв, в то время как звуковая система испанского языка содержит 22 звука в качестве фонем.

Изучая испанский язык, русскоговорящие люди сталкиваются с рядом типичных фонетических и фонологических ошибок.

Материалом для нашей работы послужил испанский сериал «Nasdrovia», в котором всего 6 серий. В данном сериале испанцы показывают «типичных» русских с их фонетическими и фонологическими ошибками в испанском языке.

Фонетические ошибки возникают, когда человек встречает звук, достаточно похожий на тот, что существует в его родном языке, и интуитивно пытается заменить его на этот более простой аналог родного языка.

Итак, сначала рассмотрим, какие наиболее типичные фонетические ошибки допускают русскоговорящие, и какие звуки чаще вызывают затруднения. Основными фонетическими ошибками являются:

- Произнесение p, t, k с придыханием: *tanto, pero, créeme*;
- Смягчение звуков e, i: *dinero, tío*;
- Неправильное произнесения звука g в разных позициях (в начале слова смычный звук, в середине — щелевой): *gustaría, negocios*;
- Неправильное произнесения звука d в разных позициях: *verdad, día*.



Еще один вид ошибок, которые говорящие на иностранном языке допускают в своей речи – фонологические.

Фонологические ошибки появляются, когда произносящий заменяет аллофон одной фонемы, другим, нарушающим отличительные черты и изменяющим значение.

Делая же фонетические ошибки (ошибки в произношении и ударении), мы делаем понимание трудным, это обуславливается незнанием орфоэпических норм и правил.

Фонологические ошибки намного грубее фонетических, так как они могут изменять не только значение одного конкретного слова, но и смысл предложений и целых фраз. Фонологические ошибки возникают, когда человек встречает неизвестный ему звук, который не существует в его родном языке, и интуитивно пытается заменить его на более простой аналоговый звук родного языка.

Основными фонологическими ошибками являются следующие:

- Недифференциация *n, ñ*: *mono, moño*;
- Недифференциация *rr, r*: *pera, perra*;
- Недифференциация *s, z*: *casa, caza*;
- Произношение немой буквы *h*: *hasta [jásta]*;
- Редукция согласных: *color, calor*;
- Ошибки в ударении: *paso, pasó*.

Итак, рассмотрев эти два вида ошибок, можно сделать следующие выводы:

- фонетические ошибки не изменяют значения слова, но значительно усложняют восприятие речи и придают ей заметный акцент, возникающий под влиянием родного и других иностранных языков.

- Основные фонологические ошибки, которые делают русскоговорящие, изменяют значения слов, фраз и предложений, делая их совершенно непонятными для носителей языка. Из-за фонологической ошибки предложение может изменить смысл, а иногда и вовсе потерять его, став абсурдным. Это еще раз подтверждает тот факт, что фонологические ошибки в речи недопустимы.

**И.В. ЧЕРНООКАЯ**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: В.В. Авраменко

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРЕЗЕНТАЦИЙ POWERPOINT НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА**

Неотъемлемой частью современного урока иностранного языка является мультимедийная поддержка. Мультимедийное сопровождение может присутствовать как на протяжении всего урока, так и охватывает его большую часть. На сегодняшний день мультимедийные презентации, созданные на основе PowerPoint, наиболее часто используются в образовательном процессе. Данное положение обусловлено несколькими причинами. Создать презентацию PowerPoint может каждый преподаватель иностранного языка, обладающий элементарными основами практической компьютерной грамотности. Научиться создавать данные презентации можно самостоятельно, без посещения специальных курсов. Несмотря на относительную простоту в использовании, программа PowerPoint позволяет создать качественные, функциональные продукты, которые помогут достигнуть поставленных целей обучения.

PowerPoint предоставляет достаточно привлекательную форму представления материала, позволяет сочетать различные виды языковой деятельности и открывает новый взгляд на, казалось бы, устаревший материал. Электронные презентации позволяют ученикам сосредоточиться на наиболее важной представленной информации и создавать визуально эффектные шаблоны в виде иллюстраций, таблиц, диаграмм, графических композиций и т. д. В этом случае одновременно задействованы несколько типов памяти: зрительная, слуховая, эмоциональная [1, с. 205].

Презентации, подготовленные таким образом, могут также выступать в качестве интерактивного учебного пособия. Их можно использовать как на начальном этапе обучения иностранному языку, так и на продвинутом. Применение мультимедийных презентаций в обучении языкам отображает принцип наглядности обучения благодаря новым способам подачи информации. Использовать презентацию в учебном процессе можно на различных этапах урока, при этом суть ее как наглядного средства остается неизменной, меняются только ее формы, в зависимости от поставленной цели ее использования.

