БРЕСТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ имени А.С. ПУШКИНА

ФАКУЛЬТЕТ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ

МАТЕРИАЛЫ РЕСПУБЛИКАНСКОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ «АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ НАУКИ О ЯЗЫКЕ»

Брест 2019

УДК 811.111-26

РЕЦЕНЗЕНТЫ:
Н.А. Егорова, кандидат педагогических наук, доцент
Е.А. Чижова, кандидат филологических наук, доцент

РЕДКОЛЛЕГИЯ:
Г.В. Нестерчук, доцент
Д.В. Архипов, старший преподаватель
Н.Н. Столярчук, старший преподаватель
М.В. Ярошук, старший преподаватель

Ответственный за выпуск
Н.А. Тарасевич, кандидат филологических наук, доцент

Актуальные вопросы науки о языке: материалы Республиканской студенческой научно-практической конференции «Актуальные вопросы науки о языке», Брест, 22 марта 2019 г. / Брест. гос. ун-т имени А.С. Пушкина; отв. редактор Н.А. Тарасевич. – Брест, БрГУ имени А.С. Пушкина, 2019. – 252 с.

В сборник вошли материалы Республиканской студенческой научно-практической конференции " Актуальные проблемы науки о языке ", которая проходила 22 марта 2019 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

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА

Давидчик А. М. Структурно-семантические особенности развития аналитических форм будущего времени английского языка 8
Домнич А. Ю. Функции сленга в современной лингвистике 11
Жанкевич В. П. Грамматические средства выражения вежливости 14
Ковалевич А. С. Фонетические особенности американского варианта английского языка 17
Лайтер И. В. Модальность как функционально-семантическая категория 20
Малайчук Н. И. К вопросу о неупотреблении артикля в современном английском языке 23
Рахнянский Р. Н. Основные функции адвербиальных послелогов в современном английском языке 26
Смаль Е. Ю. Особенности американской лексики английского языка 29
Шендер А. В. Заимствование как способ пополнения лексического состава английского языка 32

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА

Бодренкова А. С. К вопросу о лексических особенностях перевода юридических документов с русского языка на английский 35
Кирилюк Е. О. Особенности перевода английских отглагольных имен существительных 38
Коржук Т. С. Специфика рекламных текстов: особенности перевода 41
Куликова К. С. Анализ перевода каламбуров с английского языка на русский в произведениях Льюиса Кэролла 43
Трофимук П. А. К вопросу о лексико-грамматических трансформациях при переводе герундия на русский язык 46
Хисматуллина К. А. К вопросу о нормативных аспектах перевода 49
Яконюк А. И. *Особенности перевода рекламного слогана с английского языка на русский* 52

АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ДИСКУРСА

Абрамчук Е. А. Функциональные характеристики политического дискурса 56
Енина Е. А. Лингвистический аспект политкорректности в англоязычных СМИ 58
Зембровская К. С. Основные характеристики научного дискурса 63
Кирюханцева Ю. А. Метафора как форма манипулирования в политическом дискурсе 65
Купаво Р. С. Сленг в студенческом дискурсе 68
Мизерия Д. А. Лингвистические особенности саморекламного текста 71
Патолятова М. С. Определение дискурса в современной лингвистике 73
Потрубейко А. П. Композиционные особенности англоязычного аналитического медиатекста в сетевых СМИ 76
Сивуда М. С. Лексические особенности клишированных фраз в деловом дискурсе 78
Франчук Л. В. Неологизмы современного английского языка в контексте спортивного дискурса 80
Чернышевич А. Д. Средства выражения оценки в рекламном тексте 82

СОЦИОЛИНГВИСТИКА

Бондаренко А. В. Особенности аббревиации в социальной сети Твиттер 85
Бровач Е. В. Рекламный текст как отражение ментальности народа 87
Домнич Анастасия Ю. Категория «вежливость» в речевом общении 92
Козак Д. А. Креолизация как эффективный способ интернет коммуникации 95
Кондратенко Я. А. Роль молодежного сленга в современном языке 98
Лаптейкина Д. А. Лексические средства выражения политкорректности в современном немецком языке 101

Романюк А. С. Концепция национальной идентичности. Британская, английская, шотландская и европейская идентичность 105

ЯЗЫКОВАЯ СИСТЕМА И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ

Алиджанова А. Т. Национально-культурная специфика лексико-тематической группы «деловой человек» в русском и английском языках 108
Бернацкая Л. С. Язык жестов как средство межкультурной коммуникации 112
Грицук О. В. Фразеологические единицы с компонентом цветообозначения как отражение национальной культуры (на примере английского и русского языков) 115
Грушевская Л. Г. О некоторых особенностях нижненемецких диалектов 119
Курган Е. В. Лингвокультурологический подход в современной неологии 122
Остапук В. О. Культура еды как элемент национальной картины мира 124
Половец А. Ю. Коммуникативные табу в немецкой лингвокультуре 127
Пунько Е. О. Лингвокультурные особенности концепта «солнце» 131
Пухнаревич К. В. Языковая картина мира как объект лингвокультурологического описания 135
Салапура А. А. Эллипсис как норма диалогической речи 138
Семашко М. В. Временной фактор существования эвфемизмов ... 141
Шпирук А. С. Проблема классификации лингвистических словарей 144
Ярмолюк С. В. Сущность языкового знака 147

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

Атаев Б. Н. Роман Даниэля Дефо «Робинзон Крузо» как отражение просветительского идеала человека 151
Белецкая А. А. Лексические аспекты многозначности английских литературоведческих терминов 154
Веремейчук К. Н. Сюрреализм – литература как сон 157

Вышинская Т. Н. Средства реализации иронии
в художественном тексте 159
Котова В. Н. Жанрово-стилистические особенности повести
Джека Лондона «Белый клык» 162
Максимович М. С. Воплощение идей «бури и натиска»
в драме Ф. Шиллера «Коварство и любовь» 165
Орлова А. В. Функции иллюстраций в сказках Б. Поттер 168
Полюхович А. Н. Система образов в сказке Джеймса Тербера
«Единорог в саду» 171
Протасевич Я. М. Миф о крысолове и его рецепция
немецкой литературой 173
Снигирева И. С. Пространственные образы в романе
Т. Пратчетта «Цвет волшебства» 177
Снитко И. Н. Английская литературоведческая терминография .. 179
Юркевич О. И. Национальное и универсальное в комедии
Генриха фон Клейста «Разбитый кувшин» 182

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Гребень Е. Н. Активизация познавательной деятельности учащихся
на уроках английского языка с использованием ролевой игры 185
Грищук Г. С. Сущность терминов «визуализация» и «наглядность»
в обучении иностранному языку 189
Крисюк Д. В. Produktionsschule – особый тип школ в Германии ... 192
Микитюк А. Н. Учебная автономия
в контексте современного образования 197
Нестерчук М. А. Организация самостоятельной работы учащихся
по английскому языку с использованием
технологии обучения дальтон-план 201
Романович Н. Н. Технология портфолио как инновационный
метод организации рефлексивной деятельности обучающихся 205
Собко С. Н. Использование нетрадиционных форм уроков
для формирования положительной мотивации учащихся на уроках
по английскому языку 209
Терешко А. В. Информационные технологии
в иноязычном образовании 213
Царук О. В. Лингвокультурная интерференция
как аспект изучения английского языка 216

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ИНОЯЗЫЧНОМ ОБАЗОВАНИИ

Александрович М. К. Diversity in classrooms: learning styles 219
Багаль И. Г. Аудиовизуальные материалы для создания языковой среды на уроках иностранного языка 223
Герасимович О. А. Приемы организации рефлексии на уроках по английскому языку в средней школе 226
Крачко Н. Н. Развитие метапредметных компетенций на уроках английского языка 231
Кульбеда Н. С. Греко-латинские заимствования в английской лингвистической терминологии 234
Матюх Д. М. Использование группового метода обучения для организации работы учащихся на уроках по английскому языку 236
Месникович Ю. Н. Средства массовой информации как один из источников использования неологизмов в английском языке 241
Половец А. Ю. Значение фоновых знаний реципиента в интерпретации рекламных текстов 245
Столярова Е. В. Моделирование ситуаций иноязычного речевого общения на уроке английского языка с помощью аутентичных материалов 249

ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ЛИНГВИСТИКА

УДК 811. 111’36 + 811. 111’37
А. М. ДАВИДЧИК
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Д. В. Архипов

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ АНАЛИТИЧЕСКИХ ФОРМ БУДУЩЕГО ВРЕМЕНИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Проблема грамматизации конструкций выражения будущего времени в истории английского языка представляет большой интерес для исследования. Глагольная система английского языка создавалась, а затем и расширялась благодаря созданию новых грамматических категорий в языке. Внутри существовавших категорий времени возникли новые категориальные единицы, которые обеспечили более универсальное грамматически формализованное обозначение будущих, а также нереальных действий.

Существование категории будущего времени в английском языке является весьма спорным вопросом. Специфика развития состоит в том, что изменения внутренних отношений между компонентами не имели заметных внешних проявлений: конструкция осталась почти такой же, как была. Своеобразным было и семантическое развитие такой конструкции: она заключалось не столько в приобретении новых значений, сколько в частичной утрате старых, что можно проследить на разных этапах развития английского языка с древних времен до настоящего времени.

Близость категории будущего времени и модальности не вызывает сомнений. Если бы такой близости не существовало, то невозможно было бы развитие аналитических форм будущего времени на базе модальных инфинитивных сочетаний.

В древние периоды своего развития английский язык имел только формы настоящего времени и простого прошедшего времени. В древнеанглийском языке будущее время обычно выражалось формами настоящего времени. Наряду с этим употреблялись описательные обороты с модальными глаголами willan и sculan (will и shall). В сочетании с инфинитивом sculan и willan выражают свойственные им модальные значения и могут относить действие к будущему при определенном лексическом наполнении инфинитива, с временными указателями или в соответствующей ситуации.

Sculan имел не только значение долга (например, *cyning sceal rice healdan = король должен править страной*), но и более абстрактные значения. Например, значение «необходимости»: *and ealle sa hwile he sceale sezlian be lande = и все это время он должен плыть вдоль берега*, а также «пророчества, предсказания».

Глагол willan, кроме значения желания и намерения, выражал в древнеанглийском «готовность выполнить действие», «обещание»: *Hie willas eow to gafole garas sellan = Они дадут тебе только копья в качестве дани*.

Лишь в отдельных, очень редких случаях можно предполагать, что глаголы sculan и willan десемантизировались и выражают «чистое» будущее время.

В текстах XIV в. встречаются предложения с глаголом shall, в которых значение «долженствования, необходимости» несовместимо со значением инфинитива или других компонентов. Да данном этапе можно увидеть, что степень грамматизации увеличивается, а семантическая нагрузка уменьшается.

Но, несмотря на это, в данный период развития языка «чистого» будущего без модальных оттенков еще практически не существует. Модальные сочетания и конструкции будущего времени образуют непрерывный континуум без резких переходов.

Что касается лексического охвата конструкции, то он практически неограничен. Вплоть до того времени, когда были закреплены правила их употребления, выбор того или иного глагола определялся их конкретным модальным значением: когда действие ставилось в зависимость от индивидуальной воли субъекта, употреблялся глагол will, когда же необходимо было выразить более или менее объективную необходимость или обязательность действия, использовался глагол shall.

В среднеанглийском shall является более частотным глаголом, чем will. В XIV-XVII вв. основной формальной моделью аналитических конструкций будущего становится shall с инфинитивом. Начиная с XVII в. will постепенно вытесняет shall в глагольной системе. Их меняющийся функциональный статус проявляется в диалектных, стилевых, жанровых предпочтениях и ограничениях. Will распространяется из разговорных форм речи в письменные с юга на север, по мере того как shall все более закрепляется за «высоким» стилем, например текстами религиозного содержания.

Впервые нормы употребления глаголов shall и will во вспомогательной функции были сформулированы Джорджем Мэзоном в 1622 г. (в его «Grarnaire Angloise»), которые базировались на тех же конкретных модальных значениях, связывающих shall с первым лицом, а will с остальными лицами. Грамматики нашли употребление shall более подходящим для выражения будущего времени от первого лица в силу

конкретной модальной семантики этого глагола, обладающего в своем значении оттенком принуждения или личной уверенности.

Таким образом, в различные периоды развития английского языка превалировала та или иная форма футурального реферирования. В древнеанглийский период основным способом выражения будущего являлось настоящее время, в начале среднеанглийского преимущественное употребление получило глагольное сочетание глагола shall, а с 16 в. главным средством выражения будущего стало сочетание глагола will с инфинитивом. Появившийся в 16 в. его редуцированный вариант -‘ll, еще более укрепил позиции данного вспомогательного глагола.

Как известно, в 18 в. грамматисты нормативного направления объявили форму с shall более правильной в первом лице, чем форму с will. Однако и правило употребления только shall с первым лицом, и правило, основанное на различии произвольного и непроизвольного характера действия, постепенно все более игнорировалось в английском языке. Тенденция к стандартизации средств выражения будущего неуклонно снижает частотность употребления shall как маркера будущего в пользу will и его редуцированного варианта -‘ll и в современном английском языке.

Из всего вышесказанного можно сделать вывод, что для английского языка характерны общие тенденции развития аналитических форм будущего времени германских языков, то есть использование сочетаний с глаголами волеизъявления и долженствования, семантика которых наиболее близка к модальному значению будущего. Для английского языка характерна предельная грамматизация группы модальных глаголов, превратившихся в модально-предикативные частицы, и тенденция к использованию глагола will во всех его вариантах в качестве маркера будущего времени.

Среди основных факторов развития грамматического будущего необходимо отметь и когнитивный фактор: эволюция грамматических форм испытывает влияние изменений в мышлении носителей языка в сторону развития более абстрактных представлений о времени, то есть обусловлена общим процессом познания объективной действительности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бондарко, А. В. Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность / А. В. Бондарко [и др.]. – Ленинград : Наука, 1990. – 263 с.

2. Расторгуева, Т. А. Очерки по исторической грамматике английского языка / Т. А. Расторгуева. – М. : Наука, 1989. – 160 с.

3. Haegemann, L. The semantics of will in present-day British English : a unified account / L. Haegemann. – Brussels : Paleis der Academien, 1983. – 179 p.

УДК 811.11-112

А. Ю. ДОМНИЧ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. А. Тарасевич, кандидат филологических наук, доцент

ФУНКЦИИ СЛЕНГА В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

Одной из современных тенденций лингвистической науки стало изучение проблем речевой коммуникации. Сленговая лексика представляет интерес для исследований многих отечественных и зарубежных лингвистов, поскольку активно используется носителями языка, непрерывно дополняется новой лексикой, и, следовательно, может выступать как достоверный источник информации о языковых факторах. Одним из наиболее перспективных аспектов современной лингвистики являются работы в области классовой стратификации языка (Labov, Bernstein), изучения проблем нестандартной речи, в центре внимания которых находятся вопросы речевого поведения студентов, определения особенностей, свойств и уникальных черт речи молодежи, обучающейся в университетах, в контекстах общения, лингвистических и культурных традициях.

Язык – непрерывный процесс, представляющий собой изменчивую систему, которая находится в процессе изменений, что обеспечивает его жизнеспособность и гармоничность. Тем временем сленг представляет собой эфемерное явление, подтверждающее непрерывное развитие языка.

Сленг – «это слова, которые часто рассматриваются как нарушение норм стандартного языка. Это очень выразительные, ироничные слова, служащие для обозначения предметов, о которых говорят в повседневной жизни» [1, с.289].

В более общем понимании сленг подразумевает под собой как разговорную лексику, так и жаргонизмы, но социальные и психологические компоненты использования сленга затрудняют задачу определения данного термина. В лингвистических целях сленг необходимо отличать от таких слоев лексики как вульгаризмы, жаргонизмы, профессионализмы ненормативная лексика, диалекты. Сделать это достаточно трудно, так как сленг обладает множеством схожих характеристик с каждым из выделяемых в словарном составе слоев. В большинстве случаев сленг имеет ограничения

не столько в географическом, сколько в локальном плане и часто возникает внутри группы людей, объединенных одним занятием. Например, студенты в университетах, учащиеся в школах. Одной из прагматических функций сленга является формирование или укрепление социальной идентичности в рамках определенной социальное группы. Сленг выступает как идентификатор идентичности.

В состав сленга входят различные слова и словосочетания, с помощью которых люди идентифицируют себя с отдельно взятыми социальными и профессиональными группами. Сленг – это яркий, выразительный слой нелитературной лексики, своеобразный стиль языка, который занимает место, прямо противоположное крайне стандартизированной литературной речи.

Сленг в большей мере используется в устной речи, так как относится к неформальному слою лексики. Сюда относится эмоционально окрашенная лексика. Большинство слов и выражений в сленге имеют достаточно выраженную фамильярную окраску, что сужает стилистические границы их использования [2, с.32]. Таким образом, не владея определенными сленговыми выражениями, можно с большими затруднениями читать художественную литературу, а также допускать ошибки в общении с носителями языка. Например, фраза гида *‘Anybody wants to take a leak?’*, что означает *‘Does anybod y want to go to the restroom?’*, у туристов, не имеющих представление о значение данной фразы, может, по меньшей мере, вызвать замешательство.

Сленговые слова и словосочетания доступны для понимания только представителям данной социальной группы. Сленг является главным и важным атрибутом социальных групп, который влияет на направленность и оформление данной группы выступает как объект отождествления себя и принадлежности к конкретной социальной группе, обладающей специфичной формой поведения, стелем, манерой.

Как правило, к основным функциям сленговой лексики относят: коммуникативную, когнитивную, номинативную, экспрессивную, мировоззренческую, эзотерическую (криптофункцию, или конспиративную), идентификационную (сигнальную), функцию экономии времени (языковой экономии). Коммуникативная функция сленга проявляется и связана с тем, что сленг – это средство общения. Сленг создан для коммуникации людей и это его основная задача. Он помогает одному индивиду выражать свои мысли, а другому индивиду воспринимать их.

Когнитивная функция тесно связана с коммуникативной функцией сленга. Лексические единицы и конструкции сленга выступают как носители дополнительной информации, семантический оттенок, который трудно передать с помощью стандартных лексических единиц.

Номинативная функция проявляется как дополнительный механизм для создания более пригодных слов для приспособления к новым

тенденциям, моде, техническому прогрессу. Современные явления приобретают новые наименования благодаря лексической системе сленга.

Понятия сленга могут не только соотносится со стандартной лексикой языка, но и называть абсолютно новые понятия, которые не имеют наименования в стандартной лексике языка.

Экспрессивная функция сленга связана с эмоциональной и стилистической окраской сленгизмов. Благодаря наличию окраски, сленгизмы отличаются от стандартной лексики языка. Следует отметить, что сленговая лексика не только выполняет номинативную функцию, но и показывает отношение индивида к именуемым понятиям. Отношение может быть нейтральным, негативным и положительным в следствие различного вида коннотаций, а эмоциональный компонент добавляет оценочное значение. Таким образом, можно сделать вывод о сленговой лексике, как о феномене с ярко выраженным оценочным значением, как о более экспрессивной форме для наименований предметов и явлений [3, с.159].

Мировоззренческая функция сленга связана с способностью сленгизмов отражать и влиять на особенности его носителей, их социальный статус, профессиональную принадлежность и возрастные особенности. Сленг отождествляет индивида, дифференцирует людей с разным уровнем образованности и культуры. Сленг не является точным доказательством культуры индивида, так как индивид может обладать различной лексикой и использовать ее в зависимости от социальной среды, от людей, с которыми он общается. Но в современном обществе наблюдается тенденция к употреблению лексики не стандартного литературного языка, а сленга, особенно среди молодых людей, различных социальных групп, субкультур.

Эзотерическая функция сленга реализуется в его способности отражать социальную принадлежность индивида. Сленг формирует у индивидуумов чувство единства и сплоченности, принадлежности к отдельному социальному классу, ограниченному своим способом коммуникации. Индивиды, не владеющие таким речевым поведением, вызывают враждебное отношение и неприязнь. Данное явление мы можем оправдать посредством закрытого характера сленга, что не свойственно стандартной лексике языка.

Идентификационная функция сленга тесно соотносится с эзотерической. Сленг выступает как специфичный вид пароля для отождествления людей, относящихся к определенной социальной группе. Тем самым он упрощает процесс поиска людей, относящихся к конкретному социальному классу. В процессе коммуникации индивид, посредством сленга, идентифицирует себя. Сленг выступает как визитная карточка с информацией, которую можно определить на ментальном уровне. Благодаря речи, другой индивид получает представление о возрасте,

социальном положении, происхождении, то есть процесс знакомства и распознавания происходит быстрее.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что сленг – явление специфичное, своеобразное и неизбежное, так как является удобным инструментом для отождествления людей, принадлежащих к определенному классу общества. Сленг выполняет различные функции не только с точки зрения лингвистики, но и социальной психологии, является инструментом эволюции языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов/ О. С. Ахманова – 2-е изд., стер. – М : УРСС : Едиториал УРСС, 2004 – 571 с.

2. Аюпова, Р. М. К вопросу о молодежном студенческом сленге в Великобритании // В сборнике: Социализация и межкультурная коммуникация в современном мире. Ответственный редактор В. И. Петрищев. 2015. – С. 28-34

3. Лаптева, Ю. В. Функции молодежного сленга // Вестник МГОУ. Серия “Лингвистика”. №1 / 2012, – с. 158-161.

УДК 81.37

В. П. ЖАНКЕВИЧ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Е. Н. Стрижевич

ГРАММАТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ВЕЖЛИВОСТИ

Вежливость – неотъемлемая часть культуры любого народа и, являясь элементом коммуникативного сознания, может быть изучена как коммуникативная категория, имеющая собственную ментальную ценность. Используя ее, мы демонстрируем наше культурное поведение. Вежливость как коммуникативная категория универсальна. Это означает, что ее можно наблюдать в поведении всех людей в мире. Однако в разных культурах она проявляется по-разному. Вот почему этот вопрос является актуальным особенно в наши дни.

Вежливость – это один из краеугольных камней межкультурной компетенции, один из многих, который позволяет людям с различным этническим, культурным и языковым происхождением эффективно общаться друг с другом.

В лингвистике под вежливостью понимаются способы, которыми оперирует говорящий во время разговора, чтобы проявить и показать уважение к чувствам и желаниям своих собеседников, создать и поддержать межличностные отношения (так называемое политическое поведение) и соблюсти правила того, что общество или культура считают подходящим поведением. В английском языке вежливость в общении выражается как лексически, так и грамматически. Также можно наблюдать сочетание этих двух вариантов.

Грамматические средства выражения вежливости – это объединенные в предложения модели и структуры, с помощью которых говорящий в процессе коммуникации выражает свое отношение к какой-нибудь ситуации общения. В английском языке в качестве грамматических средств выступают в основном модальные глаголы и условное наклонение, но возможно и использование императивного наклонения в вопросительной форме. При использовании последнего, для смягчения всегда добавляется такой показатель вежливости, как слово «*please*», например, «*Hurry up, please!».*

В неофициальном диалоге мы можем использовать выражение «*Will you*…», например, *«Will you pass the napkin, please?».* Чтобы показаться более вежливым, рекомендуется использовать конструкции с *«would»:* «*Would you pass the napkin, please?».*

Условные наклонения используются говорящим для достижения своей цели, другими словами, когда говорящий хочет, чтобы собеседник что-либо сделал для него. Просьбы выходят достаточно деликатными и тактичными: *I wish you could sing this song for me*! – надеюсь, ты сможешь спеть эту песню для меня.

В английском языке существует так называемый, конечный форматив will you. Данный форматив имеет характеристики как императивного, так и вопросительного предложения вежливой формы, к примеру: «*Will you pass the napkin, please?»*

Когда речь идет о модальных глаголах, то здесь стоит обратить внимание на стиль речи, отношения между собеседниками и место, в котором происходит беседа. Для того, чтобы речь звучала менее официальной, можно начать вопрос с модального глагола *can*. В официальной речи принято употреблять could. Такие модальные глаголы, как must, should, can, may/might употребляются для вежливой коммуникации, а также для смягчения категоричности. Глаголы разные и соответственно носят разный оттенок модальности, поэтому очень важно различать в какой ситуации и какой глагол лучше всего употребить. Например, may используется гораздо реже, чем can or could. Важно помнить, что модальный глагол may в большинстве случаев употребляется от первого лица, намекая на согласие или разрешение собеседника. Модальный глагол

might носит двойной характер. С одной стороны, с помощью этого глагола можно выразить легкое возмущение и недовольство, а с другой стороны – просьбу в вежливой форме. Примеры для сравнения: *You might switch the radio off while I'm writing the letter. Might I keep your book for a day or two?*

Модальный глагол *should* выражает предположение, которое основывается на ожидаемости конкретного события: *John should be easy to talk to* (Джон хочет завоевать репутацию общительного человека).

Чтобы быть максимально вежливым, можно воспользоваться конструкцией «*Would you mind + герундий...?»* Если говорящий волнуется о том, чтобы не принести неудобства своему собеседнику, то он использует в своей речи такие фразы, как: *Do you mind if...?, I was wondering if..?* Чтобы убедиться в том, что последующие действия действительно не побеспокоят собеседника, говорящий может использоваться следующие слова: *will you, would you, could you, right, all right, OK.* В таких *выражениях will you и would you* лишились своей характеристики вопросительных фраз. Теперь они маркеры вежливости наравне с «please».

Когда говорящий что-то предлагает, он не может предугадать, что ответит ему собеседник, поэтому ему следует использовать подходящие средства выражения вежливого предложения. Точно так же, как и просьба, предложение может быть выражено условным наклонением. Например, *«It would be nice if you go for a walk with me!».*

Так же, если говорящий желает что-то предложить, он может воспользоваться модальными глаголами: can - менее вежливый, would – более вежливый. Сравним: *Can I help you? - Я могу вам помочь? Would you like a cup of coffee? - Не хотите ли чашечку чая?*

В английском языке при помощи грамматических средств, которые помогают быть вежливым, также можно выразить благодарность. Для этого в большинстве случаев используются модальные глаголы: *I wish/would like to thank you!*

В английском языке даже отрицательные конструкции могут использоваться для выражения согласия с мнением собеседника: *Isn’t that amazing!* Если говорящему нужно извиниться, то в таком случае можно воспользоваться такой конструкцией, как*: I am afraid...: – Could you help, with my English pronounciation? – I'm afraid I can't.*

Подводя итог всему выше сказанному, нужно отметить, что вежливость в английской коммуникативной культуре играет значительную роль. Вежливость – это одна из составляющих языка. То, что в русском языке прозвучало бы в императиве, в английском считается очень грубым. Грамматические средства выражения вежливости в английском языке не так многообразны и в основном формируются с помощью модальных глаголов

и условного наклонения. Каждый модальный глагол имеет свое значений и носит свой определенный характер.