Например, применение иллюстративного материала и анимации в презентациях позволяет легко и доступно ввести новую лексику, не прибегая к переводу на русский язык. Объяснение сложных грамматических явлений превращается в захватывающий процесс. Усвоение грамматических структур и форм происходит произвольно, практически без усилий со стороны учащегося. Проигрывание ситуации и интерактивная наглядность содействуют прочному закреплению материала.

С помощью электронных презентаций можно успешно тренировать навыки и умения восприятия иноязычной речи на слух. Кроме того, при прослушивании текстов, диалогов, песен происходит активное усвоение лексических единиц языка и его грамматической структуры, развивается логическое мышление и способность анализировать информацию, отделяя важное от второстепенного.

Самым важным достоинством использования мультимедийных технологий в процессе обучения является наглядность подаваемого материала. Ученые давно доказали тот факт, что человек воспринимает большую часть информации зрительно. Только около 15 % людей способны быстро и эффективно воспринимать текстовую информацию [2].

Работа по созданию мультимедийной презентации довольно проста, что связано, в первую очередь, с наличием необходимого программного обеспечения, а также увлекательна как для педагогов, так и для учащихся. Однако создание мультимедийных презентаций является трудоемким процессом: необходимо изучить множество источников информации, приложить немало усилий на ее отбор, переработку и представление, что требует определенных временных затрат.

Визуализация информации усиливает мотивацию учеников к обучению и способствует вовлеченности в учебный процесс и, следовательно, повышению качества усвоения материала на уроках иностранного языка. Именно современные технологии позволяют избежать скучного и монотонного изложения материала. Интерактивное приложение позволяет включать различные виды информации, это повышает производительность урока, так как становится возможным преподнести больше материала и задействовать максимум учащихся [3, с. 36–40].

Также огромным преимуществом использования презентаций является четкое изображение, что в отличие от человеческого почерка не мешает восприятию информации.

Использование презентаций PowerPoint позволяет не только многократно повысить эффективность обучения, но и привлечь учащихся к дальнейшему самостоятельному изучению иностранного языка. К тому же, мультимедийные презентации позволяют тренировать различные виды речевой деятельности, создавать коммуникативные ситуации, способствуют формированию лингвистических способностей и обеспечивают реализацию индивидуального подхода в процессе обучения.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Роберт, И.В. Современные информационные технологии в образовании / И. В. Роберт. – М. : Школа-Пресс, 1994. – 205 с.
2. Нефедова, Н.П. Презентации в Power Point на занятиях по иностранному языку [Электронный ресурс] / Н.П. Нефедова. – Режим доступа:  
[http://old.pglu.ru/lib/publications/University\\_Reading/2010/VII/uch\\_2010\\_VII\\_00033.pdf](http://old.pglu.ru/lib/publications/University_Reading/2010/VII/uch_2010_VII_00033.pdf). – Дата доступа: 14.05.2021.
3. Беляева, Л. А. Презентация Power Point и ее возможности при обучении иностранным языкам / Л.А. Беляева, Н.В. Иванова // Иностранные языки в школе. – 2008. – №4. – С. 36–40.

**Е.С. ЯКУТА**

Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина

Научный руководитель: В.В. Авраменко

## **ФОРМИРОВАНИЕ ГРАММАТИЧЕСКИХ УМЕНИЙ УЧАЩИХСЯ СТАРШИХ КЛАССОВ ПРИ ПОМОЩИ ПЛАТФОРМЫ КАНООТ!**

Сегодня современное общество рассматривает оптимальные способы организации учебного процесса и варианты содержания обучения, его структуры. Важнейшими проблемами современного образования являются переориентация и трансформация целей обучения иностранным языкам и содержания обучения.

Работая с учениками старшего школьного возраста, учителя должны понимать, что последние годы учебы трудны и важны для всей их жизни. Юношеский возраст – период формирования мировоззрения, характера и жизненного самоопределения, самоутверждения, активного понимания будущего. Старшеклассники находятся на пороге выбора профессии, они разные по интересам и намерениям, но совпадают в главном: проблеме поиска себя. В этом нелегком деле им должен помочь грамотный педагог. В связи с этим большое значение придается методике обучения.

В последнее время все чаще встает вопрос об использовании новых информационных и коммуникационных технологий в общеобразовательных школах. Это не только новые технические средства, но и инновационные методы обучения, современный подход к учебному процессу. Важно отметить, что основной целью обучения иностранному языку является формирование и развитие коммуникативной культуры школьников.

Внедрение и использование информационных технологий в процессе обучения позволяет:

- повысить интерес учеников к изучению предметов;
- подходить к каждому ученику индивидуально с учетом способностей каждого ученика;
- формировать навыки и умения учеников по работе с компьютером [1, с. 89].