УДК 811.111
А. С. КОВАЛЕВИЧ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии Ю. А. Тищенко

ФОНЕТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКОГО ВАРИАНТА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В настоящее время английский язык является одним из самых распространенных в мире, что, безусловно, объясняет существование огромного количества вариантов и диалектов английского языка, каждый из которых имеет свои различия и особенности в тех или иных сферах жизни людей. Целью данного исследования является определить особенности американского варианта английского языка в области фонетики, а также основные различия в произношении по сравнению с британским вариантом английского языка.

Необходимо отметить, что американский вариант английского языка тесно связан с языком первых английских поселенцев, основавшихся в XVII на территории современных Соединенных Штатов Америки. В Великобритании существует так называемое «общепринятое произношение» (received pronunciation или RP), которое широко распространено среди образованного населения и не имеет местной окраски. Вопрос о стандарте американского произношения менее изучен. Но, как отмечают исследователи, в Америке отсутствует единый произносительный стандарт. Многие лингвисты считают существенным фонетическим отличием в этих вариантах множество интонационных моделей. Мелодика в американской речи менее вариативна по высоте тона, а мелодический контур предложения представляет собой практически ровную шкалу и нисходящий тон. Такая интонационная модель определяет всю звуковую структуру американского варианта. Что касается британского английского, здесь распространено много интонационных моделей, много нисходящих и восходящих ступенчатых и скользящих шкал.

В американском произношении принято сохранять в многосложных словах вторичное ударение, а безударные слоги произносить полно и отчетливо. Слова с суффиксами *-ary, -ory, -ery*, в отличие от литературного,

где они произносятся с одним ударением (*dictionary* ['dɪkʃənərɪ], *ceremony* ['serɪmənɪ]), имеют на этих суффиксах дополнительное ударение [4, с. 14].

Благодаря большому количеству второстепенных ударений, ритм американской речи становится более монотонным: соотношение ударных слогов к безударным составляет 1:1, т.е. каждому ударному слогу соответствует безударный [2, с. 272].

Перечислим типичные и самые известные произносительные отличия американского варианта английского языка от британского:

Произношение [æ] вместо [ɑ:] в американском английском: *ask* [æsk], *dance* [dæns], *path* [pæθ].

Звуки [ɔ] и [ɔ:] произносятся с меньшим округлением губ и четким оттенком [ɑ:]: *caught* [kɑ:t].

«T» очень часто произносится как [d]: *later* ['leɪdə], *writer* ['raɪdə].

Звук [ʃ] в перед *-ion* или *-ia* в американском английском часто произносится как [ʒ]: *excursion* [ɪks'kɜ:ʒn], *Asia* ['eɪʒə].

Звук [ju] часто произносится как [u:] в американском английском: *new* [nu:], *knew* [nu:], *due* [du:], *duty* ['du:tɪ], *student* ['stu:dnt], *tune* [tu:n].

Звук [r] произносится в большинстве случаев: *Denmark* ['denmɑ:rk], *horse* [hɔ:rs], *harm* [hɑ:rm].

Звук [h] опускается в случаях, когда находится в безударном слоге, однако произносится в ударных слогах: *historical* [ɪs'tɔrɪkəl].

Также ниже представлены некоторые случаи различного произношения слов [5]:

	Британский	Американский
advertisement	əd'vɜ:tɪsmənt	'ædvər'taɪsmənt
clerk	kla:k	klɜ:rk
either	'aɪðə	'ɪ:ðər
neither	'naɪðə	'ni:ðər
forehead	'fərəd	'fɔ:rhəd
hurry	'hʌrɪ	'hɜ:rɪ
medicine	'medsən	'medəsən
schedule	'ʃedju:l	'skedʒu:l
vase	va:z	veɪz
address	ə'dres	'ædres
ballet	'bæleɪ	bæ'leɪ
cafe	'kæfeɪ	kæ'feɪ
cigarette	sɪgə'ret	'sɪgə'ret
laboratory	lə'bərətərɪ	'læbrətɔ:rɪ
magazine	mægə'zi:n	'mægəzi:n
princess	pri:n'ses	'prɪnsəs

Необходимо отметить, что американская речь характеризуется ровным тоном и мелодикой, приводящей к убыстрению темпа произношения. Наблюдается более четкая выделенность ударных слогов за

счет нисходящего тона. Наиболее заметные различия между американской и британской интонацией в неэмфатических утверждениях и вопросах заключаются не в завершающем, несущем основную смысловую нагрузку, а в предшествующем ему мелодическом контуре. При этом различия носят не смысловой, а экспрессивно-стилистический характер [5].

Лингвисты утверждают, что американский английский в общем насчитывает около 270 диалектов, самыми распространенными из которых являются северный и южный. В настоящее время южные диалекты приобретают все более явные черты, которые отличают их от других диалектов и являются их особенностью. Южные диалекты американского английского свойственны афроамериканскому населению. Эти диалекты имеют следующие особенности [5]:

В Калифорнии ing-овые окончания заменяются на een: *thinkeen, goeen, campeen.*

Дифтонг [aɪ] произносится как долгий [a:]: *I'm fine* – [ɑ:m fɑ:n]; *nice* – [nɑ:s], *try* – [trɑ:], *time* – [tɑ:m].

Довольно частым является явление произносить звук [i:] вместо [u:]: гласный в слове ‘who’ звучит, как и в слове ‘tree’, *true – tree, blue – blee.*

Звук [r] не произносится: *far* – [fɑ:], *harm* – [hɑ:m].

Свои особенности имеет нью-йоркский диалект. Существует выражение: «говорить как житель Нью-Йорка – быть неграмотным, необразованным, глупым человеком». Название этого города жители произносят как [nyoo youk], *card* – [kɑ:hd], *four* – [fowh]. Необходимо отметить, что калифорнийский диалект считается эталоном американского произношения на телевидении и радио. Яркой фонетической особенностью этого диалекта является опущение звука [t]: *about* – [ə'bau]. Звук [h] не оглушается при произношении: *human* ['hju:mən] [3, с. 145].

Интересным представляется тот факт, что численность людей, говорящих на американском варианте английского языка, в 4 раза больше, чем говорящих на британском английском. Поскольку США занимает лидирующие позиции на мировой арене, именно американский английский становится все более популярным. Кроме того, экономические связи способствуют активному распространению американского варианта английского языка во всем мире.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антонова, Ю. И. Сравнительный анализ британского и американского вариантов английского языка [Электронный ресурс] / Ю. И. Антонова. – Режим доступа: https://knowledge.allbest.ru/languages/3c0b65635b3ac78a4c43a88421306c37_0.html. – Дата доступа: 02.03.2019.

2. Бурая, Е. А. Фонетика современного английского языка/ Е. А. Бурая. – М. : Издательский центр «Академия», 2006. – 272 с.

3. Выборова, Г. Е. Easy English / Г. Е. Выборова, К. С. Махмурян. – М. : Издательский центр «ВААДОС», 1994. – 145с.

4. Качру, Брадж Б. Мировые варианты английского языка / Брадж Б. Качру. – М. : Филология и наука, 2012. – 14 с.

5. Spoken American English [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://alemeln.narod.ru/pages/call/call1.html. – Дата доступа: 03.03.2019.

УДК 811. 111’36 + 811. 111’37

И. В. ЛАЙТЕР

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Д. В. Архипов

МОДАЛЬНОСТЬ КАК ФУНКЦИОНАЛЬНО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

В современной лингвистике наблюдается повышение интереса к категории модальности. Модальность – явление многоаспектное, поэтому в лингвистической литературе высказываются различные мнения по поводу сущности данного феномена. Пожалуй, нет другой категории, о языковой природе и составе частных значений которой высказывалось бы столько различных и противоречивых точек зрения.

Модальность является предметом изучения различных наук – философии, логики, языкознания. Модальность (лат. *modus* – «мера, способ») – это явно или неявно выраженная в суждении дополнительная информация о характере зависимости между реальными явлениями, о логическом статусе суждения, об оценочных, регулятивных, временных и других его характеристиках. Модальными можно считать все суждения, выражающие живые законы науки.

В лингвистике семантическая категория модальности передает отношение говорящего к содержанию его высказывания, целевую установку речи, отношение содержания высказывания к действительности. Модальность может иметь значение утверждения, приказания, пожелания, допущения, достоверности, реальности/нереальности и др. Иногда термин «модальность» выступает как синоним термина «наклонение», но чаще эти понятия разграничивают, считая модальность семантической категорией (относящейся не только к глаголу и которая может не иметь в языке обязательного выражения), а наклонение – грамматической категорией глагола.

В ходе лингвистических исследований границы употребления термина «модальность» утратили свою определенность. Его трактовка в современной лингвистике необычайно широка, и трудно назвать двух авторов, которые понимали бы модальность одинаково. Объем этого понятия и охват им языковых явлений не совпадают в концепциях разных авторов.

В зависимости от целей исследования модальность рассматривается как понятийная категория, семантико-грамматическая категория, семантическая категория широкого объема, синтаксическая категория, функционально-семантическая категория, коммуникативно-грамматическая категория, семантико-коммуникативная категория.

С точки зрения, например, А. В. Бондарко, характеристика модальности как устанавливаемого говорящим отношения содержания высказывания к действительности весьма неопределенно и требует уточнений. Он вводит в характеристику рассматриваемого понятия указание на доминирующий признак, дающий некоторое представление о том, какое именно отношение к действительности рассматривается как основное и специфическое для модальности. По его мнению, доминантой модальности является то или иное отношение к оппозиции реальности/ ирреальности. Для того чтобы эта характеристика была более информативной, в нее включены основные типы значений, которые рассматриваются как модальные:

1) актуальности/ потенциальности (возможности, необходимости, гипотетичности и т.д.);

2) оценки достоверности;

3) коммуникативной установки высказывания;

4) утверждения/ отрицания;

5) засвидетельствованности (пересказывания/ непересказывания).

О. Н. Лагута в своих работах различает шесть типов модальности: *алетическую, эпистемическую, деонтическую, временную, аксиологическую* и *избирательную*.

Сторонники другого направления придерживаются дифференциации категории модальности на *объективную*, выражающую отношение к действительности, и *субъективную*, в которой реализуется отношение говорящего к сообщаемому. Такое понимание модальности представлено в работах довольно многих лингвистов (В. Н. Бондаренко, Г. А.Золотовой, В. З. Панфилова, Л. М. Наера и др.).

С позиций функциональной грамматики модальность можно представить как функционально-семантическое поле, имеющее сегментированную структуру и объединяющее разнообразные средства выражения оценки говорящим связей и отношений действительности с точки зрения их характера, степени желательности либо как комплекс

функционально-семантических полей с указанным содержанием. В данном случае в рамках каждого модального поля могут анализироваться определенные модальные ситуации – возможности, необходимости, оптативные, императивные и т.п.

Развитие функционально-прагматического направления языковых исследований привело к дальнейшему расширению понятия модальности. Поскольку в центре внимания функциональной прагматики находится речевое общение, представители этого направления развивают понятие диалогической модальности:

в дискурсе находят выражение не только соотношения сообщаемого и действительности (фактивность, возможность, необходимость), но и отношения к теме диалога:

серьезно, в шутку, иронично – *экзистенциальная модальность*;

формально, доверительно, конфликтно (отношение партнеров общения друг к другу) – *интерперсональная модальность*;

адекватный/ неадекватный, явно завышенный, заниженный уровень притязаний (отношение партнера общения к самому себе) – *эгоцентрическая модальность*.

Между различными модальными значениями существуют как парадигматические, так и синтагматические связи. Парадигматические связи некоторые из исследователей видят в том, что все многообразие модальных значений может быть сведено к одному значению, которое в этом случае рассматривается как элементарное, входящее составной частью в другие модальные значения, трактуемые как производные.

В этой связи, безусловно, нужно отметить теорию семантических примитивов А. Вежбицкой. Она считает, что в основе модальных значений возможности, невозможности, необходимости, запрещения лежат модальные значения «хочу» и «не хочу», которые трактует как непроизводные. Отрицание в этой концепции также рассматривается как модальность, производная от значения «не хочу».

Таким образом, очевидно, что проблема модальности до сих пор не получила общепризнанного решения в современной лингвистике. Многоплановость и неоднозначность этой категории позволяет подходить к проблеме модальности с различных точек зрения и вести исследования в самых разных направлениях.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бондарко, А. В. Принципы функциональной грамматики и вопросы аспектологии / А. В. Бондарко. – М. : Эдиториал УРСС, 2001. – 208 с.

2. Вежбицкая, А. Язык. Культура. Познание / А. Вежбицкая. – М. : Русские словари, 1997. – 411 с.

3. Гардинер, А. Теория языка и речи / А. Гардинер, Э. Бенвенист. – М. : Академия, 1994. – 468 с.

4. Лагута, О. Н. Логика и лингвистика / О. Н. Лагута. – Новосибирск, 2000. – 140 с.

УДК 811.111’36

Н. И. МАЛАЙЧУК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Д. В. Архипов

К ВОПРОСУ О НЕУПОТРЕБЛЕНИИ АРТИКЛЯ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Артикль является важным языковым средством, обеспечивающим точное выражение и правильное понимание мыслей на английском языке. Неумелое пользование артиклем в речи ведет либо к искажению смысла высказывания, либо к взаимному непониманию собеседников. Он является одним из средств соотнесения конкретного речевого произведения с конкретной речевой ситуацией.

Как известно, в английском языке довольно часто одно и то же существительное может употребляться как с артиклем, так и без артикля, причем не всегда возможно четко сформулировать грамматическую причину этого. Например: *absence may be due to..., ...though absence may be a condition to which*…, но *...the absence of common sense...*; *abundance of organisms in ocean samples*…, *... some marked differences in abundance*…, но *...showed a lesser abundance of..., the mean abundance of*… и т.д.

Случаи отсутствия артикля лишь отчасти систематизированы в руководствах по грамматике и составляют одну из главных трудностей при активном овладении английским языком.

Употребление одного и того же существительного с определенным/ неопределенным/«нулевым» артиклем, без артикля или каким-то другим определителем зависит от многих факторов, которые можно объединить в две большие группы: грамматическое употребление артикля и употребление артикля, обусловленное традицией. Грамматическое употребление артикля в первую очередь зависит от класса существительного, от наличия в составе предложения ограничивающего или описательного определения, а также от типа сказуемого, структурно-семантического типа предложения или словосочетания, более широкого контекста и т.д. Не все из названных факторов поддаются систематизации,

однако существуют некоторые общепринятые описания употребления/ неупотребления артиклей.

Итак, артикль отсутствует:

- при именах, фамилиях, названиях стран (в типичных случаях), островов, озер, гор, улиц, площадей. Однако, против ожидания, названия рек, полуостровов, архипелагов островов, горных цепей употребляются с определенным артиклем;
- при неисчисляемых существительных: названиях материалов и химических веществ, названиях абстрактных понятий (*technology, science, antagonism, weariness* и др.);
- часто после предлогов for, by, without, after, in, on и др. Как правило (но не всегда), после предлога of, при этом определяемое существительное само может не иметь артикля;
- в названиях наук (по крайней мере, при отсутствии определения). прикладных отраслей, болезней, языков;
- в наименованиях процессов: *dilution, analysis, election* и др.;
- в указаниях на год, месяц, сезон, дату и т.п.;
- при перечислении и в парных сочетаниях (например, *hunter and hunted, from head to toe, man to man, day after day*);
- в заглавиях артикли могут быть пропущены, причем в названиях статей даже одного и того же автора артикли могут либо отсутствовать, либо присутствовать;
- в случаях типа *Chapter 3, Room 10, Grade 2*;
- при указании служебного положения или общественного статуса;
- и, наконец, устойчивые словосочетания без артикля, представляющие собой законченный случай отбрасывания артикля. Эти сочетания достаточно обычны: *for example, in conclusion, by accident, in contrast, in concert with* и многие другие. В литературе приводится список из 255 таких сочетаний, число которых может быть значительно пополнено. В ряде таких сочетаний может наблюдаться десубстантивизация существительного, его превращение в сложное наречие: at *hand, by way of* и др.

Тенденция к опущению артикля также прослеживается и с именами собственными, ранее используемыми с определенным артиклем: *Regent's Park*. (В 19 веке нормой являлось *the Regent's Park*.)

Говоря о смысловой стороне неупотребления артикля, можно утверждать, что отсутствие артикля имеет основное значение обобщения, отвлечения от индивидуализации. При этом основном значении, однако, многие лингвисты (Е.А. Рейман и др.) указывают и на обратное – что имена собственные, например, не требуют употребления артиклей в силу их и без того очевидной индивидуализированности.

При конкретизации неисчисляемых или обозначающих отвлеченные понятия существительных артикль применяется: *...projecting out of the water..., ...the relatively open water....* и т.д.

Иногда употребление артикля факультативно, например: *on the dial 'P'; adjacent to dial 'P'*. Иногда оно может иметь стилистическую окраску, что создает дополнительные трудности.

Трудности также увеличиваются из-за различия между употреблением (и неупотреблением) артиклей в научно-технической и художественной литературе. В художественной литературе употребление артиклей более регулярно. Еще одно осложнение составляет более высокая частотность отсутствия артикля в американском варианте английского языка.

Также следует различать безартиклевое употребление существительных и существительных с «нулевым» артиклем. Без артикля употребляются обычно имена, семантически уже определенные, по смыслу не требующие артикля, либо имена, имеющие местоименные (прежде всего указательные) определители: *I saw John, I saw this man.* О «нулевом» артикле как значимом отсутствии явного артикля можно говорить применительно к тем случаям, когда грамматический или фонетико-синтаксический контекст ведет к устранению морфологического артикля: *I saw men*.

Тенденция "размывания" системы артиклей и встречающаяся факультативность приводят к выводу о невозможности выработки исчерпывающих правил о неупотреблении артикля в английском языке. В лингвистической литературе неоднократно отмечалось, что такие правила могут быть лишь общими и приблизительными.

Многообразие форм отсутствия артикля, их неподчинение исчерпывающим правилам является основанием для составления словаря-справочника таких сочетаний, необходимого при изучении английского языка и в практике перевода.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Вейхман, Г. А. Новое в грамматике современного английского языка / Г. А. Вейхман. – М. : АСТ, 2002. – 172 с.

2. Виноградов, В. А. Артикль / В. А. Виноградов // ЛЭС. – М., 1990. – С. 34 – 36.

3. Рейман, Е. А. Английский артикль. Коммуникативная функция / Е. А. Рейман. – С-Пб. : Наука, 2000. – 149 с.

УДК 811. 111’36
Р. Н. РАХНЯНСКИЙ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Д. В. Архипов

ОСНОВНЫЕ ФУНКЦИИ АДВЕРБИАЛЬНЫХ ПОСЛЕЛОГОВ В СОВРЕМЕННОМ АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В современном английском языке послелоги вступают в очень большое число сочетаний разных типов. Число сочетаний, одним из компонентов которых является послелог, непрерывно возрастало в английском языке с начала ново англиканского периода и продолжает расти. В современном английском языке особенно велико количество сочетаний послелога с глаголами. И их число постоянно растет. Наряду с увеличением числа, растет и частота использования таких сочетаний.

Адвербиальными послелогами, как известно, называют особый разряд постпозитивных наречий (up, out, off, и т.д.), состоящих из единиц, которым свойственны следующие родовые признаки наречий:

- способность присоединяться к глаголам, прилагательным и другим наречиям, редко к существительным, иногда к словосочетаниям и предложениям;
- уточнение и дополнение их значений;
- наряду с немногими, имеющимися в языке постпозитивными наречиями, адвербиальные послелоги занимают положение (за исключением случаев стилистической инверсии) только после слова или ряда слов, к которому они присоединяются.

Адвербиальные послелоги имеют и другие видовые или отличительные признаки. Так, например, они способны, присоединяясь к словам или к рядам слов, составлять с ними вместе более или менее тесные и устойчивые смысловые, синтаксические и фонетические целые и сложные единицы, в которых выполняемая или обстоятельственная функция часто настолько ослаблена, что нельзя видеть в послелогах относительно самостоятельные обстоятельства.

В отличие от других постпозитивных наречий, сочетаясь с глаголом, принимающим прямое дополнение, послелоги могут занимать и обычно занимают место после глаголов. Они так же отделяют глагол от прямого дополнения. Например:

turn out the light = turn the light out;
put on your coat = put your coat on;
но *hold your head still; carried the lead far*.

Адвербиальные послелоги являются важной составляющей английских фразовых глаголов. Это можно наблюдать на примере послелога “down” в следующих примерах: *Write down the rule/ Put down the rule/ Get down the rule/ Take down the rule.* Все перечисленные предложения могут быть переведены как *«Запишите правило»*. Это же значение может быть передано глаголом write с использованием различных послелогов, но также и другими фразовыми глаголами с одним и тем же послелогом.

Таким образом, в английском языке синонимами могут быть фразовые глаголы с одним и тем же послелогом, но не с одним и тем же глаголом, что свидетельствует о важности послелогов.

Вопрос изучения фразовых глаголов, без преувеличения, считается одним из важнейших в теоретическом изучении и практическом освоении английского языка. Фразовые глаголы занимают значительное место в глагольной лексике современного английского языка и являются чрезвычайно употребительными ввиду своего большого разнообразия, идиоматичности значений и неоднородности функционирования.

Традиционным определением фразового глагола является сочетание «простого» глагола (состоящего из одного слова) и адвербиального послелога, вместе с которым данное сочетание представляет собой единую семантическую и синтаксическую единицу.

Фразовые глаголы широко используются не только в разговорном английском языке. Многие из таких глаголов стали неотъемлемой частью языка газет, юриспруденции, экономики и получили даже более частое употребление, чем «простые» глаголы, являющиеся их синонимами.

Во взаимодействии со сложными существительными и прилагательными, образованными от глаголов, послелоги превращаются в морфемы – компоненты сложных слов. При этом послелоги сохраняют свое место в постпозиции и превращаются в своего рода постфиксы, приближаясь по форме к аффиксам, но, не становясь ими, поскольку не служат средством образования новых слов и не прибавляются к старым словам для создания новообразований.

Например: *an actor’s make up, a turn-up seat, a made-up story.*

В сочетаниях с глаголами английские адвербиальные послелоги выполняют следующие функции:

- ослабленную обстоятельственную в составных глаголах (*sit down, go out, come back*);
- обстоятельственную:

I hope you are not going to come out in such weather. Run down and see whether the entrance door is bolted;

- обстоятельственно-предикативную в сочетаниях со связочными глаголами be, stay, get, и иногда с keep, hold, fall:

You had better stay away. Is he in?

В составе сложных словосочетаний, глагольных и наречных, в которых они так же являются компонентами синтаксически неделимых единиц они выполняют функции: в глагольных – ослабленную обстоятельственную, уточняемую предшествующим составом словосочетаний составом словосочетаний (*three miles away; ten years back*).

Итак, завершая описание свойств и функций послелогов, можно следующий вывод. Послелоги – единицы не морфологические и не синтаксические, а лексическое частное подразделение словарного состава английского языка. Как и другие части речи и их подразделения, например существительные которые, могут в предложениях быть подлежащими, дополнениями, определениями, приложениями, предикативными членами или обстоятельствами, они могут выполнять разные функции в разной мере самостоятельные.

Кроме того, следует отметить, что количество послелогов, присоединяемых фразовыми глаголами, напрямую зависит от пространственной активности субъекта или объекта действия. Именно поэтому их больше всего у глаголов движения, глаголов физического действия и глаголов зрительного восприятия.

Фразовые глаголы ярко демонстрируют одну из основных функций адвербиального послелога, которая заключается в изменении семантики предшествующего глагола. Глаголы с адвербиальным послелогом чаще всего встречаются в диалогах, что является вполне оправданным, поскольку они всегда делают речь коммуникантов более эмоциональной.

При переводе подобных лексических единиц следует обращаться к словарю или лингвистическим справочникам, поскольку зачастую нелегко догадаться об их значении, опираясь только на значение основного глагола. Основная роль при определении смысла целого фразового глагола принадлежит контексту.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Блох, М. Я. Теоретическая грамматика английского языка / М. Я. Блох. – 3-е изд. – М. : Высшая школа, 2000. – 381 с.

2. Вежбицкая, А. В. Семантические универсалии и описание языков / А. В. Вежбицкая. – М. : Высшая школа, 1999. – 162 с.

3. Гардинер, А. Теория языка и речи / А. Гардинер, Э. Бенвенист. – М. : Академия, 1994. – 468 с.

УДК 336
Е. Ю. СМАЛЬ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. А. Тарасевич, кандидат филологических наук, доцент

ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКОЙ ЛЕКСИКИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В современном мире существуют различные варианты английского языка. В лингвистике разделяют нормированный английский язык (*Standard English*) и региональные варианты и местные диалекты.

Варианты английского языка – это обратная сторона функционально-стилевого различия языка, т. к. каждый вариант характеризуется типичными для него отличиями на лексическом, фонетическом, семантическом и грамматическом уровнях.

Стандартизированный английский язык представляет собой общеупотребительную литературную форму английского языка, принятую в качестве национальной нормы не только в англоязычных странах, но и во всем англоговорящем мире.

Одним из самых известных и распространенных на сегодняшний день является американский английский язык.

Роль США в современном мире распространяется и возрастает во многих сферах жизни, а значит и влияние американской лингвокультуры позволяет определять этот вариант английского языка наравне с британским. Различительные признаки английского языка в британском и американском вариантах охватывают не только диалектные явления, но и явления литературного языка. Вследствие существования определенного американского стандарта и по причине того, что эти два варианта английского языка принято считать основными, данное исследование посвящено выделению особенностей американской лексики английского языка.

Многие лингвисты сосредотачивали внимание на происхождении американского варианта и на различиях в лексике британского и американского вариантов языка. Большое внимание исследованию различий американского и британского вариантов английского языка уделяли В. Н. Ярцева, И. Р. Гальперин, А. В. Кунин, Л. П. Ступин, Т. И. Беляева, и др.

Следующее мнение по поводу формирования американского варианта английского языка дает В. Д. Аракин: «В настоящее время жители США, населенных потомками англичан-переселенцев, пользуются английским

языком, хотя в словарном составе можно обнаружить довольно большое количество слов, не сохранившихся в британском варианте.

Различия в словарном составе английского языка в Америке и Англии и в особенности в произношении, дали основание некоторым буржуазным лингвистам выдвинуть утверждение о существовании особого «американского» языка. Однако фактически языковой материал показывает, что те компоненты языка, которые составляют его сущность – основной словарный фонд и грамматический строй, оказываются совершенно одинаковыми как в Англии, так и в Америке. Это положение позволяет с полным основанием отвергнуть теорию «американского языка», как противоречащую фактам».

Американский вариант английского языка по распространенности вполне превзошел собственный первоисточник. Он отличается от классической британской версии, но не настолько, чтобы стать абсолютно новым языком. В более новом варианте английского языка – американском, грамматические конструкции имеют другую, отличную от британского варианта, структуру, а лексические единицы приобретают новое значение. Это, в свою очередь, может свидетельствовать о частичном недопонимании, но не является причиной невосприятия речи представителя американской лингвокультуры приверженцем британского варианта английского языка.

В XVIII-XIX века английский язык распространяется за пределами Европы в результате усиленной колониальной экспансии Англии. Национальный английский язык завладел различными территориями Америки, Азии и Африки. Географические и экономические особенности этих колоний способствовали тому, что в английском языке появились новые слова. Хотя, и в настоящее время жители США пользуются языком англичан-переселенцев, который теперь является для них родным, можно найти довольно большое количество слов утративших свою актуальность в британском варианте.

«Американский английский язык невозможно охарактеризовать диалектом, хотя он является региональным вариантом, т. к. у него есть литературная форма, американский национальный стандарт, тогда как по определению диалекта, он не обладает литературной формой» [1, с.259].

Пополнение словарного состава английского языка стало очень подвижным в связи с изменением в истории теперь уже нового народа, а также в связи с изменениями в экономике, культуре и т. д. В основном, это шло за счет образования новых слов, переосмысления уже существующих и заимствования из других языков.

Так открытый в 1942 году Христофором Колумбом новый континент – Америка явился невиданным до того времени источником обогащения европейских государств и, в первую очередь, Испании.

Освоение испанцами американских земель, а также знакомство с испанской литературой, оказали влияние на усвоение английским языком ряда испанских слов. Прежде всего следует выделить слова, связанные с торговлей:

Собственно-торговые понятия:

Cargo – груз < исп. *cargo* ˙нагрузка, тяжесть’;

Contraband – контрабанда < исп. *contrabando* ˙контрабанда’;

Embargo – запрещение, эмбарго< исп. *embargar* ˙задерживать’;

Предметы торговли:

Banana < исп. *banana* ˙банан’;

Cocoa < исп. *cacao* ˙какао’;

Природные явления, животные, с которыми встретились колонизаторы:

Canyon<исп. *canon* ˙ущелье’;

Armadillo<исп. *armadillo* ˙броненосец’;

Tornado<исп. *tornado* ˙вихрь, смерч’.

В особую группу слов относятся и случаи переосмысления, в результате которого связь с исходным значением нарушалась, а само первичное значение лексической единицы сохранялось лишь в британском варианте.

Например, *calamit*y в оригинале имеет перевод ˙бедствие, беда’, а в американском варианте имеется перевод «пессимист, паникер, демагог».

Другим источником пополнения словарного состава в этот период служили заимствования, в первую очередь, из языков индейских племен, населявших Северную Америку. В первую очередь сюда можно отнести термины флоры и фауны:

lady's purse ˙пастушья сумка’ (цветок);

moose ˙американский лось’;

medicine dance ˙ритуальный танец’(у североамериканских индейцев).

Лексика США, относящаяся к специфическому государственному и политическому строю:

Liberty party ˙партия свободы’ (партия сторонников отмены рабства);

Monroe doctrine ˙доктрина Монро’;

Memorial Day ˙день памяти погибших в войнах’ (30 мая);

patroon ˙владелец поместья с некоторыми феодальными привилегиями’ (дарованного правительствами штатов Нью-Йорк и Нью-Джерси голландцам – членам Вест-Индской компании).

Проанализировав лексический состав американского варианта английского языка, нужно отметить, что в основу его существования и развития лег британский вариант английского языка, но значительную роль в его становлении все же имели образования новых слов, переосмысление старых и конечно заимствования из других языков.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Антрушина, Г. Б. Лексикология английского языка: учеб. пособ. для студентов / Г. Б. Антрушина, О. Н. Афанасьева, Н. Н. Морозова. – Изд. 3-е. – М. : Дрофа, 2007. – 288 с.

2. Аракин, В. Д. История английского языка: учеб. пособ. / В. Д. Аракин – М. : Просвещение, 1985. – 256 с.

3. Швейцер, А. Д. Литературный язык в США – Англии / А. Д. Швейцер – М. : Высшая школа, 1971. – 199с.

УДК 811.111-26

А. В. ШЕНДЕР

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии М. В. Гуль

ЗАИМСТВОВАНИЕ КАК СПОСОБ ПОПОЛНЕНИЯ ЛЕКСИЧЕСКОГО СОСТАВА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В английском языке, как и в любом другом, существует масса слов иностранного происхождения. Такие слова называются заимствованиями. Заимствование – обращение к лексическому фонду других языков для выражения новых понятий, дальнейшей дифференциации уже имеющихся и обозначения неизвестных прежде предметов (нередко сами эти понятия и предметы становятся известными носителям данного языка лишь в результате контактов с теми народами, из чьих языков заимствуются соответствующие слова) [1, с. 145]. Заимствования используются для обозначения новых понятий и явлений, которые пришли в данную культуру, а также для обозначения понятий и реалий чужих культур, связанных с различного рода традициями.

Заимствование является важным фактором развития и изменения лексической системы языка. Бесспорным стимулом и причиной процесса заимствований является историческая составляющая. Войны, вторжения, завоевания или международные торговые и культурные отношения были причиной для тесных контактов между нациями.

Заимствование расширяет лексическое разнообразие языка, является истоком новых корней, иных словообразовательных элементов и терминов, увеличивает номенклатуру понятий, которые используются в различных сферах жизни социума. Процесс заимствования органичен для языка, представлен естественным видом языковых контактов и истоком общеязыковых трансформаций. Появление новых гибридных форм речи и

смешанных языков может появиться в результате интенсификации межъязыковых отношений.

Существует мнение, что заимствования засоряют язык и лишают его индивидуальности, т.к. рушат связи между исконными словами и привносят в его систему чуждые смыслы, хотя самые богатые языки, такие как английский, немецкий, русский имеют огромное количество слов иностранного происхождения.

В английском языке есть заимствования из разных языков: латинский, французский, итальянский, испанский, японский, немецкий и др. Большинство артиклей, предлогов, союзов, вспомогательных глаголов в английском языке исконно германские слова. В современном английском языке доля заимствований значительна. Почти 75% лексического состава языка включат в себя заимствования приблизительно из 50 языков мира. Но несмотря на это, с точки зрения количества процесс заимствования существенно уступает таким процессам номинации, как словообразование и семантическая деривация [2, с. 118].

Во времена Средневековья английская лексика пополнялась путем заимствования из скандинавских и романских языков. В Новое время в английский язык вошло большое количество ученых латинизмов и новых заимствований из континентальных языков.

Заимствование использовалось, чтобы заполнить пробелы в своем лексиконе. Когда саксонцы заимствовали латинские слова: *butter* ‘масло’, *plum* ‘слива’, *beet* ‘свекла’, они делали это потому, что в их лексике не существовало слов, обозначающих данные предметы. Слова *potato* ‘картофель’ и *tomato* ‘помидор’ были заимствованы в английский язык из испанского, когда испанцы впервые привезли эти овощи.

Существуют и другие причины для заимствования слов. К примеру, есть слово, или несколько, обозначающих какое-либо понятие. В таком случае, слова заимствовались потому что они имели иные или новые оттенки значения, имели другую стилистическую окраску, хотя и слова эти обозначали одно и то же понятие. Такой тип заимствований послужил причиной для возникновения огромного количества синонимов. Таким образом латинское слово *cordial* стало синонимом к родному *friendly*, а французское *desire* к уже существующему *wish*.

Современный английский язык содержит огромное количество слов разного происхождения. Словарный состав современного английского языка можно классифицировать следующим образом:

1. Заимствованные слова: из скандинавских языков, из немецкого, французского, из латинского, греческого и других языков. Среднеанглийский язык в течение длительного периода времени развивался под непрерывным влиянием, с одной стороны, скандинавских говоров,

которые были принесены скандинавскими завоевателями в IX-XI вв., а с другой – французского языка, который принесли в Англию нормандские завоеватели в 1066 году. Основное количество латинских заимствований связано с появлением христианства в 597 г. Больная часть этих заимствований называет церковно-религиозные понятия.

2. Старый лексический фонд английского языка. Английский язык относится к группе германских языков, поэтому огромное количество слов, представляющих собой старый фонд английского языка, сильно схожи со своими эквивалентами из других германских языков. Возьмем, к примеру, английское слово house ‘дом’ и сравним его с немецким Haus, голландским huis, норвежским hus, шведским hus.

3. Слова, заимствованные или образованные сравнительно недавно. Особенностью этой категории является то, что она выделена лишь постольку, поскольку здесь мы имеем в виду целые, готовые слова; но если мы будем рассматривать непосредственно корни, то слова этой категории можно отнести к другим перечисленным выше группам.

В заключении хотелось бы отметить, что в современном мире в различных отраслях, таких как наука, культура, экономика, политика появляется все больше новых слов и терминов. Поэтому язык заимствует терминологию этих сфер. Намного проще адаптировать иностранное слово под свой язык, чем придумывать для него перевод.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – 2-е изд., стереотип. – М. : Сов. Энциклопедия, 1969. – 608 с.

2. Palmer, F. R. Semantics: A New Outline / F. R. Palmer. – Cambridge: University Press, 1976. – 164 p.

ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА

УДК 81’25
А. С. БОДРЕНКОВА
Беларусь, Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы
Научный руководитель – доцент кафедры перевода и межкультурной коммуникации М. А. Лохницкая, кандидат филологических наук.

К ВОПРОСУ О ЛЕКСИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЯХ ПЕРЕВОДА ЮРИДИЧЕСКИХ ДОКУМЕНТОВ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ

В настоящее время изучение особенностей перевода юридических документов приобрело особую актуальность ввиду глобализации экономических отношений, расширения международного сотрудничества, а также интеграции национально-правовых систем. Организации и предприятия выходят на международный рынок и нуждаются в качественном переводе своей нормативной документации.

Юридический перевод представляет собой один из самых сложных видов перевода, сопряженного с огромной ответственностью: малейшая неточность в переводе юридического документа может привести к серьезным последствиям и материальному ущербу. Данный вид перевода требует особых знаний и существенно отличается от художественного или любого иного специального перевода. Юридические тексты сообщают реципиенту точную и объективную информацию, и переводчику в этом случае необходимо обеспечить максимальную как смысловую, так и структурную близость текстов оригинала и перевода.

Трудности перевода юридических текстов обусловлены спецификой юридического языка. В англоязычной культуре существует специальный термин для обозначения понятия юридического стиля изложения – *legalese,* который понимается как «особый юридический язык, особенная манера построения фраз и предложений, которая для лиц, несведущих в тонкостях английской юридической терминологии, зачастую кажется лишенной смысла» [1, с. 15].

Юридический язык характеризуется рядом лингвистических особенностей. Так, к лексическим чертам юридических документов относятся следующие:

1) использование стилистически нейтральной и книжной лексики;

2) наличие специальных терминов и формулировок;

3) использование устаревших слов и фраз, не употребляющихся в повседневной речи;

4) высокий уровень абстрактности изложения.

Еще одной чертой юридических документов является стремление к однотипности способов передачи смыслового содержания в однотипных (схожих) ситуациях, что обуславливает наличие в данных текстах готовых штампов и клише. Юридические документы весьма сложны для понимания людьми, не имеющими юридического образования, поэтому желательно, чтобы перевод юридических текстов осуществлялся специалистами, имеющими как необходимые переводческие знания, так и опыт перевода юридических документов.

Объект исследования – юридический документ «Публичный договор на оказание услуг web-хостинга» ООО «М-студио» [2]. Оригинал документа представлен на русском языке (общим объемом 14 659 печатных знаков). Для целей настоящего исследования договор был переведен автором статьи на английский язык.

Предмет исследования – лексические особенности перевода юридического документа «Публичный договор на оказание услуг web-хостинга» с русского языка на английский.

Цель исследования – выявить лексические особенности перевода юридического документа «Публичный договор на оказание услуг web-хостинга» с русского языка на английский.

Перевод специальных терминов. Особенностью анализируемого текста является наличие в нем не только юридической терминологии, но и связанной с компьютерными и интернет-технологиями, например, *web-хостинг – web-hosting, web-сервер – web-server, web-сайт – website, информационно-технический ресурс – information technology (IT) resource, программное обеспечение – software support, доменное имя – domain name, программно-аппаратный комплекс – software and hardware system* и др. Перевод данных терминов, как правило, не представлял трудностей, т.к. они в основном имеют словарные соответствия. Кроме того, значительное количество русских ИТ терминов представляют собой заимствования соответствующих английских наименований, проникших в русский посредством транслитерации или калькирования.

При переводе юридической терминологии с русского языка на английский необходимо опираться на английский юридический стиль изложения и подбирать эквиваленты, характерные для английских юридических документов, например, *заказчик – client, исполнитель – contractor, ответственность – liability, устав – articles of association, гражданский кодекс – civil code*. В анализируемом документе присутствуют также экономические и, находящиеся на стыке экономики и юриспруденции, термины, например, *общество с ограниченной ответственностью – limited liability company, счет-фактура – invoice*.

Перевод штампов и клише. Передача на русский язык данных лексических единиц представляет наибольшую трудность, т.к. их адекватный перевод требует хорошего знания юридического стиля изложения, характерного для обоих языков. Например, *согласно п. 4.2.2 – under para. 4.2.2, устанавливать обязанности – set out obligations, далее именуемая – hereinafter referred to as, заключить договор – enter into an agreement, в установленном порядке – in the established/prescribed manner, условия договора – terms and conditions of the agreement, с момента оплаты – upon the payment, без уведомления – with no notice, по истечении – upon the expiry, не выполнять (условия) – fail to follow (the terms and conditions), при (обнаружении) – in the event of/that, надлежащим образом (заверенные) – duly (certified), иметь право – be entitled to, частично либо полностью – in whole or in part, по требованию – at the request.*

Перевод имен собственных и названий. В анализируемом документе имена собственные переводились посредством:

- транслитерации: *Ваглай Андрей Николаевич – Vaglai Andrei Nikolaevich, М-студио – M-studio*;
- перевода: *БелГИЭ (государственная инспекция Республики Беларусь по электросвязи) – Telecommunication State Inspection of the Republic of Belarus.*

Перевод стилистически нейтральной лексики. В ряде случаев перевод данной лексики является контекстуально обусловленным, например, *тарифы – charging scheme, посредством – via, приостановить (функционирование хостинга) – terminate (hosting), возобновить функционирование – re-activate, устранение нарушений – remedy of failure, размещенный – available, в течение срока его* (прим. хостинга) *действия – until the completion of the service, указанный при регистрации – specified when registering*. В некоторых случаях выбор является и контекстуально, и стилистически обусловленным: *выполнять условия договора – execute obligations under the agreement.*

При переводе необходимо быть внимательным с ложными друзьями переводчика, например, *реквизиты компании – company details*, слово же *requisite* имеет значение ‘все необходимое; нужная вещь’. И наоборот, *accuracy* переводится словом *точность*, но не *аккуратность*.

В некоторых случаях возможно переводить словосочетание посредством его лексикализации, т.е. передавая смысл исходного выражения в одном слове, например, *данные, предоставленные в цифровом виде – digital data, продлить срок действия хостинга – extend hosting, нарушение функционирования – malfunctioning, государственная регистрация в установленном порядке – due state registration*. Имеются и обратные случаи, т.е. передача исходного русского слова несколькими английскими, в частности это обусловлено особенностями английского

стиля выражения, для которого характерно использование рядом стоящих синонимов, например, *недостоверные сведения – inaccurate and false data, условия договора – terms and conditions of the agreement*.

Контекстуальная и стилистическая обусловленность иногда становятся причиной антонимического перевода, например, *производится после устранения нарушений – subject to prior remedy of such failure*.

Зачастую выбор того или иного эквивалента обусловлен особенностями синтаксических связей в языке, т.е. для каждого языка характерна своя сочетаемость слов или коллокации (от англ. *collocation* ‘сочетание слов’), например, *оказывать/предоставлять услуги – provide services, предъявлять требования – impose requirements, выполнить государственную регистрацию – have a state registration.*

Итак, перевод юридических документов представляет значительные трудности и требует специальных знаний и опыта. Юридический стиль характеризуется своими лексическими особенностями: наличием специальной терминологии, штампов и клише, имен собственных и названий. Каждая из перечисленных групп языковых единиц требует особого подхода и переводческих решений, даже осуществление перевода стилистически нейтральной лексики внутри юридического документа невозможно без учета стилистических особенностей переводимого текста.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Берг, Е. Б. Основные инструменты профессиональной коммуникации в правовой сфере (терминология, оценочные понятия, дефиниции) / Е. Б. Берг // Языки профессиональной коммуникации: материалы междунар. науч. конф., Челябинск, 21–22 окт. – Челябинск: Изд-во Челяб. Ун-та, 2003.– С. 15–17.

2. Публичный договор на оказание услуг web-хостинга. – Режим доступа: https://www.mega.by/files/hosting.pdf. – Дата доступа: 14.11.2018.

УДК 81 – 811.112

Е. О. КИРИЛЮК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Ярощук М.В.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКИХ ОТГЛАГОЛЬНЫХ ИМЕН СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ

Все языки мира постоянно эволюционируют. И данные изменения наиболее легко прослеживаются в словарном составе языка. Существует

множество способов обогащения лексики, такие как заимствования, семантические изменения (расширение и сужение значения слова, перенос значения слова). На современном этапе развития языка словообразование является наиболее эффективным способом пополнения лексики. Но что есть словообразование? «Словообразование – совокупность действующих в языке правил и способов образования новых слов на основе уже имеющихся» [1, с. 66]. На сегодняшний день одним из самых обсуждаемых и вызывающим интерес способом словообразования является конверсия.

Конве́рсия (лат. conversiō «обращение», «превращение») — образование нового слова путем перехода основы в другую парадигму словоизменения [2]. Данный процесс прослеживается как в разговорном английском языке, так и в письменной английской речи. Следует отметить, что конверсию можно наблюдать не только в английском языке, но и в других языках, где большинство морфем – нулевые. К числу языков, с преобладающими нулевыми морфемами, введенными впервые И. А. Бодуэном де Куртенэ [3], так же относится китайский язык. Следовательно, конверсия свойственна английскому языку в виду его аналитического строя. Одни и те же слова могут существовать в качестве разных частей речи и быть различными членами предложения, что дает языку морфологическую свободу.

Несмотря на то, что наиболее часто встречающийся тип конверсии – это образование глаголов от существительных, однако в данной статье мы рассмотрим имена существительные, которые не переставая пополняются, за счет трансформации глаголов в такие производные единицы, как отглагольные имена существительные. К данной группе существительных так же относятся единицы, образованные от фразовых глаголов – фразовые отглагольные имена существительные (ФОИ). Принято считать, что ФОИ являются отдельным способом номинации, который расширяет значение уже существующих понятий и объектов реальности, которые восполняют лексические лакуны, образованные в результате появления новых концептов и реалий.

Говоря о переводе английских отглагольных имен существительных, мы подразумеваем перевод единиц общественно-публицистического стиля, так как именно текстам данного стиля присуще широкое использование отглагольных конструкций.

Под переводом английских отглагольных имен существительных мы понимаем переводческую трансформацию, типологию которой разрабатывал Л.С. Бархударов. Он утверждал, 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 [4, с.67]. Так как русскому языку свойственна тенденция к

субстантивированию процессов и действий, возникает потребность в реализации семантических трансформаций. В результате мы наблюдаем множество отглагольных существительных, выступающих в роли обстоятельства, объекта и субъекта. Для английского языка опредмечивание действий менее характерно, чем для русского. Следовательно, отглагольные конструкции так же встречаются реже. В английском языке предметное описание ситуации начинается с субъекта. Но в процессе перевода исходной точкой может стать другой объект, что вызвано разницей в частоте использования отглагольных существительных.

Проверим данное утверждение на примере суффикса - er -, который в английском языке является наиболее часто употребляемым и эффективным словообразовательным суффиксом. The suffix –er- is added to some verbs to form nouns that refer to people or things that do that particular activity. [5] Замена английского отглагольного существительного, образованного с помощью суффикса -*er*, на русскую личную форму глагола является «закономерной и обычной» [6].

"… we're lucky that so electrifying a dancer is reilluminating the potential of a traditional form." (The New York Times. "Choreographic Climate Change") *That branch of the family had been reckless marriers.* (C.A.Porter. Ship of Fools). - *В этой семье мужчины всегда женились опрометчиво. I'm quite a heavy smoker, for one thing…* (J.Salinger. The Catcher in the Rye). - *Во-первых, я курю как паровоз…*

Несмотря на то, что в русском языке встречаются производные имена существительные, соответствующие английскому отглагольному существительному, эти существительные нельзя заменять друг другом при переводе, так как количество значение, соответствующих данным существительным будет существенно разниться. По этой причине отглагольное существительное в английском языке заменяют личной формой глагола.

К суффиксам, при помощи которых можно образовать существительные от глаголов, таких же относится суффикс –ing-. Трудность их перевода заключается в том, что одно и тоже существительное с этим суффиксом может иметь разные эквиваленты в русском языке. Например: *The reading of the information took him 3 hours.* Существительное "*reading*" может переводиться на русский, как «*чтение*» и «*считывание*» и употребляется по-разному. Исходя из данного утверждения, переводить данное предложение следует при помощи неопределенное формы глагола с сопутствующей трансформацией предложения. *Ему понадобилось три часа, чтобы прочитать информацию.* Возможен и такой перевод предложения: *Чтение информации заняло у него три часа.*

Таким образом, мы можем предположить, что конверсия чрезвычайно продуктивное средство пополнения словарного состава любого языка. В

английском языке она наполняет лексику выразительностью и иногда образностью. Для русского языка данное явление хотя и характерно, но, будучи ограниченной по сфере употребления, имеет фиксированное значение: «*пеший*», «*конный*». Следовательно, отглагольные существительные в английском языке редко переводятся на русский язык при помощи соответствий такой же части речи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бочкарева, Т. С., Основы теории изучаемого языка. Теоретическая грамматика английского языка. Лексикология: Методологические указания к практическим занятиям / Т. С. Бочкарева, В. В. Морозов. – Оренбург : ГОУ ОГУ, 2004. – 83с.

2. https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/159360

3. https://fil.wikireading.ru/82121

4. Бархударов, Л. С. Язык и перевод / Л. С. Бархударов. – М. : Международные отношения, 1975. – 239 с.

5. https://dictionary.cambridge.org/us/dictionary/english/er

6. Гуревич, В. В Грамматика английского языка: Морфология. Синтаксис: учебное пособие / В. В. Гуревич. – Спб. : Союз, 2002. – 496с.

7. https://www.nytimes.com/2010/01/03/arts/dance/03choreography.html

УДК 81 – 811.11

Т. С. КОРЖУК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии М. В. Ярошук

СПЕЦИФИКА РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ: ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА

Данная статья посвящена проблеме перевода рекламного текста в современном английском языке. В современном мире реклама окружает нас повсеместно. Она является одним из важнейших аспектов торговой деятельности. В связи с этим возникла потребность перевода ее на различные языки, но, увы, порой простого перевода недостаточно, так как в большинстве случаев она не только способствует продвижению товаров на международном рынке, но и отражает состояние культуры стран.

Реклама – это прогрессивное явление современности. Современных торговых, экономических, политических отношений. Это двигатель товаров и услуг на мировом рынке потребления.

Перевод рекламных текстов несет в себе большую ответственность, чем перевод художественного или любого другого текста. Так как рекламный текст – это краткий многофункциональный текст, который должен осуществлять влияние на предпочтение у людей. Попробуйте перевести лозунг или текст рекламного ролика, не учитывая таких факторов, как аудитория, культурный контекст (менталитет), маркетинговый посыл и многих других.

Существует огромное множество способов систематизации рекламных текстов. Самая известная классификация, основана на следующих критериях: рекламируемый объект, целевая аудитория.

Также рекламные тексты могут подразделяться в зависимости от направленности на определенную аудиторию: подростков, молодых женщин, деловых людей и т.д. Направленность рекламного текста на целевую аудиторию тесно взаимосвязана с объектом рекламы. Объекты рекламы также делятся на различные группы в зависимости от рекламируемых предметов: косметика, одежда, автомобили и т.п., что позволяет определить концептуальную структуру рекламы.

Следующий способ классификации рекламных текстов - это классификация по виду и носителю данной рекламы. Здесь подразделяют рекламу на печатную (в газетах и журналах), рекламу в сети Интернет, телевизионную и рекламу на радио.

Самые распространенные трудности, возникающие при переводе рекламных текстов – это имена собственные или географические названия; метафоры, аллитерация, игра слов, рифмы и т. п.; низкое качество исходного текста.

Мы рассмотрим наиболее грубые ошибки при переводе маркетинговых материалов, которые следует избегать.

Буквализм. Есть ряд слов, которые все переводчики любят переводить только одним эквивалентом в русском языке. Например, «discover - открывать», или «escape – убегать». Но не стоит останавливаться только на одном корневом значении слова, поищите более яркие оттенки, которые смогут более точно выразить мысль автора.

Стилистическая неадекватность. Не стоит нагромождать текст эмоционально окрашенными словами, они могут испортить текст. А употребление слов, которые часто используются в повседневной речи, могут придать тексту нужный оттенок. Подумайте дважды, какого эффекта можно ожидать от смешивания разных стилей.

Исходя из приведенных данных, мы можем утверждать, что перевод рекламных текстов – это очень креативный вид перевода, который дается далеко не каждому, так как в рекламном тексте требуется передать или воссоздать на другом языке то, что часто не поддается переводу: образность,

хлесткие заголовки, крылатые выражения, ассоциативно - визуальные ряды. Адресованные неопределенному кругу лиц и направленные на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Запорожец, М. Н. Рекламный текст: функционально-стилевой статус, особенности, структура, виды анализа / М. Н. Запорожец // Вестник гуманитарного института ТГУ. – 2010. - №3. – С. 99-105.