Технология в целом представлена как совокупность операций, осуществляемых определенным образом в определенной последовательности, из которой и складывается процесс обработки материала.

Информационно-коммуникационные технологии – это обобщающее понятие, описывающее различные устройства, механизмы, способы, алгоритмы обработки информации. Важнейшим современным устройствами ИКТ являются компьютер, снабженный соответствующим программным обеспечением и средства телекоммуникаций вместе с размещенной на них информацией.

Следует отметить, что наибольшую эффективность использования компьютера приносит при иллюстрировании нового материала, при проверке фронтальных самостоятельных работ, при решении обучающих задач, при организации исследовательской деятельности [2, с. 15].

При использовании ИКТ учитель имеет возможность создать программу именно для себя и для своих учеников, программу, по которой ему удобно работать, которая помогает достичь поставленных педагогом целей и добиться высоких результатов при обучении немецкому языку.

Инструментальное приложение для смартфона «Kahoot!» от одноименного разработчика Kahoot! – это платформа, с помощью которой учащимся доступно подключение к процессу выполнения заданий множественного выбора при введении специального для этой партии гейм-кода. Учащиеся могут подключаться к общим задачам индивидуально или в группах с помощью этого приложения на своих смартфонах. Учитель создает банк задач через свой личный кабинет, каждый из которых может содержать картинку, видео или аудио файл. По окончании раунда приложение автоматически подсчитывает результаты каждого участника.

Kahoot! – это сетевая служба для создания интерактивных задач. Она позволяет создавать тесты, опросы, викторины. Платформу можно использовать при работе с любой возрастной группой. Подходит как для начальной школы, так и для взрослых.

Для учителя Kahoot! – это платформа-конструктор, на которой можно быстро создать учебную игру с помощью готовых шаблонов и отправить эту игру ученикам.

На сегодняшний день в данном сервисе существует четыре варианта заданий: викторина (Quiz), дискуссия (Discussion), опрос (Survey) и сравнительно новый вариант игры Jumble, где нужно расставить элементы в правильной последовательности.

Викторина (Quiz) – это классический тип теста с несколькими вариантами ответов. При создании викторины можно изменить количество возможных ответов с двух до четырех, а также добавить

картинку или видео к викторине в целом и к каждому вопросу. Можно ограничить или увеличить время выбора ответа в зависимости от целей и задач использования игры на уроке, а также сложности вопроса. При создании викторины можно задать один правильный ответ и несколько.

Обсуждение (Discussion) – это не игра, а своего рода интерактивная задача на этом сервисе, позволяющая начать настоящее обсуждение определенной проблемы. Сама форма предполагает только один вопрос и от двух до четырех возможных ответов, разумеется, без указания правильного варианта. В течение нескольких секунд участники обсуждения должны решить, каковы точки зрения, и в результате распределение мнений в этой группе будет видно на экране.

Опрос (Survey) – это вид работы, который, как и дискуссия, позволяет узнать мнение учеников по определенной теме и тем самым расширить обсуждение. В шаблоне можно задать несколько вопросов.

Новый тип игры Jumble позволяет создавать предложения или списки из четырех элементов, которые учащиеся расположат в правильном порядке.

Использование данной платформы на уроках иностранного языка способствует усвоению языка в увлекательной игровой форме. Информационно-коммуникативные технологии создают благоприятную атмосферу, развивают память, внимание и повышают интерес к изучению иностранного языка. Использование информационно-коммуникативных технологий позволяет поддерживать интерес и удерживать внимание учеников от начала до конца урока. Применение информационно-коммуникативных технологий позволяет ученикам лучше усвоить школьную программу. Данные технологии помогают учителю раскрыть потенциал каждого ученика.

Следует отметить, что эффективность применения компьютеров и других ИКТ зависит от способов и форм применения этих технологий, от того, насколько грамотно учитель владеет методикой работы с ними, от используемых им компьютерных обучаемых программ. Использование информационно-коммуникационных технологий на уроках немецкого языка способствует повышению мотивации учащихся и активизации их речемыслительной деятельности, эффективному усвоению учебного материала, формированию целостной системы знаний, позволяет увеличить темп работы на уроке без ущерба для усвоения знаний учащимися. Для эффективного

использования ИКТ не требуется многолетней дополнительной подготовки. Эти технологии открывают широкие возможности преподавателям, которые ищут в данных технологиях дополнительные средства для решения своих профессиональных задач.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Рогова, Г.В. Методика обучения иностранным языкам в школе / Г.В. Рогова, Ф.М. Рабинович, Т.Е. Сахаров. – М. : Просвещение, 1991. – 340 с.
2. Полат, Е.С. Интернет на уроках иностранного языка / Е.С. Полат // Иностранные языки в школе. – 2001. – № 2. – С. 14–18.