2. Розенталь, Д. Э. Язык рекламных текстов / Д. Э. Розенталь, Н. Н. Кохтев. – М., 1981. – 265 с.

3. Сердобинцева, Е. Н. Структура и язык рекламных текстов: учебное пособие / Е. Н. Сердобинцева. – М. : Флинта, Наука, 2010. – 112 с.

УДК 81 – 811.11

К. С. КУЛИКОВА

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологи М. В. Ярошук

АНАЛИЗ ПЕРЕВОДА КАЛАМБУРОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ЛЬЮИСА КЭРОЛЛА

Игра слов является сложным стилистическим приемом, который изучается с различных точек зрения: лингвистической, литературной, психологической, переводоведческой и культурной. Языковая игра представляет собой как деятельность, осуществляемую по определенным фиксированным правилам, так и деятельность творческую, трансформирующую, выходящую за рамки этих правил. Неоспоримым является то, что игра характеризует сущность человека. Языковая игра является элементом культуры.

Под игрой слов понимается остроумное высказывание, в основе которого лежит намеренной столкновение двух значений слова, либо схожих по звучанию слов, при этом автор создает определенный контекст вокруг каламбура, который позволяет читателю одновременно воспринимать оба значения или оба слова.

Основным приемом в сказке Л.Кэрролла является языковая игра, создающая бессмыслицу, которая влияет на построение сказочного мира. Успех использования языковых средств обеспечивается непредсказуемостью.

Основным принципом автора является несоответствие ее формы содержанию, что реализуется на различных уровнях.

Как говорит Т. А. Корнеева: «В отличие от реального мира, страна чудес представляет собой замкнутую систему, в которой каждый предмет является носителем одного постоянного признака». [1, с. 72]

Каламбуры являются наиболее труднопереводимыми, так как включают в себя языковые средства, которые отсутствуют в других языках.

Отдельные случаи игры слов вынуждают переводчика прибегнуть к дословному переводу. Большинству примеров игры слов переводчик может найти соответствие в русском языке, но это требует, как знания различных видов игры слов, требующих разных подходов, так и языковой находчивости.

При переводе игры слов чаще всего используются приемы опущения, калькирования и компенсации. Прием опущение предполагает, что переводчик опускает каламбур и при этом выполняет дословный перевод. Так как данные сочетания являются непереводимыми их передача, содержащая реалии иностранного языка, не имеющих эквивалента в языке перевода, реализуется в использовании сноски, где используется описательный перевод.

Калькирование – это построение лексических единиц по образцу соответствующих слов иностранного языка путем точного перевода их значимых частей или заимствование отдельных значений слов. [2, с. 326]

Калькирование отличается от буквализма (дословного перевода) и является оправданным дословным переводом, в то время как под буквализмом понимается дословный перевод, при котором полностью копируются конструкции иностранного языка, при этом искажая смысл переводимого выражения. [2, с.408]

Прием компенсации, при переводе каламбура, чаще всего используется, когда выражение является непереводимым, то есть некоторые элементы английского каламбура не имеют аналогов в русском языке. При полной компенсации воссоздание каламбура происходит в другом месте перевода по отношению этого приема в оригинале, что наиболее полно обеспечивает адекватность перевода. Частичная компенсация осуществляет перевод на месте не переданного элемента оригинала и восполняет потерю лишь частично.

Рассмотрим примеры перевода игры слов (каламбура) с английского языка на русский с использованием основных приемов перевода этого явления:

L. Carroll: *'I wonder if I shall fall right through the earth! How funny it'll seem to come out among the people that walk with their heads downward! The Antipathies, I think*-' Л. Кэрролл использовал для образования каламбура графические паронимы antipodes и antipathies. Алиса пытается вспомнить сложное для нее слово, но, как многие дети, вспоминает схожее ему по

написанию. Вполне возможно, что слово antipathies всплывает в ее мыслях потому, что состоит, по ее мнению, из двух частей: anti и path (тропа), ведь вполне логично, что, если эти люди «ходят» вверх ногами, то они ходят по таким вот «неправильным тропинкам», от которых и позаимствовали свое название! [4, с.10]

Перевод Н. Демуровой: «*А не пролечу ли я всю землю насквозь? Вот будет смешно! Вылезаю - а люди вниз головой! Как их там зовут?.. Антипатии, кажется...*» [3, с. 12]

Перевод Н. Старилова: *«Здорово будет, если я упаду прямо СКВОЗЬ землю! Как интересно будет, наверно, оказаться среди людей, которые ходят вниз головой. Среди Антипатов, кажется?*» [6]

"*Edwin and Morcar, the earls of Mercia and Northumbria, declared for him: and even Stigand, the patriotic archbishop of Canterbury, found it advisable -"' `Found WHAT?' said the Duck. `Found IT,' the Mouse replied rather crossly: `of course you know what "it" means.' `I know what "it" means well enough, when I find a thing,' said the Duck: `it's generally a frog or a worm. The question is, what did the archbishop find?*' [4, с. 13]

Автор снова строит каламбур на основе полисемии, на сей раз - двух значениях слова find - «находить, обнаруживать» и «находить, считать, полагать». It в английском языке также обозначает не только «это», но и в качестве дополнения образует вместе с глаголами разговорные идиомы, устойчивые выражения. Многозначность этого английского слова также подчеркивается графическими выделениями. На такой двойной полисемии основывается игра слов. Переводчики произведения на русский язык, желая сохранить игру слов, перевели found it как «нашел это», т.е. дословно, хотя в данном словосочетании it обычно не переводится на русский язык. Поэтому в получившихся вариантах слова Мыши звучат не совсем «по-русски», хотя игра слов налицо:

Перевод Н. Демуровой: «*Эдвин, граф Мерсии, и Моркар, граф Нортумбрии, поддержали Вильгельма Завоевателя, и даже Стиганд, архиепископ Кентерберийский, нашел это благоразумным...» «Что он нашел?» спросил Робин Гусь. «... нашел это», отвечала Мышь. «Ты что, не знаешь, что такое "это"?» «Еще бы мне не знать», отвечал Робин Гусь. «Когда я что-нибудь нахожу, это обычно бывает лягушка или червяк. Вопрос в том, что же нашел архиепископ*?» [3, с.16]

Перевод Н. Старилова: «*Стиганд, патриот и архиепископ Кентерберийский, нашел это желательным...» «Нашел ЧТО?» спросил утенок Дак. «Нашел ЭТО», ответила Мышь с некоторым раздражением, «и вы, конечно, знаете, что значит "это"«. «Конечно, я знаю, что значит "это", когда я нахожу его», сказал Дак. «Обычно это лягушка или червяк. Вопрос в том, что нашел архиепископ?*» [5]

Игра слов при своем переводе должна получить полноценное отражение. Цель переводчика не перейти границу соответствующего комического жанра, не важно является ли данный жанр острой шуткой, либо язвительной сатирой. Очень важно познакомить читателя, не владеющего иностранным языков, с текстом, сохранив при этом «изюминку», которую хотел передать автор на языке оригинала.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Корнеева, Т. А. Языковые образы Л.Кэрролла и их перевод на русский язык / Т. А. Корнеева // Вопросы лингводидактики и филологии в когнитивном аспекте : сб. науч. ст. / Чуваш. гос. пед. ун-т; отв. ред. Н. В. Кормилина, Н. Ю. Шугаева. – Чебоксары : Чуваш. гос. пед. ун-т, 2013. – С. 171-176.

2. Катцер, Ю. М. Письменный перевод с русского языка на английский / Ю. М. Катцер – М. : Высш. школа, 1964. – 408 с.

3. Кэрролл, Льюис. Алиса в Стране Чудес. Сквозь зеркало и что там увидела Алиса [Текст] / пер. Н. М. Демуровой. Стихи в пер. С. Я. Маршака и Д. Г. Орловской. – София : Изд-во лит. на иностр. языках, 1967. – 359 с.

4. .Carroll, L. Through the looking-glass and What Alice found there [Text] / Lewis Carroll. – Moscow : Progress publ., 1966. – 229 p.

5. Кэрролл, Льюис. Приключения Алисы в Стране Чудес [Электронный ресурс] / пер. Н. Старилова. – 2000. – Режим доступа : #"justify">51.Carroll, L. Alice's adventures in Wonderland. [Text] / Lewis Carroll. – Moscow : Progress publ., l979. – 234 p.

УДК 811. 111’36

П. А. ТРОФИМУК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Д. В. Архипов

К ВОПРОСУ О ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЯХ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ГЕРУНДИЯ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Несоответствия в системе двух языков и вытекающая из них невозможность формально точно передать значение грамматической формы в переводе компенсируются с помощью различных переводческих приемов и лексико-грамматических трансформаций. Особенно сложной и интересной в этом отношении является такое грамматическое явление английского языка как

герундий, который, как известно, отсутствует в русском языке, и по этой причине вызывает существенные трудности при переводе.

Герундий – неличная форма глагола, выражающая название действия и обладающая как свойствами глагола, так и существительного. Поскольку в русском языке нет форм, соответствующих герундию, и изолированно, вне предложения, он не может быть переведен на русский язык, то при его переводе используются различные приемы. Он может быть переведен или неопределенной формой глагола, или отглагольным существительным, или деепричастием, или его значение может быть передано при помощи придаточного предложения с глаголом-сказуемым в личной форме.

Определенные трудности представляет перевод герундиальных оборотов «существительное + герундий» в предложениях с усложненной структурой. Такой оборот обычно переводится придаточным предложением или существительным.

Their own industries are suffering as a result of their competitors receiving more generous rations of oil. Их собственные отрасли промышленности страдают в результате получения их конкурентами более значительных поставок нефти.

Конструкции типа «far from + герундий», как правило, переводятся при помощи парного союза «не только…но и».

Far from ending 1977 with a deficit of $500v, as projected by IMF, the country's balance of payments was $2.1 bn. in the black. В 1977 году страна не только не имела дефицита в 500 млн. долларов, как это предсказывал МВФ, а напротив, завершила этот год с активным сальдо платежного баланса в размере 2б1 млрд. долларов.

При переводе герундия в функции составного именного сказуемого он играет роль смысловой части сказуемого, следуя за глаголом связкой to be. При этом подлежащее должно обозначать предмет, который сам не может осуществить действие, выраженное тем глаголом, от которого образован герундий. В противном случае – это хорошо известная форма глагола в изъявительном наклонении.

Scurvy may be accompanying edema. anorexia, and decreased activity level and ambulation. Цинга может сопровождаться отеком, анорексией, а также снижением уровня активности и передвижения.

Если герундий находится в препозиции к определяемому слову, то определенную трудность для перевода будет представлять также омонимичность его формы и формы Participle I. Разница в данном случае состоит в том, что Participle I определяет предмет со стороны совершаемого им действия, а герундий указывает на его назначение или признак. Например, в словосочетании *migrating birds* (мигрирующие птицы) слово “migrating” является причастием настоящего времени, а в случае

употребления словосочетания *migrating strategies* (стратегии миграции) являлось бы герундием. Слова *limiting* и *culling* в следующем предложении являются герундием.

While short-term strategies to deal with the outbreak focus on limiting travel and culling migrating birds, long-term strategies require substantial changes. В то время как краткосрочные стратегии борьбы со вспышкой (заболевания) сосредоточены на ограничении перемещения и отбраковывании мигрирующих птиц, долгосрочные стратегии требуют существенных изменений.

Особый интерес для переводчика представляет четырехчленная каузативная конструкция «to verb smb into/ out of smth/ doing smth» («глагол+имя+into+герундий»). Любой глагол в подобной конструкции приобретает каузативное, побудительное значение. Перевод подобной конструкции представляет известную трудность, так как в русском языке, как известно, нет грамматических средств для передачи каузативности. Поэтому в каждом отдельном случае каузативность передается лексическими средствами. В этой конструкции четвертый член передает цель, а первый – действие, при помощи которого удается добиться ее осуществления.

It is a lot easier to talk one man into giving a thousand dollars than it is to talk a thousand men into giving one dollar. Гораздо проще уговорить одного человека дать тысячу долларов, чем заставить тысячу человек дать один доллар.

При рассмотрении данной темы также стоит отметить такой прием перевода как контекстуальныя замена. Особенности контекста могут вынудить переводчика отказаться от применения даже вариативного соответствия, не говоря уже об эквивалентном соответствии. Тогда он подыскивает вариант перевода, подходящий лишь для данного конкретного случая.

Was he drunk now, that he kept lurking out there by the door? Что он так мешкает у двери: должно быть, пьян?

Значение глагола to lurk (скрываться, красться) при переводе было заменено на «мешкать».

Встречаются также интересные случаи перевода герундия с элементами добавления.

Nor going out in the morning? Может быть, видели, как он уходил утром?

В данном предложении наблюдаем добавление «может быть видели». При этом сам герундий переведен придаточным предложением.

Герундий в сочетании с притяжательным местоимением или существительным (или неопределенным местоимением) в притяжательном падеже может образовывать герундиальную конструкцию, которая по значению близка к придаточному предложению и на русский язык переводится также дополнительным придаточным предложением:

Do you mind my coming late? Ты не против того, что я приду поздно?

There are proofs of John being wrong. Имеются доказательства того, что Джон ошибается. The student's knowing English well helped him in finding a good job. То, что студент хорошо знал английский язык, помогло ему найти хорошую работу.

Таким образом, можно сделать вывод, что вопрос о переводе герундия представляет собой большое поле для проведения самых разнообразных исследований, поскольку дать полный и абсолютный перечень приемов его перевода, указаний и пояснений к нему невозможно. Выбор слова зависит от наличия в русском языке форм, наиболее соответствующих герундиальной конструкции в целом, а в ряде случаев и от контекста всего предложения. В таком случае даже функция герундия в предложении имеет второстепенное значение.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Казакова, Т. А. Практические основы перевода / Е. А. Казакова. – Спб. : Союз, 2003. – 320 с.

2. Руссаковский, Е. М. Энциклопедия форм английских глаголов: правила и исключения / Е. М. Руссаковский. – М. : Престиж, 1998. – 559 с.

3. Тихонов, А. А. Теория и практика перевода / А. А. Тихонов. – М. : Проспект, 2005. – 120 с.

УДК 811. 111’36

К. А. ХИСМАТУЛЛИНА

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Д. В. Архипов

К ВОПРОСУ О НОРМАТИВНЫХ АСПЕКТАХ ПЕРЕВОДА

Общая теория перевода раскрывает понятие переводческой нормы, на основе которой производится оценка качества перевода. Лингвистика перевода включает как теоретические, так и нормативные разделы. Теоретические разделы лингвистики перевода (т.е. лингвистическая теория перевода) исследуют перевод как средство межъязыковой коммуникации, как объективно наблюдаемое явление, которое можно описывать и объяснять. В нормативных разделах лингвистики перевода на основе теоретического изучения перевода формулируются практические рекомендации переводческого процесса, методы повышение качества труда переводчика, разрабатываются критерии оценки перевода.

Для правильного выполнения своих функций переводчик должен ясно представлять себе цель своей деятельности и пути достижения этой цели. Такое понимание основывается на глубоком знакомстве с основами теории перевода, применительно к той области и комбинации языков, с которыми имеет дело переводчик. Оно предполагает знание системы соответствий между этими языками, приемов и методов перевода, умение выбрать необходимое соответствие и применить наиболее эффективный прием перевода в соответствии с условиями конкретного контекста, учет прагматических факторов, влияющих на ход и результат переводческого процесса.

Для обеспечения высокого качества перевода переводчик должен уметь сопоставлять текст перевода с оригиналом, оценивать и классифицировать возможные ошибки, вносить необходимые коррективы. Качество перевода определяется степенью его соответствия переводческой норме и характером невольных или сознательных отклонений от этой нормы.

Нормативные требования формулируются в виде принципов или правил перевода. Нормативные положения могут быть общими или частными, охватывать отдельные, частные случаи или относиться к определенному типу переводов или к переводу вообще. Они могут формулироваться в виде единого правила или сопровождаться указаниями на условия, в которых это правило применимо, или на большее или меньшее число случаев его неприменимости (исключений из правил). Сравним, например, разную степень обобщенности таких нормативных рекомендаций, как правила передачи безэквивалентной лексики, правила передачи имен собственных и пр. В каждом случае нормативные рекомендации распространяются на определенный круг явлений.

Качество перевода обусловливается степенью смысловой близости перевода оригиналу, жанрово-стилистической принадлежностью текстов оригинала и перевода, прагматическими факторами, влияющими на выбор варианта перевода. Все эти аспекты перевода носят непосредственно нормативный характер, определяют стратегию переводчика и критерии оценки его труда. Понятие нормы перевода включает требование нормативного использования переводчиком языка перевода, а также необходимость соответствия результатов переводческого процесса общепринятым взглядам на цели и задачи переводческой деятельности, которыми руководствуются переводчики в определенный исторический период. Таким образом, норма перевода складывается в результате взаимодействия пяти различных видов нормативных требований: нормы *эквивалентности* перевода, *жанрово-стилистической* нормы перевода, *нормы переводческой речи*, *прагматической нормы* перевода и *конвенциональной нормы* перевода.

Эквивалентность содержания оригинала и перевода выступает в качестве основы их коммуникативной равноценности, предполагаемое наличие которой делает данный текст переводом. Норма эквивалентности перевода не является неизменным параметром. Она означает необходимость возможно большей общности содержания оригинала и перевода, но лишь в пределах, совместимых с другими нормативными требованиями, обеспечивающими адекватность перевода. В каждом конкретном случае тип эквивалентности определяется и учетом прагматических факторов, воздействующих на акт перевода. Нарушение нормы эквивалентности может быть абсолютным, когда перевод признается неэквивалентным, не передающим содержание оригинала хотя бы на самом низком уровне, или относительным, если установлено, что остальные нормативные требования могли быть выполнены и на более высоком уровне эквивалентности, чем тот, который был реально достигнут в переводе. В первом случае перевод должен быть признан неудовлетворительным, а во втором – может считаться вполне приемлемым в том случае, если максимально возможная смысловая близость не обязательна для успешной межъязыковой коммуникации.

Жанрово-стилистическую норму перевода можно определить как требование соответствия перевода доминантной функции и стилистическим особенностям типа текста, к которому принадлежит перевод. Выбор такого типа определяется характером оригинала, а стилистические требования, которым должен отвечать перевод – это нормативные правила, характеризующие тексты аналогичного типа в языке перевода. Жанрово-стилистическая норма во многом определяет как необходимый уровень эквивалентности, так и доминантную функцию, обеспечение которой составляет основную задачу переводчика и главный критерий оценки качества его работы. Следует подчеркнуть, что подобно тому, как нормы правильной речи могут устанавливаться лишь с учетом стилистической и социолингвистической дифференциации языка, так и нормативные требования к качеству перевода имеют смысл лишь по отношению к определенному типу текстов и определенным условиям переводческой деятельности.

Было бы принципиально неверным пользоваться одинаковыми критериями для оценки перевода бульварного романа и высокохудожественного литературного произведения, перевода оперного либретто и патентного свидетельства. Практически критика переводов, главным образом, основывается на интуитивном представлении о жанрово-стилистической норме. Перевод художественного произведения оценивается по его литературным достоинствам, технический перевод - по терминологической правильности, обеспечивающей понимание сути дела и возможность использования текста перевода в технической практике, перевод рекламы - по ее действенности и т.п.

Текст перевода – это речевое произведение на другом языке, и для него обязательны правила нормы и узуса этого языка. Однако эти правила неодинаковы для всех случаев функционирования языка. Они видоизменяются как в различных функциональных стилях, так и в зависимости от разновидности общелитературного языка. Среди последних обычно различают язык разговорной речи (неформального общения) и язык художественной литературы. В лингвистической литературе высказывалось мнение, что особую разновидность языка составляет и язык науки.

Таким образом, норму переводческой речи можно определить как требование соблюдать правила и нормы конкретного языка с учетом особенностей переводных текстов на этом языке. Эти особенности реализуются переводчиками интуитивно в их практической деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Комиссаров, В. Н. Теоретические основы методики обучения переводу / В. Н. Комиссаров. – М. : Рема, 1997. – 111 с.

2. Швейцер, А. Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты / А. Д. Швейцер. – М. : Наука, 1988. – 215 с.

УДК 81 – 811.11

А. И. ЯКОНЮК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии М. В. Ярошук

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА РЕКЛАМНОГО СЛОГАНА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Рекламные тексты в современном обществе выполняют важнейшую коммуникативную функцию. Одна из основных особенностей перевода рекламных текстов выражается в содержательном соотношении между оригиналом и переводом, а также в передаче социолингвистических аспектов переводимого текста. Рекламный текст включает в себя целый ряд экстралингвистических компонентов и адекватно воспринимается лишь при их гармоничном сочетании. Этот фактор является значимым при переводе рекламы, т.к., пренебрегая этими компонентами, не удастся перевести рекламный текст с наибольшей эффективностью.

Большинство исследователей придерживаются следующего определения рекламного слогана. Рекламный слоган - это лаконичная, легко запоминающаяся фраза, девиз, который выражает какое-то рекламное

сообщение и является значимой частью рекламной кампании. Хороший девиз компании, фирмы или бренда помогает привлечь внимание потенциального клиента, вызвать у него любопытство, а иногда и приятные ассоциации с брендом, и он должен хорошо запоминаться. Также его можно использовать для призыва к действию.

Для русскоязычного населения само слово «слоган» - явление относительно новое. “Слоган” – термин, который пришел в русский язык из английского, первоначально он был распространен среди американских рекламистов. Само слово “слоган” происходит из гаэльского языка (sluagh-ghairm ‘боевой клич’), а в современном значении оно было впервые употреблено в 1880 году.

Слоган должен обладать следующими характеристиками:

- легкость запоминания;
- оригинальность;
- способность вызвать заинтересованность.

При переводе рекламных текстов необходимо учитывать цель рекламного сообщения, характер потребителя, языковые качества текста оригинала, культурные и индивидуальные возможности языка в культурном аспекте потребителя, традиционные, национальные и социальные особенности, стереотипы поведения конкретной аудитории и многое другое. Перевод текстов рекламы может определяться как близкий к “адекватному”. Такой тип перевода вызван его практической необходимостью. Данный подход требует хорошего знания переводчиком предмета, о котором идет речь в оригинале, что хотел сказать автор рекламного текста, т.е. коммуникативное намерение рекламного текста. Перевод рекламного текста при изменении словесной формы должен быть, вместе с тем, точно передан по смыслу.

При переводе англоязычных рекламных текстов, в некоторых случаях русские переводчики не переводят текст, а дают его “семантический эквивалент”. Например: *What legs! Much more than legs! OMSA knows how to be admired! (‘От Парижа до Находки "Omsa" - лучшие колготки!’); Betcha can’t eat just one. (‘Захрустишь - не устоишь!’)*

При переводе само рекламное сообщение часто становится лишь источником идеи, а текст приходится создавать заново. Например: *Maybe she’s born with it, maybe it’s Maybelline. (‘Все в восторге от тебя, а ты – от Мэйбеллин’).*

Слоган рекламного ролика компании Педигри *“We are for dogs”* также подвергся некоторым преобразованиям. Его дословный перевод ‘Мы существуем для собак’ снижает эмоциональную нагруженность, которая обязана присутствовать в слогане. В переводе используется конкретизация глагола *“are”* и добавление, и в итоге мы получаем эмоционально

окрашенный слоган: ‘Просто мы действительно любим собак’. Этот слоган выражает заинтересованность производителя в судьбе животных и располагает к себе покупателей.

К наиболее значимым признакам слогана англоязычных реклам можно отнести частое употребление императивных форм глагола, что значительно усиливает динамичность рекламного обращения.

Исследование английских рекламных слоганов показывает, что к наиболее часто употребляемым в императиве глаголам можно отнести следующие: *buy, try, ask, get, see, call, feel, taste, watch, smell, find, listen, drive, let, look, drink, do, discover, start, enjoy.*

Анализ русских слоганов показывает примерно такое же количество повелительных глаголов: *приходи, покупай, смотри, управляй, открой, попробуй. – Ask For More – ‘Бери от жизни все’ (Pepsi).*

Важную роль в синтагматическом рисунке рекламных слоганов играют атрибутивные словосочетания. Поскольку одним из важнейших компонентов рекламного слогана является описание рекламируемого товара или услуги, атрибутивные сочетания, в состав которых входят наречия и прилагательные, несут большую функциональную нагрузку.

В процессе перевода рекламных текстов прилагательные и наречия используются для описания самых различных свойств рекламируемого продукта – формы, размера, качества стоимости, ощущений, которые данный продукт вызывает. К наиболее употребляемым в англоязычной рекламе прилагательным относятся: *natural, sensual, innocent, passionate, romantic, mysterious, good, better, best, free, fresh, delicious, full sure, clean, wonderful, special, fine, big, great, real, easy, bright, extra, rich, gold.* В их русских аналогах используют следующие прилагательные: *хороший, лучший, богатый, удивительный, отличный, первый, свежий, особый, непростой, необычный и др.*

Часто встречаются прилагательные, указывающие на подлинность торговой марки – *genuine, authentic и original.* Но, пожалуй, рекордсменом по частоте в англоязычной рекламе употребляется прилагательное *new.* На русский это слово чаще всего переводится следующим образом: *новый, новинка, первый, революционный и т.д.*

Очень часто в рекламных текстах встречается метафора, при переводе которой от переводчика требуется большой творческий потенциал: *Plop plop, fizz fizz, oh what a relief it is! (реклама Alka-Seltzer: ‘Веселье без похмелья! ’); The quicker picker-upper (реклама шоколада Bounty: ‘Bounty. Райское наслаждение! ’).* Или, наоборот, при переводе обычного рекламного слогана на русский язык переводчик использует метафору: *Mr. Clean will clean your whole house and everything that's in it ('Mr. Proper все отмыл и квартиру освежил’; ‘С Mr. Proper веселей, дома чисто в два раза быстрей!’).*

Некоторые англоязычные слоганы становятся настолько популярными и узнаваемыми, что звучат в оригинале, потребителю не требуется их перевода. В русскоязычной среде чаще всего успешно существуют те непереводимые слоганы, которые содержат слова из минимального словарного запаса иностранных слов рядового ученика средней школы. Этим фактором во многом обусловлено успешное внедрение на российском рынке таких иноязычных непереводимых слоганов, как: *Спортивная фирма Nike – Just do it; Компания Sony – It's a Sony; Компания Panasonic – Panasonic. Ideas for life; Компания Volkswagen – Das Auto.*

Таким образом, можно сделать вывод о том, что слоганы – это совершенно особый вид текста, для перевода и адаптации которого переводчику придется приложить немало усилий. Отличительным признаком удачного перевода англоязычного слогана является гармоничное соединение основной рекламной идеи с теми средствами выразительности, которые данной идее наиболее соответствуют. Чем оригинальнее будет звучать переведенный слоган, тем больше шансов, что его запомнят потребители, а ведь это и является целью перевода любого слогана.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Апетян, М. К. Особенности перевода слоганов англоязычных реклам на русский язык // Молодой ученый. –2014. –№1. – С. 668-669.

2. Чаган, Н. Г. Реклама в социокультурном пространстве: традиция и современность // Маркетинг в России и за рубежом. – 2000. – № 2.

3. Тюрина, С. Ю. О понятиях рекламный дискурс и рекламный текст. – М., 2009–285 с.

4. Добросклонская, Т. Г. Вопросы изучения медиа текстов. – М.: МАКС Пресс. – 2000. – 288 с.

АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ДИСКУРСА

УДК 808.51
Е. А. АБРАМЧУК
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии, Г. В. Нестерчук, доцент

ФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

Политический дискурс является одним из основных понятий политической лингвистики. Ряд ученых понимают его в широком смысле как «совокупность всех речевых актов, используемых в политических дискуссиях, а также правил публичной политики, освященных традицией и проверенных опытом». Он же определяется как «сумма речевых произведений в определенном паралингвистическом контексте – контексте политической деятельности, политических взглядов и убеждений, включая негативные ее проявления: уклонение от политической деятельности, отсутствие политических убеждений» [1].

Политический дискурс в значительной степени охватывает формы коммуникации, в которых, по крайней мере, один из следующих компонентов является частью политического поля: содержание сообщения, адресат или субъект. В узком смысле политический дискурс – это дискурс, целью которого является реализация, сохранение и завоевание политической власти [2].

Так как власть связана с конкретной личностью, то основной целью деятельности политика является завоевание доверия населения, т. е. объекта власти. Если неотъемлемой частью «информационной жизни» человека становится политизация, то политический дискурс – это фактическое использование языка в социально-политической и публичной сферах коммуникации» [3]. Влияние на слушателя, его сознание и чувства является основной задачей любого политического выступления, в том числе и публичного, как эффективного средства для достижения цели.

Функциональные характеристики политического дискурса можно рассматривать с двух позиций: с позиции системообразующей интенции политического дискурса и с позиции исполнения общеязыковых функций [4]. Отсюда следует, что функциональная специфика политического дискурса по отношению к другим типам дискурса проявляется в его первичной функции, а именно в его использовании в качестве инструмента политической власти, которая реализуется в борьбе за власть,

перераспределении, стабилизации, осуществлении, поддержании власти или контроля. Рассмотрение данного аспекта позволяет выделить следующие основные функции политического дискурса:

- дифференциация и интеграция группы агентов политики,
- гармонизация и атональность,
- ориентация и интерпретация,
- мотивация и контроль,
- информация и деятельность.

Определяя границы политического дискурса, необходимо обращать внимание как на неинституциональные, так и институциональные формы коммуникации. В дополнение к институциональности политический дискурс характеризуется театральностью, авторитарностью, дистанцированностью, фактором СМИ, динамичностью, эзотеричностью, фидеистичностью, фантомностью, семантической неопределенностью и информативностью. Каждый из перечисленных признаков имеет свои особенности, обусловленные целенаправленной составляющей политического дискурса.

Анализ политического текста и его элементов предполагает изучение восприятия адресатами различных его национальных, политических, экономических, культурных, социальных, языковых и других факторов, влияющих на соответствующее понимание дискурса, в связи с тем, что политический дискурс обладает рядом особенностей и:

- отражает борьбу за власть либо ее удержание;
- коррелирует с важными событиями общественно-политической жизни;
- насыщен цитатами из официальных документов (программа партии);
- опирается на определенную систему ценностей (демократия, законность, справедливость, свобода и др.);
- влияет на интеллектуальную и эмоциональную сферы слушающих;
- насыщен комментариями, разъяснениями и оценками говорящего.

Выполняя мотивационную и регулятивную функции, политический дискурс обладает некоторыми лингвистическими особенностями:

- отсутствие сложных предложений;
- четкость построения фраз;
- повторение сложных по смыслу словосочетаний и предложений [5].

Планируя свое выступление, политик больше апеллирует к рациональным и оценочным, нежели к эмоциональным качествам публики. Однако полемичность, страстность тона, слияние элементов научной речи и различных средств эмоциональности и образности оказываются не менее важными наряду с поведением политического деятеля, его внешностью, типом речи и т. д. [6]. Очевидно, что успех спикера определяется умением

аргументировать свою позицию, учитывать особенности различных социальных групп, к которым он апеллирует, так как его основная задача – быть понятым. Ему важно заразить слушателей уверенностью в правильности своей позиции, вызвать у них определенное эмоциональное настроение.

Так как большую часть политической информации массовая аудитория узнает из выступлений политических лидеров, а политический дискурс представляет собой специализированную разновидность общения, обусловленную социальными функциями партнеров и регламентированную как по содержанию, так и по форме, то очевидно, что разрабатывая текст своего выступления, политические деятели уделяют особое внимание не только содержательным аспектам своей речи, но и ориентируются на конкретную аудиторию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гаджиев, К. С. Введение в политическую науку / К. С. Гаджиев. – М. : Логос, 1997. – 544 с.

2. Колесникова, С. Н. Особенности политического дискурса и его интерпретация / С. Н. Колесникова // Вестник Челябинского государственного университета. – ЧГУ, 2011. – С. 67–69.

3. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – М. : ИТДГК «Гнозис». – 326 с.

4. Чудинов, А. П. Политическая лингвистика : учеб. пособие / А. П. Чудинов. – М. : Флинта, 2006. – 256 с.

5. Федоров, А. В. Основы общей теории перевода / А. В. Федоров. – М. : Высшая школа, 1968. – 396 с.

6. Егорова-Гантман, Е. В. Имидж лидера : психол. пособие для политиков / Е. В. Егорова-Гантман. – М. : Наука, 1994. – 264 с.

УДК 81 – 811.11

Е. А. ЕНИНА

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии М. В. Ярошук

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПОЛИТКОРРЕКТНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

В настоящее время политическая корректность и правильное использование политически корректных слов вызывает все больший интерес общественности. Это, в первую очередь, связано с развитием

межкультурной коммуникации. Перемены в культурной, политической, общественной жизни общества воздействуют на его носителей, что в свою очередь находит отблеск в языке. Свойственным примером такой связи являются изменения культурной картины мира носителей английского языка, произошедшие под влиянием такого феномена, как политическая корректность. Политическая корректность – это один из наиболее часто используемых терминов в англоязычных СМИ сегодня. Политическая корректность является мощным социальным, культурным и языковым феноменом современности, затронувшим самые разнообразные аспекты жизни общества. Она оказывает влияние на взаимодействие всевозможных этнических и расовых групп, гендерные отношения, положение в обществе людей различного социального статуса, материального достатка, возраста. Политкорректность, являясь инструментом коммуникативной стратегии поведения, помогает избежать социальных обострений и достичь бесконфликтной атмосферы в обществе.

Политическая корректностъ (также политкорректностъ, от английского politically correct, PC) – практика прямого или опосредованного запрета на высказывание определенных суждений, обнародование фактов, употребление слов и выражений, считающихся оскорбительными для определенных общественных групп, выделяемых по признаку расы, пола, возраста, вероисповедания, сексуальной ориентации и т. п.

Поскольку английский язык является языком международной коммуникации, политкорректность стала не только привилегией англоязычного общества. Лингвисты отмечают, что в настоящее время данный феномен имеет интернациональный характер.

В наши дни феномен политкорректности ассоциируется с неким механизмом поведения в различных ситуациях, который в первую очередь связан с современными западноевропейскими культурными традициями, в основе которых лежат принципы института прав человека и следование либерально-демократическим идеям. Политкорректность затрагивает образовательную систему, науку, религию, повседневную жизнь; доминирует в интеллектуальной и культурной жизни; становится обязательной по закону. Очевидна тенденция к повышению уровня политкорректности в литературе, периодической печати и других источниках информации, имеющих публичное хождение. Таким образом, политкорректность стала своего рода образом жизни в западных странах, она определяет стандарты языкового и социокультурного поведения.

Лингвистический аспект политкорректности проявляется в поиске новых выражений языковых инструментов и корректировок языкового кода. Сфера действия запретов включает «использование оскорбительных прозвищ», «неуместные шутки» и даже «ложный смех».

Речевая стратегия политкорректности направлена на умение общаться на «трудные» темы, не оскорбляя собеседника и одновременно сохраняя смысл сказанного. Эту стратегию характеризует намерение говорящего сдерживать открытое выражение вербальной агрессии, которая может послужить толчком к различного рода конфликтам. Это происходит за счет особой регламентации речи, связанной с представлением о том, что замена одних языковых единиц другими, более корректными, может изменить культурную традицию, а значит, и отношение людей к тому или иному явлению [6].

Политическая корректность в языке приводит к целому ряду изменений на лексическом и грамматическом уровнях.

Следует отметить, что большая часть трансформаций затрагивает лексический состав языка, поскольку лексика является наиболее подвижным уровнем языковой системы, который мгновенно реагирует на происходящие в обществе перемены. В настоящее время постоянно увеличивается число запрещенных слов и запрет на слишком конкретное обсуждение некоторых сфер жизни, что находит отражение в специальных словарях политкорректной лексики [6].

Лексика политкорректных высказываний представлена в большей степени эвфемизмами, которые, будучи эмоционально нейтральными словами или выражениями, употребляются вместо синонимичных им слов или выражений, представляющихся говорящему неприличными, грубыми или нетактичными.

В грамматике политкорректных высказываний отмечают ряд трансформаций. Так, на морфологическом уровне в большинство слов с суффиксом -ess/-ette, обозначающими лиц женского пола, заменяются на нейтральные: вместо слова ‘stewardess’ употребляется ‘flight attendant’.

Политкорректность прослеживается также и в использовании пассивного залога вместо активного (в целях непривлечения внимания к исполнителям действия); в употреблении вводных слов и оборотов, (с целью смягчить высказывание о сложившейся ситуации); в употреблении безличных конструкций.

Политкорректность является базовым элементом политической культуры общества. В англоязычной среде политкорректность рассматривается как важная ценность лингвокультуры общества и реализуется в сфере образования, в отношении к меньшинствам, в определении статуса граждан, в отношениях между полами.

Явление политкорректности стало неотъемлемым компонентом идеологии и обязательной частью языковой практики американской культуры, а также культур западноевропейских стран. Став инструментом языковой политики западных стран, политкорректность помогает избежать

социальных обострений и достичь бесконфликтной атмосферы в обществе, облегчает коммуникацию между разными социальными группами

Этническая политическая корректность зародилась во второй половине XX века в США, с восстанием африканцев, которые возмутились наличию расистской лексики в английском языке. Именно данный вид корректности считается отправной точкой для развития целого феномена политической корректности, который позже приобрел мировой масштаб.

Первым меньшинством, подвергнувшимся политкорректным изменениям, стали выходцы из Африканского континента. Так, в порядке нарастания от наиболее политкорректного способа номинации лица негроидной расы, до наиболее оскорбительного, можно составить следующую цепочку: African American – Black — Negro. С принятием пакта о независимости и свободе темнокожего населения США, с признанием их прав на гражданскую принадлежность, появилась острая необходимость избавиться от лексики, которая на тот момент являлась клеймом и напоминанием о рабском прошлом. В связи с этим было решено, что negro является оскорбительным и вместо него следует употреблять African American. Таким образом, эвфемизм African American как наиболее нейтральный из цепочки синонимов является частым по употреблению в дискурсе средств массовой информации при номинации представителей негроидной расы:

"Racism will always be a part of the world, a part of America, and hate in America – especially for African-Americans – is living every day," he said.

Таким образом, развитие этнической политкорректности, начало берет от расового признака до признака государственной принадлежности, а научное, этнографическое обозначение замещается политическим. (negroes – African Americans; Indian / Native American / American Indian).

Гендерная политкорректность является следующей по возникновению после этнической. Борцов за гендерную политкорректность не устраивают морфемы, которые указывают на половую принадлежность. Самыми распространенными гендерно неполиткорректными морфемами можно считать морфемы: ‘–man’ и ‘–ess’.. Феминистки, движимые идеями сексистского языка, потребовали заменить морфему ‘–man’ на ‘–person’, которую следует переводить гендерно-нейтральным словом «лицо». Например, на сайте «BBC» можно найти большое количество случаев употребления businessperson вместо businessman или businesswoman: *A public attack on a politician is a risky gambit for a businessperson, even when they are as well-known and publicly admired as Virgin tycoon Sir Richard Branson.*

С февраля 2011 в документации Госдепартамента Соединенных Штатов Америки вывели из официального оборота слова mother и father. При подаче заявлений на оформление разного рода официальных

документов, в анкетах теперь значится parent number one и parent number two. Однако в англоязычных СМИ еще пока такая лексика, как parent number one и parent number two не прижилась. Подобная ситуация складывается и с терминами husband и wife. Поэтому, теперь официально будет использоваться гендерно-нейтральный термин partner/companion.

Одной из лексических единиц, ставшей предметом споров, стала лексема, использующаяся при номинации людей, которые по тем или иным причинам потеряли работу. Так, в порядке нарастания от наиболее политкорректного способа номинации, до наиболее оскорбительного, можно составить следующую цепочку: unwaged/between jobs – freelancing – unemployed. Несмотря на то, что unemployed многими считается неполиткорректным, оно часто встречается в различных средствах массовой информации.

Явление политической корректности оказало большое влияние на английский язык и культуру в целом. Существование такого количества статей, посвященным проблеме политической корректности доказывает, что данный вопрос в настоящее время является актуальным. В современном английском языке превалирует использование нейтральных или позитивнооценочных лексических единиц в отношении людей, относящихся к группам меньшинств. Большинство политкорректых терминов полностью заменили те, что использовались раньше, однако некоторые из них все еще употребляются в качестве синонимов. Однако нельзя не отметить тот факт, что развитие в современном обществе идей политической корректности отразилось не только на культурном уровне, но и языковом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Быков, И. А. Политкорректность и толерантность как принципы современной политической коммуникации / И. А. Быков // Ценностное содержание журналистики: культура социальных отношений и межкультурное взаимодействие в обществе: материалы научно-практической конф. – Санкт–Петербург : СПбГУ, *2008. – С. 37-59.*

2. Наумова, И. О. Из истории термина “Политическая корректность” / И. О. Наумова // VERBATIM 2008/2: монография. – Харьков : ХНАМГ, 2008. – С. 81-82.

3. Павлова, Е. К. Языковая преемственность в процессе эвфемизации политических реалий США / Е. К. Павлова // Вестн. Моск. ун-та. Лингвистика и межкульт, коммуникация. 2000. № 3. С. 17-25.

4. Панин, В. В. Политическая корректность как культурно-поведенческая и языковая категория: автореф. дис. канд. филол. Наук / Тюмень : ТГУ, 2004. – 20с.

5. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова – М. : Слово, 2000. – С. 300.

6. Шляхтина, Е. В. Языковой аспект политкорректности в англоязычной и русской культурах): автореф. дис. канд. филол. наук. – Ярославль : ЯрГУ, 2009. – С. 10.

УДК 316.28(075.8)

К. С. ЗЕМБРОВСКАЯ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии И. Л. Ильичева, кандидат филологических наук, доцент

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ НАУЧНОГО ДИСКУРСА

Понятие «дискурс» в настоящее время используется в самых различных контекстах. Так, Н. Д. Арутюнова определяет дискурс как связный текст в совокупности с экстралингвистическими факторами – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими. Дискурс включает в себя сопровождающие речь, мимику, жесты и прочие паралингвистические факторы. Схожее определение представляет В. Е. Чернявская, которая трактует дискурс как текст в неразрывной связи с ситуативным контекстом, определяющим все то, что существенно для порождения данного высказывания или текста, в связи с системой коммуникативно-прагматических и когнитивных целеустановок автора, взаимодействующего с адресатом. Разные дискурсы постоянно находятся в состоянии борьбы за право достичь гегемонии, т.е. сделать общепринятыми закрепленные внутри них значения. Несомненно, согласно такой трактовке, каждый дискурс – это определенный способ понимания мира.

В зависимости от отношения между коммуникантами, дискурс подразделяется на две основные группы: институциональную и личностную. Научный дискурс считается одним из видов институционального общения и занимает особое место в общей системе типов дискурса, так как здесь различия между сокращенной и фиксированной дистанциями общения не являются определяющими. В самом деле, хотя большинство научных текстов создается и осуществляется в социально-фиксированной ситуации, легко можно представить себе двух ученых, обсуждающих научную проблему в неформальной обстановке. Сниженная дистанция общения не мешает тексту, возникающему в подобной ситуации, оставаться научным.

Тематика научного дискурса охватывает очень широкий круг проблем, принципиально важным в этом вопросе является выделение естественнонаучных и гуманитарных областей знания. Гуманитарные науки

менее формализованы и обнаруживают сильную зависимость объекта познания от познающего субъекта (показательно стремление философов противопоставлять научное и философское знание).

Научный дискурс характеризуется выраженной высокой степенью интертекстуальности, и поэтому опора на прецедентные тексты и их концепты для рассматриваемого дискурса является одним из системообразующих признаков. Интертекстуальные связи применительно к тексту научной статьи представлены в виде цитат и ссылок и выполняют референционную, оценочную, этикетную и декоративную функции.

Суть научного дискурса подразумевается в речемыслительной деятельности, нормативную основу которого составляют исторически сформировавшийся комплекс регулятивных принципов, следование которым оптимизирует процесс создания, трансляции и использования знаний. В этот комплекс входят: объективность, установка на поиск истины, концептуальность (теоретичность), эмпиричность, логичность, методологичность, обоснованность, критицизм и креативность.

Хронотопом научного дискурса является обстановка, типичная для научного диалога. Диалог этот может быть устным и письменным, поэтому для устного дискурса подходят зал заседаний, лаборатория, кафедра, кабинет ученого, а для письменного прототипным местом является библиотека. Ценности научного дискурса сконцентрированы в его ключевых концептах (истина, знание, исследование), сводятся к признанию познаваемости мира, к необходимости умножать знания и доказывать их объективность, к уважению к фактам, в поисках истины.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что дискурс следует понимать как специфический для науки способ организации речевой деятельности. Дискурс удовлетворяет трем основным требованиям: его проблематикой должно быть изучение окружающего мира, статус его участников должен быть равным, а способом его реализации должен быть творческий диалог в самом широком смысле слова. Именно эти признаки дают возможность выделить научный дискурс из общей системы и отличить его от других типов дискурса. Любое отклонение от этих основных признаков свидетельствует об образовании в тексте характеристик дискурса другого типа и, следовательно, об отклонении данного речетворческого произведения от идеальной модели научного текста, от центра в сторону периферии, или об образовании переходных, промежуточных форм дискурса.

УДК 81.42
Ю. А. КИРЮХАНЦЕВА
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. А. Тарасевич, кандидат филологических наук, доцент

МЕТАФОРА КАК ФОРМА МАНИПУЛИРОВАНИЯ В ПОЛИТИЧЕКОМ ДИСКУРСЕ

Впервые о концептуальной метафоре упомянули Дж. Лакофф, М. Джонсон в своей работе «Metaphors we live by». Авторы считают, что в метафоре не только воплощается общественный опыт некой культурной общности, а что она в значительной мере оказывает влияние на формирование этого опыта [1]. Иными словами, метафоры способны структурировать мышление человека, создавая его картину мира. Метафорический образ помогает человеку осмысливать окружающий мир посредством уже имеющихся образов.

Интерес к изучению когнитивных метафор в рамках лингвистики объясняется тем, что данное средство является мощным инструментом воздействия на сознание аудитории.

Подробную классификацию политических метафор удалось сделать А. П. Чудинову. Он выделил четыре тематические группы метафор [2]:

1. Антропоморфные метафоры
2. Артефактные метафоры
3. Природные метафоры
4. Социальные метафоры

Рассмотрим подробнее данные блоки.

К группе антропоморфных метафор относятся такие тематические блоки как «Физиология», «Болезнь», «Семья». В метафорах такого рода политические явления наделяются качествами, которые свойственны поведению человека. Наиболее высоким манипулятивным потенциалом обладают метафоры, описывающие физические страдания нации:

“A nation in mourning” (D. Trump, Presidential Debate at Washington University in St. Louis, Missouri).

“Now it is time for America to bind the wounds of division” (ibid).

“Our political system is so paralyzed by gridlock and dysfunction that most Americans have lost confidence that anything can actually get done” (ibid).

Эти метафоры эффективно воздействуют на адресата, поскольку изображают нацию как страдальческое, кровоточащее и израненное тело, тем самым вызывая больше эмоций и чувств, чем неодушевленный объект или абстрактная концепция.

К группе артефактных метафор принадлежат такие понятийные сферы как «Дом» и «Механизм». Метафора дома используется в политическом дискурсе для описания улучшения положения в стране:

"Previous generations of Americans built the greatest economy and strongest middle class..." (H. Clinton, Presidential Debate at Washington University in St. Louis, Missouri October 9,2016).

"We're going to make America safe again. We're going to make America great again. And we're going to make America wealthy again, because if you don't do that, it just—it sounds harsh to say, but we have to build up the wealth of our nation" (D. Trump, Presidential Debate at Washington University in St. Louis, Missouri).

Описывая государственные проблемы, политики представляют политическую систему в виде механизма, который сломан и должен быть починен:

"Nobody knows the system better than me, which is why I alone can fix it" (H. Clinton, Presidential Debate at Washington University in St. Louis, Missouri October 9,2016).

Х. Клинтон в своей речи представляет политические реформы как двигатели, которые помогут системе снова начать работать:

"Another engine of strong growth should be comprehensive immigration reform" (H. Clinton, Presidential Debate at Washington University in St. Louis, Missouri).

Группа природных метафор охватывает понятийные сферы связанные с миром флоры и фауны. Так, Д. Трамп концептуализирует деньги как растения или листья, когда говорит об их изобилии:

"A small group in our nation's Capital has reaped the rewards of government" (D. Trump, Republican Candidates Debate in Houston, Texas, February 25, 2016).

"Secretary of State rakes in millions and millions of dollars" (ibid).

Метафора сорняков традиционно используется для обозначения нежелательных образований, от которых необходимо избавиться:

"Radical Islamic terrorism, which we will eradicate completely. (D. Trump Presidential Debate at Washington University in St. Louis, Missouri October 9,2016).

Социальные метафоры, составляющие самый обширный блок, связаны со сферами «Преступность», «Война», «Театр», «Игра», «Спорт», «Путь».

Метафора войны повсеместно используется в политическом дискурсе главным образом для создания положительного образа политика, а также для дискредитации оппонента. Эта метафора нуждается в герое, враге и в угнетенной стороне.

Х. Клинтон, как правило, используя метафору войны в своей речи с целью создания положительно образа, акцентирует, что противостоять врагу возможно только совместно с гражданами страны:

“We can defend our country …” (H. Clinton, Presidential Debate at Washington University in St. Louis, Missouri October 9,2016)

Д. Трамп, в отличии от своего оппонента Х. Клинтон, представляет только себя в качестве воина:

“I will fight for you with every breath in my body” (D. Trump, Republican Candidates Debate in Houston, Texas, February 25, 2016).

На международной арене источниками угроз являются страны-противники и зарубежные политики; внутри страны – политические деятели из других партий. Так, в следующем примере Х. Клинтон презентует себя как борца, который будет защищать нацию и противостоять международным угрозам:

“We've stood up to adversaries like Putin and reinforced allies like Israel” (H. Clinton, Republican Candidates Debate in Houston, Texas, February 25, 2016).

Используя метафору войну, Х. Клинтон осуществляет стратегию дискредитации оппонента Д. Трампа, обвиняя его в отсутствии толерантного отношения к женщинам, иммигрантам и людям с ограниченными возможностями:

“What we all saw and heard on Friday was Donald talking about women, what he thinks about women, what he does to women. D Trump attacked and attacked them viciously. So, yes, this is who Donald Trump is. But it's not only women, and it's not only this video that raises questions about his fitness to be our president, because he has also targeted immigrants, African- Americans, Latinos, people with disabilities, POWs, Muslims, and so many others” (H. Clinton, Presidential Debate at Washington University in St. Louis, Missouri October 9,2016).

В политическом дискурсе метафора не только придает выразительность речи политика и содействует ее запоминанию, но и используется для объяснения сложных для восприятия политических реалий. Так, К.Д. Ландсхеер отмечает, что по частоте использования метафор можно судить об экономическом положении страны. Согласно ее гипотезе, частое использование метафор свидетельствует о кризисной ситуации в государстве [3].

Таким образом, метафоризация является одним из наиболее существенных методов воздействия на аудиторию. Использование концептуальной метафоры в политическом тексте позволяет коммуникатору перестраивать сознание адресата и тем самым достигать своих целей.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Лакофф, Дж. Метафоры, которыми мы живем / Дж. Лакофф, М. Джонсон. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 155 с.

2. Чудинов, А. П. Россия в метафорическом зеркале / А. П. Чудинов // Рус. речь. – 2001. – № 1. – С. 34 – 41.

3. Landtsheer, Ch. de. Function and the Language of Politics. A Linguistics Uses and Gratification Approach / Ch. de Landtscheer // Communication and Cognition. – 1991. – Vol. 24, №3/4.

УДК 81.63

Р. С. КУПАВО

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Е. Н. Стрижевич

СЛЕНГ В СТУДЕНЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

В настоящее время происходит активное проникновение новых сленговых слов в английскую молодежную речь, которое связано с расширением туристических и политических связей. Сегодня сленг является неотъемлемой частью любого языка и отражает специфику современной жизни общества. В данных тезисах сделаем попытку рассмотреть понятие сленга и его роль в современной лингвистике.

В наше время высоких скоростей язык также претерпевает быстрые изменения. Слова и выражения упрощаются и появляется все больше сокращений, поскольку они экономят время, что является очень удобным. Поэтому сленг получил преимущество в наше время и начинает усиленно развиваться. В определенной ситуации слово может стать сленговым, даже на незначительное время, из-за его стилистической окраски, придаваемой ему контекстом. Язык тела, интонация, тон и даже паузы могут сыграть важную роль в указании, что слово или выражение следует рассматривать в качестве сленга.

Молодежная коммуникативная среда характеризуется использованием всех лексикостилистических регистров, тяготея при этом к сниженной лексике, лишь незначительную часть которой составляет ученический/студенческий жаргон. Таким образом, рассматривая молодежный сленг, можно проследить все явления, характерные как для самой молодежной коммуникативной среды, так и для устной коммуникативной среды в целом, выявить функциональную нагрузку сниженной лексики.

Представляется возможным выделить ряд причин употребления сленга. Во-первых, стремление коммуникантов общаться друг с другом, оставаясь непонятыми для посторонних. Другой немаловажной причиной

является тенденция к речевой выразительности, которую трудно достигнуть, используя исключительно литературную лексику. И, наконец, третьей причиной вынужденной языковой дифференциации между поколениями, по мнению психологов и лингвистов, становится возрастающий темп жизни, за которым представители старшего поколения не всегда успевают. Появление мобильных телефонов с сервисом SMS, электронной почты, ICQ и интернет-чатов способствует тому, что в языке подростков все чаще встречаются простые вербальные конструкции, с помощью которых можно максимально быстро передать свою мысль, что зачастую вызывает критику со стороны более консервативно настроенной части лингвистического сообщества.

Не в последнюю очередь с проблемой ускоренного темпа развития информационных технологий (большинство компьютерных программ издаются на английском языке) связана проблема англизации немецкой разговорной речи. Это привело даже к появлению шутливых терминов *“Denglish” (компонатив “deutsch” + “english”) и “Germeng” (“german” + “english”)*.

Английский язык, ставший языком интернет-общения, активно используется не только молодым поколением, но и на телевидении, в прессе. Процесс заимствований усилился настолько, что словари не успевают фиксировать все изменения в языке. Употребление (сознательно дифференцирующее, как и неосознанное, на поводу у языковой моды) заимствованной лексики более «продвинутой» молодежью также выстраивает стену между поколениями. Но наибольшей экспрессивной окраской в любом языке обладает табуированная лексика. Притягательная сила данной лексики для молодого поколения имеет несколько причин. Не последнее место занимают ее удобство, доступность, простота и даже гибкость.

С точки зрения психологии, существует три причины, которые предшествуют «ругательствам» и вызывают эту реакцию человека. Цепочку этих причин немецкий лингвист Райнхольд Аман представил в следующем виде:

Фрустрация (чувство разочарования) – Аффект (состояние напряжения).

Ругательство является вербально-агрессивным действием, которое совершается в состоянии возбуждения и вызывается чаще всего психологическим дискомфортом у говорящего.

Психологи считают, что во многих случаях речевой акт ругательства представляет собой своеобразную разрядку, способствующую восстановлению психического равновесия. Еще Ф. Ницше заметил, что фрустрация порождает в человеке чувство агрессии и аффекты, которые могут привести его к психическим заболеваниям.

Однако, Т. Дж. Галлино, исследовавший процессы, проходящие в молодежном сленге, уверен, что употребление подростками инвективной лексики происходит чаще всего «из любви к искусству», т. е. только потому что им нравится ругаться, выражая, таким образом грубую и не всегда уместную, но иронию.

В целом, роль и место сленга в современной речевой культуре остаются неоднозначными и требуют значительного осмысления.

Использование сленга удобно в разговоре из-за его точности и краткости. В связи с научно-техническим прогрессом использование коротких четких выражений стало необходимостью в повседневном общении в социальных сетях и разнообразных чатах. Очень трудно проигнорировать сленговое выражение, если оно полностью и точно отражает идею, мысль, состояние во время речи. Что касается сленга в английском языке, то он относится к одной из подсистем английского языка, или, скорее, к нелитературной лексике. Однако сложно выделить четкую границу между литературной и разговорной лексикой.

Несмотря на тот факт, что не все сленговые слова возможны для употребления в грамотной речи, сленг является сокровищем английского языка из-за своей живости и гибкости. В современном английском языке молодежная речь характеризуется как «телеграфный стиль», который прижился с появлением мобильных телефонов, использованием СМС, Интернета, электронной почты и социальных сетей. Таким образом, язык молодых людей начинает приобретать более упрощенную структуру, с помощью которой можно передать свои мысли гораздо быстрее.

Известно, что с одной стороны существует попытка к обновлению языка и к тому, чтобы быть разным в своей речи, с другой стороны, чем быстрее и шире новые сленговые образования распространяются, тем быстрее они устаревают. Однако бывают случаи, когда давно забытые сленговые слова неожиданно возвращаются в употребление. Это происходит обычно из-за нового поколения детей, подверженных повторному запуску старых классических фильмов или телесериалов. Не зная, что такое «анахронизм», они рассматривают эти слова, как свое личное открытие, и вдыхают в них жизнь.

Таким образом, в заключении следует сказать, что значительная часть сленговых слов имеет тенденцию не только оставаться сленговыми десятилетиями, но сохранятся на века. Эти слова никогда не принимались как стандарт в речи, но и не исчезли.

УДК 81.63
Д. А. МИЗЕРИЯ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Е. Н. Стрижевич

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ САМОРЕКЛАМНОГО ТЕКСТА

В современном мире средств массовой информации люди постоянно сталкиваются с рекламой. При просмотре телевизора потребителей активно засыпают рекламой. Аналогично при чтении газету или журналов, внимание, так или иначе, отвлекается на ту или иную форму рекламы. По дороге в школу или в офис мы сталкиваемся с рекламой разных форм и цветов. Реклама, будь то печать, трансляция или любой другой тип, является частью повседневной жизни, оказывает на людей огромное влияние, поэтому неизбежно пренебрегать ее важностью.

Рекламные тексты различаются по структуре, стилю, размеру и, гармоничности построения, полноте высказываний. Речевая выразительность занимает важное место в рекламном сообщении, так как с помощью нее рекламодатель передает послание наглядным и образным, воздействуя тем самым на потенциальных покупателей. Выразительная, «красочная» речь воздействует более продуктивно на покупателя, легко воспринимается и запоминается, вызывает эмоциональный отклик. Если рекламный текст построен грамотно, у аудитории сложатся определенные впечатления, и, зачастую, положительные ассоциации, что приведет в раскрутке бренда данного продукта.

Прежде всего, важную роль играет заголовок рекламного текста. В среднем заголовок читают в пять раз чаще, чем текст. Не сообщая о продукте в заголовке, компания может потерять 80% своей потенциальной аудитории.

Следующим важным элементом схемы является лозунг компании или рекламный слоган. Лозунг является очень важным элементом рекламной привлекательности, ее сущностью, так как основная его цель – привлечение внимания к рекламируемой продукции. Структура слогана содержит информативную и эмоциональную составляющие. Информация, в слогане затрагивает разные характеристики товара:

тип рекламного объекта: «*Volkswagen – das ist das auto»;*

отличительное качество товара: *«Растишка – только натуральные ингредиенты»*;

эффективность использования: «*Domestos – убивает микробы наповал»*.

Чтобы подробно изучить структуру рекламных текстов, нужно рассмотреть лингвистические особенности текстов рекламы.

Текст рекламного объявления строится по определенным правилам, которые необходимо учитывать следующие факторы. Высказывания должны быть простые, изложены в кратких предложениях и словах, которые люди активно используют в повседневной жизни. Смысл высказываний должен быть понятен любому человеку. Рекомендуется не использовать научные термины, математические вычисления и профессиональную лексику, непонятной аудитории читателей рекламных текстов. Такие высказывания затрудняют восприятие, и не вызывают интереса у покупателей. Сложные синтаксические конструкции надо чередовать с простыми предложениями, состоящими из трех-четырех слов.

В высказываниях не будет лишним использовать рифму. Ритмическая организация речи, другими словами, чередования ударных и безударных слогов, играет немаловажную роль. Она делает ее более структурированной, усиливает ее эмоциональность и выразительность. Особенно ритмичность выражена в зарубежных рекламах, например, на английском языке. Реклама марки зубной пасты «Пепсодент»: "*You'll wonder where the yellow went / When you brush your teeth with Pepsodent*".

Сообщение должно преподноситься увлекательно, чтобы вызвать любопытство и интерес. Не следует использовать длинные, нудные перечисления, а также экстравагантные утверждения. В рекламном тексте надо использовать слова и фразы, которые способствуют возникновению мысленных образов. Причем эти образы должны быть комплементарными, а не противоречащими друг другу.

Некоторые рекламные сообщения невозможно визуализировать (реклама парфюма, а именно, «изображение» запаха), поэтому их стоит описать с помощью соответствующих образов, которые воздействуют на покупателя: образ цветов, фруктов. Широко используется контрастность. Любой контраст возбуждает заинтересованность и акцентирует на себе внимание. Основной прием - крупный шрифт броского цвета на фоне более мелких букв. Обычно этим приемом пользуются для обозначения названия продаваемого объекта, формулировки устных реплик или кратких цитат.

Изображение (в его коннотативном измерении) есть некоторая конструкция, образованная знаками, извлекаемыми из разных пластов наших словарей (идиолектов), причем любой подобный словарь, какова бы ни была его "глубина", представляет собой код, поскольку сама наша психея (как ныне полагают) структурирована наподобие языка.

Прием убеждения и рекомендации. Важным средством воздействия в процессе коммуникации, в том числе в социальной рекламе, является аргументация. Если рекламодатель подкрепляет четкими, весомыми

аргументами «почему» и «зачем» необходим тот или иной товар, он вызовет у покупателя доверие. *Rowenta: «Professional Laser — утюг, которому острые углы — не помеха. Ведь его подошва обработана уникальным методом: выброс с очень высокой скоростью микрочастиц уплотняет нержавеющую сталь и делает ее более прочной. Затем подошва полируется до идеальной гладкости. Поэтому утюг скользит легко и свободно… Rowenta Professional Laser действительно способен на многое!»*

Сегодня реклама является распространенным явлением, которое привлекло внимание и интерес большого числа людей в разных обществах по всему миру. Люди подвергаются рекламному процессу, где бы они ни находились. Реклама – не только «идеальный инструмент» для поддержания контактов с людьми социально, культурно, политически и даже психологически. Самым важным при этом становится эмотивная и эстетическая составляющие, на которых и построена реклама.

Рекламный текст является важным элементом маркетингового плана. Он используется для увеличения продаж, выдвигает на мировой рынок продукт, и делает его известным широкой аудитории, подчеркивает его превосходные качества, оказывает психологическое влияния на население всех возрастных категорий.

Компания может рекламировать по-разному, в зависимости от того, сколько она может потратить на рекламу. В зависимости от качества, продуманности и вложенных средств в реализацию рекламы будет зависеть основная прибыль любых компаний.

Таким образом, в заключении можем сказать, что успех рекламы во многом зависит от продуманности рекламного текста, достижения в развитии рекламного дискурса, стилистики, технологий, используемых в процессе создания, ментальное воздействие на потребителя. Это высокоразвитый бизнес, много денег тратится на рекламу в каждой стране.

УДК 81.63

М. С. ПАТОЛЯТОВА
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. В. Иванюк, кандидат педагогических наук, доцент

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ДИСКУРСА В СОВРЕМЕННОЙ ЛИНГВИСТИКЕ

На современном этапе развития научной мысли дискурс находится в центре внимания ряда гуманитарных наук: лингвистики, философии,

психологии, литературоведения, политологии, этнографии, теории коммуникации и других.

Переход к дискурсивной парадигме является закономерным развитием языковедческой мысли. Обобщив подходы ученых к эволюции лингвистических учений, Е.А. Селиванова отмечает, что такого рода эволюция происходит благодаря «последовательной смене четырех основных научных парадигм: сравнительно-исторической, системно-структурной, коммуникативно-функциональной и когнитивно-дискурсивной» [1, с. 16].

Отличительной чертой современной лингвистической науки является ее сосредоточенность на человеческом факторе в языке, ее направленность на осмысление языковой концептуализации мира. Антропоцентризм, суть которого заключается в том, что «научные объекты изучаются, прежде всего, по их роли для человека, по их назначению в его жизнедеятельности, по их функциям для развития человеческой личности и ее усовершенствования» [2, с. 212], стал важнейшим методологическим принципом. Центральной категорией «жизни человека в языке» (Э. Бенвенист), вписывающей многообразную социально-коммуникативную практику человека в тексты культуры, является дискурс.

Термин «дискурс» берет свое начало еще с античных времен, когда в древнем Риме под этим понятием подразумевали беседы (диалоги, речи) ученых. В XIX в. этот термин становится многозначным и распространяется на вещание широкой общественности. В словаре немецкого языка братьев Гримм 1860 г. термин «дискурс» получает два значения: 1) диалог, беседа; 2) речь, лекция.

Как лингвистический термин «дискурс» начал широко использоваться только в 50-х гг. XX в. после публикации статьи американского лингвиста З. Харриса «Анализ дискурса», который определил дискурс как «метод анализа связанной речи», предназначенный «для расширения дескриптивной лингвистики за пределы одного предложения в данный момент времени и для соотнесения культуры и языка» [3, с. 83].

Системный анализ разнообразных определений как в рамках зарубежных, так и отечественных исследований, позволяет выделить три основных подхода к определению дискурса – структурный, функциональный и тематический.

При определении дискурса в рамках структурного подхода акцент делается на его структурных составляющих, дискурс понимается как продукт речевой деятельности, взятый в совокупности всех вербальных и экстралингвистических характеристик, связанных с его производством, распространением и восприятием. Наиболее наглядно структурный подход

можно проиллюстрировать с помощью коммуникационной модели, первоначально предложенной в 1949 г. американскими учеными-кибернетиками Шэнноном и Вивером, которая в последствии получила широкое распространение для изучения коммуникационных процессов. К концу XX века сложился своего рода «универсальный вариант» коммуникационной модели, учитывающий все базовые компоненты коммуникации: отправителя сообщения, его получателя, канал, обратную связь, само сообщение, процессы его кодирования и декодирования и, наконец, ситуацию общения или контекст.

Определения дискурса, основанные на структурном подходе, позволяют выделить ключевые компоненты речевой деятельности, участвующие в процессе коммуникации: от отправителя сообщения и его получателя до канала распространения и контекста общения. Важнейшим экстралингвистическим компонентом структурных определений дискурса является, несомненно, контекст, который сам по себе объемен и включает такие аспекты, как исторический, временной, социальный, политический, культурно-идеологический.

В рамках функционального подхода главным критерием определения дискурса является взаимосвязь речеупотребления с различными сферами человеческой деятельности, которые во многом и обуславливают особенности речевой коммуникации. При этом дискурсообразующими характеристиками текстов, берущихся в качестве эмпирической основы для выделения дискурсов того или иного типа, выступают различные обществен-но-значимые сферы человеческой коммуникации и речевой практики, такие, как наука, образование, политика, медицина, средства массовой информации и т. д. На основе речевых практик в соответствующих сферах выделяются разные виды дискурсов, например, такие, как научный, политический, медицинский, юридический и массмедиальный.

Не менее важен и третий подход к определению дискурса – тематический, который позволяет сгруппировать письменные и устные тексты как продукты речевой деятельности вокруг определенных социально-значимых тем, которые в тот или иной момент оказываются в центре общественного внимания, например, расовые отношения, иммиграция, терроризм, феминизм, выборы органов власти. Так, в англоязычной речи уже довольно давно используются такие словосочетания, как *racist discourse, terrorist discourse, feminist discourse, immigration discourse, electoral discourse*.

Таким образом, в современной лингвистике наиболее употребляемыми являются четыре значения термина «дискурс»:

текст/высказывание, погруженное в конкретную социокультурную ситуацию;

коммуникативная ситуация, которая интегрирует текст с другими его составляющими; «ситуация высказывания», в которой наряду с текстом понимается субъект высказывания;

толкование, вытекающее из положения французской семиотической традиции о тождестве дискурса с речью, преимущественно устной;

тип дискурсивной практики.

Несмотря на то, что в современной научно-лингвистической литературе нет общепринятого толкования дискурса, число зарубежных и отечественных исследований, посвященных его изучению, постоянно растет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Селиванова, Е. А. Лингвистическая энциклопедия / Е. А. Селиванова. – П. : Довкилля, 2010. – 844 с.

2. Бенвенист, Э. Общая лингвистика / Э. Бенвенист . – М.: УРСС, 2002. – 448 с.

3. Harris, Z. S. Discourse analysis // Language. – 1952. – Vol. 28. – P. 474-494.

УДК 801.73 (07) (082)

А. П. ПОТРУБЕЙКО

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии И. Л. Ильичева, кандидат филологических наук, доцент

КОМПОЗИЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО АНАЛИТИЧЕСКОГО МЕДИАТЕКСТА В СЕТЕВЫХ СМИ

Основной информационной единицей в современном обществе является медиатекст. В эту категорию можно отнести абсолютно разноплановые и многоуровневые понятия, начиная от телевизионных новостей и заканчивая таргетинговой рекламой в социальной сети.

Следует отметить, что в основе тезиса медиатекста лежит органичное сочетание единиц как вербального, так и медийного ряда. Данную особенность текстов преимущественно отмечают английские авторы. К примеру, А. Белл в книге“ Approaches to Media Discourse” говорил, что понятие медиатекста гораздо шире, чем думают многие, т.к. помимо текстовой информации, в него входит как звуковая, так и визуальная составляющая.

Существует типологическая классификация жанров, которая подразделяет тексты массовой информации на отдельные жанры в зависимости от их композиционно-структурных особенностей. Итак, в

англоязычных традициях выделяются такие жанры, как: тематическая статья, аналитика, интервью, новости, а также комментарии.

Устойчивая система параметров, которой дополняется концепция медиатекста, позволяет дать достаточно точное описание того или иного медиатекста с точки зрения особенностей его производства, канала распространения и лингвистических составляющих. Данная система включает такие существенные параметры, как:1) способ производства текста (авторский); 2) форма создания (устная – письменная); форма воспроизведения (устная – письменная); 4) канал распространения (средство массовой информации – носитель: печать, радио, телевидение, Интернет); 5) функционально-жанровый тип текста (новости, комментарий, публицистика,реклама); 6) тематическая доминанта или принадлежность к тому или иному устойчивому медиатопику.

В последнее время популярность в сети приобретает направление контролирующей журналистики (fact-checking). И именно поэтому становится актуальным изучение таких аналитических форм, как комментарий и summary. Тексты в СМИ едва ли различаются по композиционным (структурным) схемам. Чаще всего они составляются по определенной схеме. В медийных текстах принято различать четыре части: заголовок, вводную часть, основную часть и заключение. Вводная часть «вводит» в тему, помогает автору привлечь внимание читателя, установить с ним контакт. В основной части главная тема развивается и доходит кульминационной точки. В заключении делается вывод по изложенной информации.

По словам Т. Г. Добросклонской, в англоязычной журналистике такую структуру текстов новостных СМИ называют принципом «the inverted pyramid» (перевернутой пирамиды), который предполагает, что все самое важное должно сообщаться в начале текста, при этом основная информационная нагрузка приходится на первую фразу, которая называется «the lead» и фактически содержит все важнейшие компоненты сообщения в концентрированном виде. По мере развертывания текста информационная нагрузка постепенно ослабевает. Другими словами, «framework» медиатекста (заголовок, вводная часть и заключение) проявляют свою идеологическую направленность и во многом влияют на восприятие читателем всего текста. По итогу читатель воспринимает предложенную информацию: позитивно, негативно или нейтрально.

Авторские комментарии или замечания, которые представляются в тексте в виде цитат, помогают читателю ориентироваться в аксиологическом пространстве текста и примыкать к точке зрения тех ораторов, чье мировоззрение совпадает с мнением читателя.

Цитирование тех или иных мыслей позволяет автору в скрытой форме выразить свое отношение к теме, используя при этом высказывания других

людей. Пользуясь этой техникой, автор будто бы снимает с себя оковы предвзятости к человеку или событию, искусно превращаясь в медиатора, который лишь передает объективную информацию. Такой подход способствует формированию отношения читателя к изложенной информации.

УДК 81.37
М. С. СИВУДА
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Е. Н. Стрижевич

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ КЛИШИРОВАННЫХ ФРАЗ В ДЕЛОВОМ ДИСКУРСЕ

В современной экономической и политической среде официально-деловой стиль речи удовлетворяет потребность общества в документальном оформлении разных актов государственной, общественной, политической, экономической жизни, деловых отношений между государством и организациями, а также между членами общества в официальной сфере их общения. Функционируя в языке как жанр официально – делового стиля, переговорный дискурс имеет особую значимость для современного делового человека.

Дискурс – это многозначный термин ряда гуманитарных наук, предмет которых прямо или опосредованно предполагает изучение функционирования языка, – лингвистики, литературоведения, семиотики, социологии, философии, этнологии и антропологии. Лингвистическое употребления этого термина впервые встречается в работах американского лингвиста З. Харриса в 1952 г. В полной мере этот термин был востребован в лингвистике примерно через два десятилетия. Лингвистические употребления термина «дискурс» очень разнообразны, но в целом за ними просматриваются попытки уточнения и развития традиционных понятий речи, текста и диалога.

Н.Д. Арутюнова определяет дискурс как «связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными и другими факторами; текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемую как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания (когнитивных процессах). Дискурс – это речь, «погруженная в жизнь».

Что касается делового дискурса, он представляет собой сложное образование, он реализуется в деловом общении и имеет несколько

разновидностей, так как может протекать как в устной, так и в письменной форме. Многие исследователи подчеркивают сложность выделения данного дискурса, особенно в устных текстах, например, в производственном общении; прототипные же характеристики дискурса предполагают участие деловых партнеров – фирмы и клиента. Для данного дискурса также характерна специфическая лексика и терминология.

Лингвистические особенности переговорного дискурса – это согласующаяся с прагматикой переговорного дискурса система лексических, грамматических и синтаксических элементов, их комбинация и частотность использования. К лингвистическим особенностям переговорного дискурса относятся:

наличие терминологической лексики и лексики, характеризующейся положительной коннотацией;

преобладание стереотипов, клишированных фраз, речевых штампов, которые обеспечивают однозначную передачу информации;

использование вопросительных предложений, различных средств выражения модальности, оценки и т.д., которые указывают на готовность брать на себя обязательства, решать проблемы и т.д.

Как известно, во время переговоров в зависимости от целей и задач договаривающихся сторон в процессе коммуникации используются различные клишированные фразы, такие как: *As I see it… Насколько я понимаю, As far as I can tell - Насколько я могу судить; In my opinion- С моей точки зрения; It seems to me that - Мне кажется, что;If you ask me - Если Вы спросите меня*.

Язык делового общения представляет собой в этом смысле близкий к идеальному образец «нетворческого» использования языковых единиц. Общение с использованием готовых «блоков», застывших клишированных образований является доминирующей характеристикой деловой коммуникации. Данная клишированность проявляется не только на уровне словосочетаний и предложений, но и на уровне целых текстов, будь то деловая переписка, банковские документы или презентационные материалы. Даже неофициальная диалогическая речь между участниками общения, как правило, не выходит за рамки стандартных, формальных, глобально клишированных единиц большого и малого синтаксиса.

Таким образом, характерные признаки речи участников переговорного процесса сводятся к наличию терминологической лексики, книжной лексики и лексики, характеризующейся положительной коннотацией; преобладанию стереотипов, клишированных фраз, речевых штампов, которые обеспечивают однозначную передачу информации; использованию вопросительных предложений, различных средств

выражения модальности, оценки и т.д., которые указывают на готовность брать на себя обязательства, решать проблемы.

УДК 811.11-112
Л. В. ФРАНЧУК
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Н. Н. Столярчук

НЕОЛОГИЗМЫ СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО ЯЫЗКА В КОНТЕКСТЕ СПОРТИВНОГО ДИСКУРСА

Каждый язык похож на динамическую систему, которая постоянно меняется и развивается. Следовательно, словарный запас языка меняется с введением в него новых слов и фраз. Некоторые из недавно появившихся слов успешно адаптируются в языке и широко используются, другие неологизмы через какое-то время исчезают из языка. Новые слова, которые широко используются в обществе, затем кодифицируются в словарях. «Онлайн Оксфордский словарь английского языка» обновляется ежеквартально. Около тысячи новых и переизданных статей – это показатель того, насколько динамичен наш словарный запас. Новые слова появляются в соответствии с продуктивными средствами словообразования в данном языке.

Неологизмы широко используются в различных областях, таких как социальные сети, технологии, спорт, музыка, кино, медицина, культура, бизнес, литература и многие другие. Примеры неологизмов, связанных со спортом, представлены ниже.

Существительное *“galactico”* /glæktk/ – всемирно известный, высокооплачиваемый футболист. Примеры употребления в журналах и газетах: “*Germany skipper Michael Ballack was today unveiled as the latest Chelsea galactico as the Premiership champions underlined their intention to retain the title for a third time next season”. “It's the 2006 World Cup, and football managers across the nations will be relying on their carefully chosen galacticos to help them secure the right results throughout the competition”* [1, с. 7]. В последние годы в лексиконе футбольных комментаторов это слово появляется все чаще. Происходит оно от испанского *“galáctico”,* что означает «суперзвезда».

Впервые эта лексическая единица использовалась для описания всемирно известных футболистов, завербованных испанским клубом «Реал Мадрид», включая бразильского Роналду в 2002 году и самого известного

английского футболиста Дэвида Бекхэма в 2003 году. Однако в последнее время это слово используется для описания любого игрока мирового класса, стратегически приобретенного для конкретной команды, как показано в приведенной выше цитате. В 2005 году данный неологизм получил более официальное признание как английское слово, когда издатель словаря Collins объявил, что данный термин должен быть добавлен в последнее издание словаря "Collins English". *"Galactico"* иногда может иметь слегка отрицательный оттенок, часто передавая идею того, что игрок известен, но переоценен. Следовательно, слово может применяться вне спортивного дискурса при описании человека, который имеет хорошую репутацию, но не оправдывает ожиданий: *"The new director is a bit of a galactico, although there is so far very limited evidence for this kind of use"* [1, с. 8].

Специфика работы футбольных менеджеров также оказала огромное влияние на лексический состав английского языка в последние годы. В 2005 в обиход вошло существительное *"bouncebackability",* предположительно придуманное бывшим менеджером Кристал Пэлэс Ианом Дауи. Первоначально данный неологизм использовался в отношении футбольных команд, которые старались улучшить низкие показатели на матчах. Слово *"bouncebackability"* стало общеупотребительным как производная форма от фразового глагола *"bounce back",* что означает «способность быть успешным после периода неудачи», например: "*We have been beaten, but we will never be defeated… I for one, am looking forward to next season as we will prove that we have bouncebackability"* [2, с. 2]. *"There is little you can do but marvel when you watch Paula Radcliffe run. At her bouncebackability, her tunnel vision, her ferociousness and her sweetness"* [3, с. 6].

Доуи не единственный футбольный менеджер, способный на создание новых слов. Менеджер «Манчестер Юнайтед» Алекс Фергюсон также пополнил список неологизмов, когда говорил о скрипучем времени *("squeaky bum time"),* определяемом как «напряженные, финальные этапы соревнований в лиге, особенно с точки зрения лидеров». Хотя это выражение в основном используется в отношении футбола, оно также начало переходить в другие, не спортивные области, например: *"Squeaky Bum Time: It looks like the turnout for today's General Election is going to be up on the last one. We suspect that interest has been piqued by the erratic polls that suggest this might be a close one where votes matter more"* [4, с. 8].

Футбольные магнаты даже сыграли важную роль в создании нового фразового глагола и английском языке *"to tap up",* который используется в значении «пытаться завербовать игрока, пока он все еще связан контрактом с другой командой». Этот оборот, часто встречающийся в пассивной форме *("he was tapped up by"*), а также часто как существительное *("tapping up"*), вошел в обиход в 2005 году, когда игрок Эшли Коул вступи в переговоры с

«Челси» в связи с возможным переходом в команду без уведомления или согласия «Арсенала», конкурирующего лондонского клуба, за который он играл. Впоследствии данный глагол приобрел широкую популярность в футбольных комментариях и спортивной журналистике в целом, например: *"Such was the eagerness of Sanath Jayasuriya to make a Test comeback that he even tapped up the Sri Lankan president"* [5, с. 4]. *"It was a double celebration for Llewellyn who also rode the horse to victory. But he revealed that was purely by chance having tapped up jockeys Noel Fehily and Paul Moloney for the mount"* [6, с. 13].

Таким образом, неологизмы оказывают значительное влияние на речь современного человека. Они используются повсеместно, включая как небольшие группы людей, так и средства массовой информации. Более того, неологизмы спортивного дискурса имеют тенденцию приобретать новые значения и переходить во вне-спортивные области применения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. The Mirror. – 15th of May, 2006. – 28 p.
2. The Holmesdale Online. – 19th of May, 2005. – 30 p.
3. The Guardian. – 22nd of August, 2005. – 36 p.
4. Londonist. – 5th of May, 2005. – 26 p.
5. The Cricket Column, TMC.net. –18th of May, 2006. – 28 p.
6. Shropshire Star. – 25th of April, 2006. – 24 p.

УДК 81-26

А. Д. ЧЕРНЫШЕВИЧ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. В. Иванюк, кандидат педагогических наук, доцент

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ОЦЕНКИ В РЕКЛАМНОМ ТЕКСТЕ

Феномен рекламы как социально-экономического явления на современном этапе развития общества исследуется специалистами различных областей знаний (экономистами, политологами, психологами, лингвистами и др.). В этой связи реклама приобретает статус междисциплинарного исследования. Однако если одни ученые исследуют рекламу как маркетинговую деятельность (И.А. Гольман, Л.Н. Федотова, С.А. Марков, Ф. Котлер и др.), то другие анализируют язык рекламы и лингвистические средства, которые в ней задействованы (Ю.К. Пирогова, О.А. Ксензенко, Н.Н. Кохтев, Ю.Ф. Оковитая, А.П. Репьев, Х. Кафтанджиев, К. Келлер). Известно,

что в процессе создания текста специалисты по рекламе ставят перед собой задачу не только проинформировать читателя о социально значимых фактах, событиях и явлениях действительности, но также дать оценку сообщаемому. Таким образом, функционально-стилевое единство языка рекламы обеспечивается в процессе реализации в рекламных текстах информативных и оценочных элементов [3, с. 96].

Оценка как логико-семантическая категория определяется как положительная либо отрицательная характеристика предмета, связанная с признанием или непризнанием его ценности с позиции определенных ценностных критериев.

Оценка как категория обладает своей структурой и структурными компонентами, среди которых выделяются следующие: субъект оценки, объект оценки, характер и основание.

Известно, что существуют различные типы оценочной лексики. Так, по степени соотношения в них объективного и субъективного различают общеоценочную и частнооценочную, по характеру оценки выделяют рациональную и эмоциональную, согласно аксиологической интерпретации, классифицируют положительную и отрицательную, а также открытую и скрытую оценку.

В рекламных текстах категория оценки может выражаться при помощи разноуровневых средств, к которым относятся интонационные, графические, словообразовательные, лексические и синтаксические средства.

Наиболее распространенными способами выражения оценочного значения в рекламе являются следующие: лексические, лексико-стилистические, синтаксические.

В качестве лексических средств выражения оценочного значения в рекламном тексте наиболее часто употребляются имена существительные, имена прилагательные, глаголы и наречия. Ввиду того, что оценочное значение наиболее присуще прилагательному как части речи, обозначающей признак, свойство, качество предмета, самую большую по частотности группу составляют имена прилагательные.

К лексико-стилистическим способам выражения оценки следует отнести метафору, метонимию, аллюзию, каламбур, а также гиперболу. Например, *шапОЧКИ*. Видя такую рекламу, мы можем понять, что магазин специализируется на продаже головных уборов и очков. Игра слов делает эту рекламу неординарной. Образность и высокая экспрессивность являются характерными чертами указанных языковых единиц, по этой причине они широко распространены в рекламных текстах с целью привлечения внимания читателей и воздействия на них. Однако именно метафора является наиболее часто встречающимся средством, оказывающим непосредственное воздействие

на читателя и служащее цели оценивания. Например, *реклама магазина купальных костюмов гласит: «СОЛНЕЧНЫЙ УДАР по ценам»*.

Наиболее часто встречающимися языковыми средствами выражения оценки на синтаксическом уровне выступают следующие: восклицательное предложение, повтор, антитеза, риторический вопрос, средства языковой игры. Примером может служить *социальная реклама: «А ТЫ сортируешь мусор?»* При этом указанные средства помимо выражения оценочного значения придают высказыванию эмоциональную окрашенность.

С целью повышения эффективности воздействия на читателя в рекламных текстах зачастую используются одновременно несколько средств выражения оценки различных уровней (метафора, перефраза, ассоциации).

Таким образом, поскольку реклама является неотъемлемой частью жизни современного общества, авторы рекламных текстов заняты поиском наиболее эффективных способов привлечения внимания аудитории и воздействия на потенциальных потребителей рекламы. Для достижения указанных целей маркетологи прибегают к экспрессивным средствам выражения оценки, а именно наиболее действенным и часто используемым оценочным единицам и стилистическим приемам.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Никитин, М. В. Лексическое значение слова (структура и комбинаторика) / М. В. Никитин. – М. : Высшая школа, 1983. – 123 с.

2. Вичева, Д. В. Диалектика обыденного и научного знания / Д. В. Вичева, В. А. Штоф // Философские науки. – 1980. – №4. – С. 50-58.

3. Гак, В. Г. К проблеме гносеологических аспектов семантики слова / В. Г. Гак // Вопросы описания лексико-семантической системы языка : тез. докл. науч. конф., Москва, 16 – 18 ноября 1971 г. : в 2 ч. / Моск. гос. пед. ин-т иностр. яз. : отв. ред. А. А. Санкин. – М., 1971. – Ч. 1. – С. 95-98.

4. Выготский, Л. С. Мышление и речь / Л. С. Выготский – М. : Лабиринт, 1999. – 126 с.

СОЦИОЛИНГВИСТИКА

УДК 81.63
А. В. БОНДАРЕНКО
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Е. Н. Стрижевич

ОСОБЕННОСТИ АББРЕВИАЦИИ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ТВИТТЕР

В данной статье речь пойдет о характерных лингвистических возможностях СМС-языка, которые определяют текст как языковое разнообразие. Целью нашего исследования является изучение языка, используемого в корпусе текстовых сообщений, не выходя за рамки аббревиатур и вариантов написания, связанных со способами изучения других языковых особенностей.

Мы живем в быстро меняющемся мире, в котором информационно – коммуникационные технологии и интернет повлияли на сферы распространения информации и на возможность получать информацию. Желание сэкономить время и, соответственно, языковые ресурсы, привело к изменению мышления, в том числе и текстового. Сегодня трудно себе представить современный мир без общения по Интернету средством социальных сетей, форумов по интересам, системой обмена мгновенными сообщениями. Мы рассмотрим аббревиацию в английском языке как итог научно-технического процесса на примере микроблога Твиттер (Twitter).

Язык - это динамическая система, которая под влиянием таких факторовктов, как развитие жизни общества и научно-техничесго прогресса, влияние языков друг на друга, эволюционирует. Так в начале 90-х годов XX века появился интернет-язык. Ключевыми понятиями этого языка являются неформальность и просторечие. Этому языку присуще нарушение речевых норм. Интернет-пользователи все чаще прибегают к такому способу словообразования как аббревиация особенно в микро-блогах, потому что они хотят сэкономить свое время, и они вынуждены экономить языковые ресурсы. Аббревиация – это процесс образования новых слов путем сокращения основы. А производные этого процесса, т.е. новые усеченные слова – это аббревиатуры.

Одним из новейших корпусов, который привлекает все большее внимание, является набор текстов, которые лингвисты называют микроблогами. Микроблог – это блог в виде короткого сообщения или заметки, которое может прочитать каждый пользователь сети Интернет. К

ним относятся короткие, часто ограниченные символами сообщения, такие сообщения можно найти в текстовые сообщения SMS на мобильные телефоны и сообщения в Твиттере, так же известные среди пользователей, как твиты (*tweets*). Они представляют собой интересный тип лингвистического корпуса, но часто, особенно в случае с Твиттером, тексты являются искаженными и более сложными для понимания из-за нестандартного использования английского языка. Такое использование языка в Твиттере обусловлено ограничением в написании текстовых сообщений: наличием ограничения в 140 символов. Но в отличие от Твиттера при обмене SMS-сообщениями между абонентами сотовой сети есть ограничение в написании сообщений только в 160 символов. Кроме того, ограничения побуждают авторов сообщений разрабатывать и использовать сокращения слов и фраз, передавать свои сообщения с меньшим количеством символов. Исходя из этого, в Твиттере можно увидеть больше разнообразных сокращений. Именно поэтому наш выбор пал именно на Твиттер.

В этой социальной сети есть огромное количество “странных” слов, например, *twype ‘twitter+type’, twoops ‘twitter+oops’* и т.д., значение которых порой не так легко найти в современных словарях и часто понимаемых только самими коммуникантами. Однако интерес представляют не сами слова, а путь их образования т.е. сокращение/аббревиация. В Твиттере насчитывается использование пяти типов аббревиатур: буквенные сокращения, однокомпонентные усечения, многокомпонентные усечения, гибридные сокращения и символьные аббревиатуры. Символьные сокращения представляют собой результат процесса аббревиации, при котором графическая оболочка полного наименования сворачивается до нескольких цифр или букв, произношение которых омонимично развернутой единице. Этот тип состоит из двух подтипов: собственно символьные (*CUNL ‘See You On Line’)* и смешанные символьные (*rubz ‘Are You Busy?’*). Также преобладают буквенные аббревиатуры: инициально-буквенные сокращения (*DM ‘Direct Message’*), буквенные смешанные однокомпонентные (*RT* ‘Retweet’) и буквенные смешанные многокомпонентные (*OFr.* ‘Old French’) аббревиатуры, буквенные смешанные однокомпонентные сокращения гласных (*btr ‘better’*), и акронимы (*POW ‘Prisoner of War’*). Акронимы могут использоваться, чтобы выразить: мнение: *IDK* ‘ *I Don’t Know’*; эмоции: *OMG* ‘ *Oh My God’*; приветствие/прощание: *BRB* ‘*Be Right Back’*.

Вариативность сокращенной единицы проявляется в ее употреблении с заглавной или строчной (*BTW=btw* – ‘between’), с графическим символом или без него (*US = U.S.* ‘*United States’*). Также присутствуют аббревиатуры, которые являются структурными вариантами одного и того же слова (*rpt=rep*

‘Repeat’). Изменения в графическом составе сокращений иногда обусловлены необходимостью передать звучание самой аббревиатуры более точно, например, звонкость самой конечной согласной: *coz* ‘because’.

Часто текст сообщений или/и публикаций в Твиттере включает сокращение отдельных морфем в целых словах. Например, суффикс часто сокращается до *N* или *in*, так что *comming* может быть записан как *comin* и *comN*.

Морфемы целого слова могут также включать в себя написание словосочетания, которое имитирует обычный разговорный язык (*wanna* вместо *want to* или *woulda* вместо *would have*).

Такая версия текстизма является общей для отдельных слов, орфография которых обычно определяется грамматикой, например, *to, too, two,* или глаголами прошедшего времени например *missed*, в котором окончание *-ed* указывает на его грамматический статус, но которое можно легко написать как *misst*.

Таким образом, чрезмерная подверженность таких написаний слов может привести к игнорированию или забыванию соответствующего написания слов. Также можно отметить, что сокращения в Интернете являются характерной особенностью в коммуникации молодежи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Жлуктенко, Ю. А. Словообразование в современном английском языке / Ю. А. Никитин. – Киев, 1988. – 261, с.

2. Ионина, А. А. Особенности современного текстового мышления. SMS-язык/ А. А. Ионина. – М., 2007. – 270 с.

УДК 659.117

Е. В. БРОВАЧ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. А. Тарасевич, кандидат филологических наук, доцент

РЕКЛАМНЫЙ ТЕКСТ КАК ОТРАЖЕНИЕ МЕНТАЛЬНОСТИ НАРОДА

Общепринятым подходом к исследованию ментальности народа, как правило, является изучение его истории, традиций и уклада жизни через их проявление в живой устной речи или в произведениях художественной литературы. Но стоит учитывать, что в быстро развивающемся современном мире реклама занимает все более важное место в жизни людей, являясь одним из наиболее эффективных способов коммуникации. Так,

современный рекламный текст представляет интерес для лингвистов с точки зрения проявления в нем культурных традиций той или иной страны. Реклама служит мощным инструментом в продвижении и стимулировании сбыта товара повсеместно: как внутри одной страны, так и за ее пределами. Однако несмотря на растущую тенденцию к интернационализации рекламы, стиль работы большинства ее создателей все еще диктуется некоторыми культурными особенностями страны. Стоит отметить, что именно реклама как нельзя лучше отражает особенности страны, именно через рекламу можно проследить устоявшиеся в обществе идеалы. Реклама – социокультурное явление, и при ее анализе нельзя не учитывать культурные традиции и менталитет населения, на которое она направлена.

В связи с такой тесной связью рекламного текста с культурой, важно соблюдать осторожность во время создания рекламной кампании, предназначенной для международного рынка. Часто реклама, созданная для продвижения товара в стране производителя, не подходит для представителей другой культуры. Так, одним из общеизвестных примеров неудачной рекламы, ставшим уже классическим, является реклама Coca Cola, потерпевшая фиаско в Саудовской Аравии. Во избежание ошибок и недоразумений во время перевода текста рекламы на арабский язык было решено создать креативный рекламный баннер. Результат отличался своей креативностью и неординарностью, однако рекламная кампания никак не способствовала увеличению продаж. Выявленная проблема была связана с тем, что американские создатели рекламы не уделили должного внимания особенностям арабского письма. Дело в том, что арабы читают не слева направо, а справа налево. В результате, в представленных на баннере следующих друг за другом картинках, где на первой был изображен лежащий в пустыне и изнемогающий от жажды человек, на второй – человек, выпивающий баночку Coca Cola, а на третьей – бодро бегущий по пустыне человек, арабы читали прямо противоположную историю.

Анализируя рекламу разных стран мира, можно заметить немало существенных различий. Например, в Европе сам акт продажи принято подсознательно считать подозрительным. Именно поэтому европейская реклама такая красочная и театральная, направлена скорее на то, чтобы косвенно склонить, соблазнить реципиента на покупку рекламируемого товара. Доминирующая в европейской рекламе визуализация, основанная на ярких и впечатляющих образах, зачастую и вовсе вытесняет текст – слова в такой рекламе вторичны. Основной задачей рекламного текста в Европе является создание значительного эмоционального эффекта. Отличительной чертой европейской рекламы является ее креативность и нестандартный подход. Для такой рекламы характерна метафоричность, образность. В качестве примера типичной европейской рекламы можно привести постер

рекламы автомобиля Volkswagen Polo, который был использован в рамках рекламной кампании в Италии. На переднем плане постера вообще отсутствует изображение автомобиля. Вместо этого мы видим изображение зажигалки. А слоган внизу гласит об экономичности машины в вопросах потребления топлива: *"Your fuel has never lasted this long."* В результате реклама лаконична с одной стороны, но с другой стороны – достаточно убедительна. Вместо агрессивного навязывания продукта слоган четко подчеркивает основное преимущество рекламируемого товара, которое подкрепляется выбранным визуальным образом. Изображение зажигалки, которое является ключевым элементом рекламы, содержит в себе отсылку к топливу, апеллируя к эмоциональной реакции потребителей на преимущества данного автомобиля, избегая при этом агрессивного принуждения к покупке предлагаемого в рекламе продукта.

В качестве примера азиатской рекламы интерес представляет опыт Китая. Характерной чертой китайского менталитета является его ориентированность на прошлое, почтительное отношение к своей истории, к своим корням. Поэтому неотъемлемой частью китайской рекламы является широкое использование образов и символов китайской народной культуры. Так, часто в китайской культуре можно наблюдать использование цифр – ведь китайская нумерология приписывает практические каждой цифре особый символичный смысл. Особое значение имеет и символика цвета. Важнейшее место в жизни китайского народа занимает красный цвет – он символизирует силу, счастье и удачу, является цветом национальной одежды и убранства дома в праздничные дни. Реклама, написанная красным шрифтом, наверняка окажется более эффективной в Китае. Еще одним значимым символом, который повсеместно используется китайцами в рекламе, особенно социальной – лотос, который ассоциируется с чистотой, целомудрием и духовным изяществом. Рассмотрим, к примеру, рекламу международного бренда Coca Cola, удачно адаптированную для китайского рынка. Продукт представлен с учетом социокультурных особенностей мышления китайцев – изображенная на плакате бутылка представлена как элемент традиционного прикладного искусства изготовления фарфора. Надпись с названием бренда вписана в узор синего цвета, который украшает целиком всю бутылку с рекламируемым напитком. Такой узор является обязательной частью изделий домашней утвари из фарфора. Кроме того, бутылка расположена на красном фоне, что также содержит отсылку к традиционным ценностям китайской культуры. Таким образом, даже при полном отсутствии печатного текста, рекламное сообщение является мощным инструментом воздействия на покупателей, основываясь исключительно на ассоциациях с историей и культурным достоянием Китая.

Отдельно стоит отметить русскоязычную рекламу. Считается, что уровень русской рекламы значительно ниже уровня рекламы стран с развитой экономикой. Вероятнее всего, это объясняется тем, что долгое время в России акцент делался именно на национальную рекламу. В то время как в других странах активно развивалась коммерческая реклама, русскоязычные рекламные тексты использовались исключительно в качестве средства пропаганды и агитации. Из лингвистических особенностей русской рекламы стоит отметить коллективную направленность, обращенность к широкой аудитории, в отличие от мировой рекламы, которая носит индивидуальный характер. Поэтому в русскоязычных рекламных текстах часто встречается общее обращение «вы», а не более привычное для европейской рекламы «ты». В целом, стоит отметить, что русская реклама имеет непродолжительную историю, реже вызывает глубокую эмоциональную реакцию, менее конкурентоспособна и носит подражательный характер. Короткий слоган рекламы стирального порошка Tide ярко иллюстрирует основные национальные особенности русскоязычной рекламы: *«Вы все еще кипятите?».* С одной стороны, в слогане присутствует обобщающее обращение, которое подчеркивает нежелание русского человека выделяться из толпы и его стремление стать частью коллектива. С другой стороны, в рекламе так или иначе прослеживается дух пропаганды – формулировка вопроса звучит как призыв к покупке порошка рекламируемой компании.

Особое место среди мировой рекламы занимает реклама Великобритании. Хорошо известная всем оригинальная и качественная реклама полна традиционного британского юмора. Британская реклама, как и сами британцы, отличается хорошим вкусом, изящностью и приверженностью традициям. Британцы раньше других открыли все преимущества рекламы и активно начали ее развивать. Вероятно, именно поэтому английская реклама пронизана английским духом, обычаями и стереотипами. К уникальным особенностям рекламы Великобритании можно отнести недосказанность, некоторую джентельменскую сдержанность и ее направленность на этикет. Все перечисленные характеристики, которые, к слову, относятся к стереотипному описанию самих британцев, особенно эффективны при создании коротких рекламных слоганов. Однако, несмотря на свою специфичность, английская реклама по праву считается одной из лучших в мире. Великобритания является одним из важнейших центров для рекламистов всего мира, а создаваемая здесь реклама благодаря своей лаконичности и направленности на эмоциональную сферу потребителей способна одинаково эффективно воздействовать на достаточно неоднородную аудиторию. Английскую выдержанность и стиль можно проследить в рекламе журнала The

Economist. Надпись, расположенная на красном фоне, гласит: *“I never read The Economist”.* А чуть ниже расположена подпись: *“Management trainee. Aged 42”.* Здесь можно заметить и завуалированный английский юмор, благодаря которому удалось удачно подчеркнуть главное преимущество журнала – дело в том, что журнал позиционирует себя как издание исключительно для успешных людей, и является обязательным к прочтению для всех желающих стать по-настоящему профессионалами своего дела. Прослеживается в рекламном тексте и лаконичность – даже название самого журнала не употребляется лишний раз в качестве предложения его приобрести, а упоминается всего лишь в контексте фразы. Все те же характеристики можно заметить в уже другом слогане этого же журнала: *“In opinion polls, 100% of Economist readers had one”.* Название журнала снова упоминается максимально ненавязчиво, а сам слоган вместо агрессивного навязывания продукта как бы поясняет, что журнал предназначен для людей, желающих быть осведомленными в различных вопросах, быть успешными. Таким образом, традиционный английский юмор, также изящные способы избегания прямого навязывания продукта являются ключевым инструментом воздействия британских рекламных текстов на эмоциональную сферу покупателей.

Наибольшую сложность для анализа представляют собой американские рекламные тексты. Причиной является международная направленность рекламных кампаний, создаваемых в Америке. Именно американская реклама является основоположником современной рекламы в целом, составляя достойную конкуренцию британской рекламе. Однако даже несмотря на международный формат, некоторые национальные черты все же прослеживаются. Так, среди отличительных лингвистических особенностей американской рекламы можно выделить прагматичность и прямолинейность, присущие американскому народу в целом. Кроме того, в США реклама зачастую бывает откровенно навязчивой, но это считается вполне приемлемым в эпоху расцвета культуры «умения продавать». В связи с такой навязчивостью, приветствуется употребление личного местоимения *'you'* и любых других способов прямого обращения к покупателю. Интересным является факт, что в отличие от традиционной британской рекламы, американская реклама легко адаптируется к современным реалиям, отражая текущее состояние общества. Это подтверждается общей тематикой американских рекламных текстов – свобода, еда, семья. Одним из наиболее ярких примеров прямолинейности американской рекламы является известная на весь мир рекламная кампания Nike, которая гласит: *“Just do it!”.* Повелительное наклонение и подразумевающаяся направленность слогана на каждого покупателя лично, тем не менее, не помешала этой короткой фразе стать своеобразной

религией. Несмотря на некоторую агрессивность выбранной для рекламной кампании стратегии, Nike удалось всего лишь в трех словах удачно подчеркнуть дух соперничества и стремления к победе, которые важны в рекламе спортивной продукции.

Подводя итог, стоит отметить, что несмотря на процесс глобализации, рекламисты всего мира во многом руководствуются культурным опытом своей страны. Так или иначе, реклама любой страны транслирует особенности народного менталитета, его самобытность. Понимание тонкостей передачи национального опыта в рекламе важно для создания максимально эффективного рекламного сообщения не только в пределах своей страны, но и на международном уровне. Лингвистическая значимость анализа таких текстов обусловлена тем, что в настоящее время рекламный дискурс является одной из наиболее актуальных, наиболее изменчивых и быстро изменяющихся категорий. Следовательно, все основные изменения, основные характеристики рекламы любой страны можно проследить, в первую очередь, именно посредством анализа определенных лингвистических единиц.

УДК 316.28

ДОМНИЧ АНАСТАСИЯ Ю.
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. А. Тарасевич, кандидат филологических наук, доцент

КАТЕГОРИЯ «ВЕЖЛИВОСТЬ» В РЕЧЕВОМ ОБЩЕНИИ

Вежливость – с одной стороны, категория нашей повседневности, а с другой – универсальный механизм избегания конфликтов и поддержания отношений. Вежливость является неотъемлемой категорией человеческого общения. Стремление вести себя прилично уходит вглубь тысячелетней истории человечества. Оно зафиксировано в древнейших письменных документах, и совершенно очевидно, что, как феномен человеческой культуры, оно существовало и до появления письменности. Это стремление естественно вытекает из условий совместной жизни людей, и ни одна общественная формация не обходилась без правил и норм общественного поведения. Во избежание конфликтов следует помнить о правилах речевого общения, а именно об этикете.

Под вежливостью понимают способность любезно, почтительно и тактично общаться. То есть, людям, которые входят в коммуникативные

связи друг с другом, необходимо быть корректными и обходительными с партнером, в противном случае они могут столкнуться с непониманием.

Хорошие манеры всегда указывали на социальный статус человека. Например, диалектное слово «вежливец» – обозначает звание знахаря и колдуна. А в древнерусском языке существовало слово «вежа», которое имело большое значение, ведь тот, кого так называли, в буквальном смысле «ведал жизнь». В современном русском языке, синонимом слову «вежливость», стали употреблять слово «политес» ‘от фр. politesse – вежливость’, которое означает точный порядок следования светскому этикету [1, с. 58].

Изучая речевое поведение в английском языке, можно заметить, что звание тактичного человека получали все, кто старался угодить участникам коммуникации, в независимости от социального статуса.

Существуют два способа выражения вежливости в английском: через лексику, например, определенный набор слов подходящий для светского мероприятия или в неформальной беседе, или через морфологию, использование особенных форм слова, чтобы выразить свое отношение к собеседнику.

Исследуя категорию вежливости можно убедиться в том, что то, что может быть правильным у одного народа, может оказаться грубым и непонятным для другого. Для кого-то высказывать свое мнение – является верхом бестактности, в то время как в культуре другого народа делиться своими мыслями и точками зрения с окружающими, несмотря ни на что, считается нормой.

Эмерсон определяет вежливость как «сумму маленьких жертв», приносимых нами окружающим нас людям, с которыми мы вступаем в те или иные жизненные отношения.

К сожалению, совершенно затерто прекрасное высказывание Сервантеса: «Ничего не стоит так дешево и не ценится так дорого, как вежливость». Истинная вежливость может быть лишь доброжелательной, так как она – одно из проявлений искренней, бескорыстной благожелательности по отношению ко всем другим людям, с которыми человеку приходится встречаться на работе, в доме, где живет, в общественных местах. С товарищами по работе, со многими знакомыми в быту вежливость может послужить залогом дружбы, но органическая благожелательность к людям вообще – обязательная база вежливости. Подлинная культура поведения там, где поступки человека во всех ситуациях, их содержание и внешнее проявление вытекают из нравственных принципов морали и соответствуют им.

Одним из главных элементов вежливости считают умение запоминать имена. Вот как об этом говорит Д. Карнеги: «Большинство людей не

запоминают имен по той причине, что не хотят тратить время и энергию на то, чтобы сосредоточиться, затвердить, неизгладимо запечатлеть эти имена в своей памяти. Они ищут для себя оправданий в том, что слишком заняты. Однако они вряд ли больше заняты, чем Франклин Рузвельт, а он находил время для того, чтобы запомнить и при случае воскресить в памяти даже имена механиков, с которыми ему приходилось соприкасаться. Ф.Рузвельт знал, что один из самых простых, самых доходчивых и самых действенных способов завоевать расположение окружающих – это запомнить их имена и внушить им сознание собственной значительности».

Ученые-лингвисты привыкли разделять понятие «вежливость» на две категории: позитивная (основана на сближении) и негативная (основана на дистанцировании). Каждая категория является самостоятельной системой, при помощи которой достигается определенный смысл общения. Ученые полагают, что негативная вежливость играет более важную роль, чем позитивная, т.к. первая нацелена на формальность, а вторая – на солидарность. [2, с. 167]

Правила негативной вежливости:

- выражайтесь косвенно, особенно это характерно для деловой речи в английском языке. Англичане стараются избегать прямолинейности, пользуются такими средствами, как вводные конструкции, что еще больше снижает категоричность речевых высказываний;
- предоставляйте собеседнику право выбора, демонстрируя ему свое уважение;
- не будьте уверены в действиях адресата;
- сохраняйте позицию пессимиста;
- извиняйтесь.

Также негативная вежливость составляет основу культуры именно для англичан, которые ценят свою автономию как культурную ценность. Они умеют сохранять дистанцию в независимости от ситуаций (формальный, неформальный разговор) и активно проявляют свое уважение к партнеру, что и усиливает границы в диалоге между адресатом и адресантом.

Что касается сближения с человеком, для этого мы пользуемся позитивной вежливостью, прибегая к приветствиям, комплиментам, оценкам и благодарностям, т.е. стратегия такой вежливости направлена на выражение чувств, эмоций и симпатий по отношению к собеседнику *‘It’s nice to meet you. I’m glad to see you’*.

Вступая в контакт с человеком, англичане сначала стараются его заинтересовать и приблизить, сокращая дистанцию, путем использования позитивного типа вежливости, затем, чтобы продемонстрировать уважение и не разрушить независимость партнера, они прибегают к негативному виду, а именно, придерживаются концепции отдаления.

Два типа вежливости раскрывают всю суть человеческого общения. Таким образом, этот процесс может быть назван балансом в человеческой коммуникации, из-за соблюдения границ и равновесия в общении людей. Оба этих вида сложно отделить друг от друга в живой речи, потому что именно путем чередования вежливых оборотов складывается правильный активный диалог.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Борисова-Лукашанец, Е. Г. Лексические заимствования и их нормативная оценка [Электронный ресурс]. – М. : Наука, 1992.–170с. – Режим доступа: http://mvestnik.istu.irk.ru/journals/2015/01/articles/41. – Дата доступа:18.10.2015.

2. Беликов, В. И. Социолингвистика / В. И. Беликов, Л. П. Крысин. – М. : Российский гуманитарный университет, 2001. – 436 с.

УДК 81.23

Д. А. КОЗАК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Е. Н. Стрижевич

КРЕОЛИЗАЦИЯ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ИНТЕРНЕТ КОММУНИКАЦИИ

В настоящее время интернет-реклама в англоязычных странах используется гораздо чаще по сравнению с традиционными средствами. Причиной тому является тот факт, что интернет-реклама обладает рядом преимуществ: более низкая стоимость, широчайший охват целевой аудитории, возможность таргетинга (фокусировок). Важным свойством интернет-рекламы является связь с аудиторией, более выраженная, чем у традиционных средств коммуникации.

Традиционно потребитель о товаре, фирме, услуге или идее оповещается осуществляется через такие средства информации, как телевидение, радио, печатные издания, телефон. Интернет-реклама вобрала в себя все важнейшие средства этих информационных систем. Ее отличительной чертой является интерактивность, то есть возможность немедленной реакции на обращение.

В отличие от других информационных средств, интернет-реклама позволяет потенциальному потребителю воспринимать информацию и зрительно, и акустически, представлять ее как статически, так и динамически, обращаться как к индивидуальному пользователю, так и к

массовой аудитории, чего не могут делать одновременно другие рекламные средства. Следовательно, стало модным и популярным использование креолизации как эффективного метода влияния на человека в рекламе.

В последние годы стремительный рост темпа развития технологий передачи данных средством сети Интернет, обусловивший возможность обмена не только текстовой информацией, но и визуальной, оказал огромное влияние на такой вид текста как креолизованный текст, который характеризуется достаточно высокой степенью смысловой компрессии.

В рамках сетевых текстов креолизация выполняет достаточно значимую роль: паралингвистические элементы дополняют и конкретизируют лингвистические, привлекают внимание читающего, способствуют выражению авторского художественного замысла. Данные виды текстов приобрели популярность благодаря развлекательно – юмористической направленности и способности за непродолжительное время дать возможность тысячам пользователей сети Интернет просмотреть, оценить и поделиться просмотренным материалом. Поэтому такого рода тексты находят наиболее широкое применение в двух видах сетевого дискурса: рекламном и бытовом.

Текст, составленный из знаков разных семиотических систем, получил название креолизованного. В своей научной работе «Феномен креализовнного текста» Дубовицкая Л. В. перед тем как вводить понятие креализованного текста, предлагает классификацию текстов по их семантической осложненности. Таким образом, можно выделить семиотически гетерогенные и гомогенные тексты. К семиотически гомогенным, в соответствии с этой классификацией, относят тексты, состоящие из знаков одной системы. Семиотически гомогенные текста дополнительно можно подразделить на вербальные и невербальные. К семиотически гетерогенным относятся тексты, которые состоят из знаков двух и более систем. В этой категории выделяются двухкодовые тексты, состоящие из знаков двух систем, и поликодовые, содержащие знаки более чем двух знаковых систем.

Креализованные тексты определяются как тексты, фактура которых состоит из двух негомогенных частей: вербальной (языковой/речевой) и невербальной, принадлежащей к другим знаковым системам, нежели естественный язык. Функциональным преимуществом любого креолизованного текста являются возможность делать упор на различные знаковые системы и выбирать необходимый элемент в определенном контексте.

Так же следует упомянуть сетевой бытовой англоязычный дискурс. Довольно часто в англоязычных сетевых текстах вместе с орфографическими, пунктуационными и лексическими средствами

используются аватары, эмотиконы, мемы, различные шрифты. Согласно З. Э. Саидовой, «эмотиконы (смайлики), не являясь речевыми единицами, представляют собой попытку имитации участниками компьютерного дискурса физиогномики и чаще всего выполняют экспрессивную и эмотивную функции». В некоторых случаях подобные изображения способны заменять целые предложения. Также считается целесообразным отнести к средствам креолизации текста интернет-мемы. Саидова З.Э. утверждает, что понятие «интернет-мем» (от англ. Internet meme) возникло в середине первого десятилетия XXI века и впервые было употреблено в книге американского этолога, основателя меметики, Ричарда Докинза «The Selfish Gene» («Эгоистичный ген»)».

Р. Докинза дает определение феномена мем как результат культурной эволюции человека, единицу культурной информации, которая находится в мозгу, способна мутировать и быстро «размножаться». Так, например, мем «Be like Bill» приобрел популярность в англоязычном интернете в 2015-2016 годах и отличался тем, что его вариации появлялись в сети чаще, чем у какого - либо другого мема до него. В основе мема лежали простое изображение человечка и надпись, которую мог оставить любой пользователь сети, содержащая социальный комментарий на тему той или иной проблемы в обществе.

Креолизованный текст также является одним из средств воздействия на потребителя в рекламном дискурсе, в том числе сетевом рекламном. Интересной представляется позиция Г. Н. Тельминова, который считает, что визуально воспринимаемая информация вызывает у адресата большее доверие. Это мнение так же разделяет Д. Огилви, указывая, что зрительные символы вызывают меньше сопротивления у людей и они потенциально более убедительны, чем словесные. По его мнению, в отличие от слова, точно фиксирующего мысль, изображение выражает мысль иносказательно, часто завуалированно, что допускает относительную свободу ее интерпретации адресатом, создание имиджа, создание временного, территориального, социального, национального колорита.

Так же следует отметить, что как средство визуальной коммуникации креолизованный текст имеет ряд функций. Приведем примеры функций иконической части такого типа текстов при использовании в интернет-рекламе, представленной Е. Е. Анисимовой, которая выделяет основные функции (аттрактивная, информативная, экспрессивная, эстетическая) и частные функции. К последним относятся: символическая (выражения абстрактных понятий и идей), иллюстративная (воспроизведение вербальной информации в виде наглядных, чувственно воспринимаемых образов), аргументирующая (наглядное подтверждение вербальной информации).

Необходимо так же отметить тот факт, что на сегодняшний день интернет-реклама пользуется гораздо большей популярностью по сравнению с традиционными средствами рекламы. Размещение рекламы в сети Интернет обладает огромными преимуществами: более низкая стоимость, широчайший охват целевой аудитории, возможность таргетинга (фокусировок). В частности, Г. Н. Тельминов утверждает, что у интернет-рекламы большие возможности в силу того, что она аккумулирует в себе все элементы комплекса маркетинговых коммуникаций.

Таким образом, можно сделать вывод, что креолизация интернет текстов имеет огромное значение для современного информационного общества, так как креолизованный текст является средством самовыражения личности в сетевом бытовом дискурсе.

УДК 81 – 811.11

Я. А. КОНДРАТЕНКО
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии М. В. Ярошук

РОЛЬ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА В СОВРЕМЕННОМ ЯЗЫКЕ

Сленг – совокупность последних значений существующих слов, которые употребляются в различных группах людей. Современный английский язык, в наше время, отличается высоким уровнем продуктивности и словообразованием. Из-за увеличения объема информации присутствует тенденция в экономии усилий и времени. Языковая лексика обогащается за счет словообразования, которое отвечает за появление новых слов. Сокращениями называют регулярный способ образования морфологических неологизмов, он отражает тенденцию к рационализации языка. Появлению языка SMS поспособствовало огромное распространение информационных технологий (мобильных телефонов, разнообразных интернет – чатов) [2, с. 45].

В образовании слов английского языка существует несколько вариантов сокращений основ в виде:

1) удаление финальной части слова;

2) удаление первого слога у слова;

3) удаление слогов в начале и в конце слова [2, с. 86].

Популярность сленговых сообщений настолько велика, что он начал влиять на современный английский язык.

Использование упрощенного варианта общения также способствует грубому нарушению правил в русском языке:

- што, че - орфография фонетическая;

- лю - слоги или отдельные буквы подвергаются удалению [1, с. 62].

SMS-язык вызывает интерес и у врачей. Этому есть логическое объяснение: сообщения набираются пальцами рук и уже были зафиксированы случаи в медицине современного мира специфических заболеваний кистей (не только у подростков, подросткового и у взрослых людей). Согласно исследованиям психологов из Америки, которые уже давно изучают психологию смс-сообщений, происходит формирование условной «SMS-зависимости», которая появляется, когда человек оправляет более пяти сообщений за один день. Этот феномен свидетельствует о боязни контактов “глаза - в глаза” - бегство от реальности.

Существует мнение психологов на увлечение SMS-языком - это проявление своей второй натуры (особенно у подростков), новый способ самовыражения, который является оптимальным средством реализации естественной потребности в мире новых технологий.

Топ-10 самых употребительных слов английского сленга:

1.*UNREAL.*

2.*PROPS* – выражение уважения или признания. Происхождение от “proper recognition” –должное уважение.

3.*KUDOS* - «Респект!».

4. *DISS* – неуважительное высказывание в адрес кого-либо.

5. *DIG* - «кайфовать».

6.*BOB’S YOUR UNCLE* - «Боб твой дядя!» — это выражение часто употребляют в Великобритании. Его произносят в конце предложения, и означает оно «Вуаля!».

7.*ALL RIGHT*? - «Как дела?» (Что-то наряду с «What’s up»).

8.*FULL OF BEANS* -энергичный.

9.*CHEERS,* это слово используется, когда кто-то хочет поднять бокал или произнести тост.

10.*SMASHING* - замечательный.

Феномен данного вида языка возник благодаря:

- досягаемость высоких технологий (Интернета);

- стремлению человека быть успешным в делах и жизни;

- интерес к новым технологиям;

- стремление рационализировать язык при помощи экономии времени и языковых средств.

Еще одним видом сленга современного языка является язык эмоджи или, другими словами, смайлов. Оксфордский словарь включил язык смайликов в свою лексическую базу, и они занимают место в специальном разделе. Справщики данного словаря считают, что этот подвид языка уже настолько укоренился, а также получил широкое распространение и самое время его узаконивать.

Лингвисты предупреждают, что людям, изучающим английский, не следует злоупотреблять с сленговыми словами в разговорах с носителями языка, а именно с англичанами, американцами, австралийцами. Это может не только поставить коммуникатора в смешное и неловкое положение, но также привести к различным плачевным последствиям. Использование английского сленга следует свести к минимуму, так как он понятен лишь в малых кругах. Не секрет, что даже родители не всегда понимают, о чем ведут речь их дети. Английский сленговый язык имеет много фразеологизмов, которые не стоит употреблять в разговоре с людьми, которые не являются носителями языка – появляется риск недопонимания. Также следует уметь отличать сленг от жаргона и неформальной речи.

В заключении можем утверждать, что язык SMS является средством неформального общения, который не способствует установлению деловых контактов. Поколение, которое практикует способ самовыражения через SMS, в будущем станут неграмотными.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Павлова, Е. Э. Специфика молодежного сленга современного английского языка (на примере sms- переписки) / Е. Э. Павлова, Е. Д. Селифонова // В мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по матер. LV междунар. науч.-практ. конф. № 12(55). – Новосибирск : СибАК, 2015.

2. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка / И. В. Арнольд. – Учебник для ин-тов и фак. иностр. Языка. – М. : Высшая школа, 1986. – 295 с.

3. Торн, Тони. Словарь современного сленга / Тони Терн. – ACBlack, Лондон, 2007. – 513 с.

4. Craig, D. Instant Messaging: The Language of Youth Literacy // The Boothe Prize Essays. 2003. С. 116–133.

УДК 811.112.24

Д. А. ЛАПТЕЙКИНА

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – доцент кафедры немецкой филологии и лингводидактики О. Л. Зозуля, кандидат филологических наук, доцент

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ПОЛИТКОРРЕКТНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

В современном многокультурном и многонациональном мире особенно актуально представляется изучение феномена политкорректности

не только как компонента идеологии, но и как обязательной части языковой практики. Политкорректность, являвшаяся сначала элементом англоязычной культуры, в настоящее время носит интернациональный характер, оказывает все большее влияние на языковую ситуацию других стран, в том числе Германии.

Существует множество определений понятия «политическая корректность». Так, С.Г. Тер-Минасова полагает, что «политическая корректность языка выражается в стремлении найти новые способы языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинства индивидуума, ущемляют его человеческие права привычной языковой бестактностью и/или прямолинейностью в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида и т.п.» [1, с. 120]. К тому же, как отмечает А. Сухих, «политическая корректность требует найти для них нейтральные и положительные эвфемизмы» [2]. По мнению С.Г. Тер-Минасовой словосочетание «политическая корректность» является неудачным и предлагает заменить его более подходящим термином «языковой такт» [1, с. 216].

Политкорректность мыслится как средство сглаживания конфликтов между различными группами общества. При этом она проявляется, в основном, в языке, в регламентации употребления определенных слов. И связывается это с представлением о том, что путем коррекции языка можно повлиять на менталитет, поведение и действия людей в сторону усиления толерантности, изменив таким способом в лучшую сторону отношения между членами гетерогенного общества. Демонстрация политически корректных идей часто происходит посредством использования смягченных выражений. Именно поэтому одним из наиболее эффективных средств выражения политически корректной лексики является *эвфемия*. По мнению И. Радченко, «политическая корректность является обобщающим названием эвфемизации речи в определенных, особенно деликатных темах» [3]. Согласно А.М. Кацеву «эвфемизмы есть способствующие эффекту смягчения косвенные заменители наименований страшного, постыдного или одиозного, вызываемые к жизни моральными или религиозными мотивами» [4, с. 5]. В.И. Заботкина отмечает, что «эвфемизм возникает из-за ряда прагматических причин, например, вежливости, деликатности, щепетильности, благопристойности, стремления завуалировать негативную сущность отдельных явлений действительности» [5, с. 84].

А.Ю. Петушек [6] и М.В. Лукичева [7, с. 153] выделяют следующие сферы употребления эвфемизмов в современном немецком языке, наиболее подверженных эвфемизации:

физические и умственные недостатки: лексемы *der Invalide* ‘инвалид’, *blind* ‘слепой’, *taub* ‘глухой’, *stumm* ‘немой’ и подобные политическая корректность табуизирует и требует употреблять новые имена, содержащие указание на способность с добавлением уточнения «иначе», например: *anders befähigt* ‘иначе способный’ (вместо *der Invalide* ‘инвалид’); *anderssichtig* ‘инакозрячий’ (вместо *blind* ‘слепой’) и т.д.;

употребление алкоголя и наркотиков: *unter Alkohol stehen* ‘находиться под воздействием алкоголя’, *fröhlich* ‘пьяный’, *high* ‘в состоянии наркотического опьянения’, *auf die Reise gehen* ‘принять дозу наркотика’ и т.д.;

проступки и преступления: *käufen / mitgehen heißen / mitgehen lassen* ‘украсть’, *das Hotel ohne Klinken* ‘тюрьма’ и т.д.;

общественно-политическая сфера: *sozialverträglicher Arbeitsplatz-abbau / Stellenabbau* ‘сокращение рабочих мест’; *ein bewaffneter Konflikt, Frieden schaffende / sichernde / erzwingende Maßnahmen* ‘война’ и т.д.;

расовая принадлежность: *der Afroamerikaner* ‘афроамериканец’, *der Afrofranzose* ‘афрофранцуз’, *der Afrojapaner* ‘афроазиат’ и т.д.;

гражданская политкорректность: некорректными являются лексемы *der Gastarbeiter / der Fremdarbeiter* ‘иностранный рабочий’ и даже *der Ausländer* ‘иностранец’, вместо них употребляются *Bürger mit Migrationshintergrund* ‘граждане с миграционным прошлым’; *aufenthaltsbeendende Maßnahmen / die Durchbeförderung* ‘депортация’, *jemand ist abgelöst worden* ‘кого-то уволили’ и т.д.;

социальная политкорректность (различия в материальном положении и гражданском состоянии): *der Sozialschwache* ‘социально слабый человек’ и *schlecht situiert* ‘в плохом социальном положении’ (вместо *der Arme* ‘бедняк’), *der Besserverdienende* ‘человек с высоким заработком’ (вместо *der Reiche* ‘богач’) и т.д.;

профессиональная деятельность (повышение статуса малопрестижных профессий): *der Entsorgungsbeamter* (вместо *der Müllmann*) ‘уборщик мусора’; *der Facility-Manager* (вместо *der Hausmeister*) ‘старший дворник’; *die Florist* (вместо *der Blumenverkäufer*) ‘продавец цветов’; *der Referent* (вместо *der Vertreter*) ‘представитель’ и т.д.;

институциональная политкорректность: *die Vollzugsanstalt* (вместо *das Gefängnis*) ‘тюрьма’; *die Sonderschule* / *die Förderschule* (вместо *die Hilfsschule*) ‘специальная школа’; *die Seniorenresidenz, -zentrum, -haus* (вместо *das Altersheim*) ‘дом престарелых’ и т.д.;

экология: *gebratenes Tiermuskelstück* ‘кусок зажаренной части животного’ (вместо *das Schnitzel* ‘шнитцель’); *der Waldmord* ‘убийство лесов’ (вместо *das Waldsterben* ‘истощение лесных ресурсов’); *der Chemiepark / der Entsorgungspark* ‘мусорный полигон’ и т.д.

Как и в США, в немецкоязычных странах традиционно сильно феминистское движение как реакция на андроцентрическую асимметрию языка. Представительницы феминистского движения критикуют немецкий язык как мужской язык. В качестве аргумента приводится тот факт, что женские формы наименований профессий, как правило, являются производными от мужских форм: *der Lehrer – die Lehrerin, der Arzt – die Arztin* и т.д. По решению бундестага наименования профессий в объявлениях о найме рабочей силы теперь пишутся следующим образом: *Es werden LehrerInnen und SachbearbeiterInnen gesucht* ‘Требуются учителя и консультанты’ [8, с. 201].

В то же время, предлагается модернизировать немецкий язык путем отмены суффикса *-in* и других «женских» суффиксов, введения формы *die Ingenieur* ‘инженер (женщина)’, *die Student* ‘студентка’. Однако тогда возникает омонимия единственного и множественного числа: *Meine Lehrer ist / sind nett* ‘У меня приятная учительница / приятные учителя’. В следствие этого предлагается добавление суффикса *-s* во множественном числе: *die Lehrers* ‘учителя’. Также предлагается вариант использования формы среднего рода в случаях, когда конкретизация пола не нужна или воспринимается как дискриминация одного из них: *das Lektors* ‘преподаватель / преподавательница’ [7, с. 155].

Явление политкорректности в Германии также осложняется нацистским прошлым страны. Согласно Л.П. Лобановой [9], все, что могли бы приветствовать или разделять нацисты, попадает под запрет, в том числе слова. Обоснование заключается в том, что слово страдает наследственным пороком. Сегодня в Германии существует ряд слов, употребления которых стремятся избегать в речи, в частности *die Nation* ‘нация’ и *das Volk* ‘народ’, так как они имеют наследственный порок в результате того значения, которое придавалось этим понятиям в нацистской Германии. Теперь обобщающей лексической единицей, используемой для обозначения немцев, является *der Gemeinschaft* ‘сообщество’. Тенденцию к табуированию проявляет и слово *national* ‘национальный’, поскольку в некоторых слоях общества оно ассоциируется со словами *nationalistisch* ‘националистический’ и *national-sozialistisch* ‘национал-социалистичный’.

В разряд табуированной лексики после объединения Германии попали такие слова, как *die Ostdeutsche* ‘восточные немцы’ и *die Westdeutsche* ‘западные немцы’. В данное время они все чаще заменяются политкорректными, однако громоздкими образованиями *Menschen in den neuen Bundesländern* ‘люди в новых федеральных землях’ и *Menschen in den alten Bundesländern* ‘люди в старых федеральных землях’ [10, с. 77].

Тенденция к использованию эвфемизмов особенно в политическом дискурсе в настоящее время довольно устойчива. Это обусловлено активным

сотрудничеством между государствами в мире, широким кругом проблем в различных сферах деятельности, разным этническим составом этих государств и различным благосостоянием граждан. Политическая корректность в Германии – это стремление найти новые способы языкового выражения взамен тех, которые задевают чувства и достоинства человека, ущемляют его права привычной языковой бестактностью и (или) прямолинейностью в отношении расовой и половой принадлежности, возраста, состояния здоровья, социального статуса, внешнего вида, прошлого страны и т.п. Главными инструментами для этого являются табуирование и эвфемизация.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М : Слово, 2000. – 624 с.

2. Сухих, А. Почему уходят «women» и «invalid» из английского, или Уроки политкорректности / А. Сухих // Ежедневный познавательный журнал «ШколаЖизни.ру» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://shkolazhizni.ru/archive/0/n-6918/. – Дата доступа: 12.03.19.

3. Радченко, И. Политкорректность: корректный язык / И. Радченко // Обучение онлайн [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.study.ru/support/lib/note96.html. – Дата доступа: 12.03.19.

4. Кацев, А. М. Языковое табу и эвфемия : учеб. пособие к спецкурсу / А. М. Кацев. – Ленинград : ЛГПИ, 1988. – 80 с.

5. Заботкина, В. И. Новая лексика современного английского языка / В. И. Заботкина. – М. : Высш. школа, 1989. – 128 с.

6. Петушек, А. Ю. Эвфемизмы в современном немецком языке / А. Ю. Петушек [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ebooks.grsu.by/philologos/petushek-a-yu-evfemizmy-v-sovremennom-ne-metskom-yazyke.htm. – Дата доступа: 12.03.19.

7. Лукичева, М. В. Политкорректность по-немецки / М. В. Лукичева // Педагогическое образование в России. – 2015. – № 10. – С. 151–156.

8. Ольшанский, И. Г. Лексикология : Современный немецкий язык / И. Г. Ольшанский, А. Е. Гусева. – М. : Академия, 2005. – 416 с.

9. Лобанова, Л. П. Новый стиль речи и культура поколения : Политическая корректность / Л. П. Лобанова [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.portal-slovo.ru/philology/37421.php. – Дата доступа: 13.03.19.

10. Булдаков, В. А. Лексика политкорректности в современном немецком языке / В. А. Булдаков // Вестник СПбГУ. Сер. 9. – 2010. – Вып. 2. – С. 75–79.

УДК 398.8
А. С. РОМАНЮК
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. А. Тарасевич, кандидат филологических наук, доцент

КОНЦЕПЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ. БРИТАНСКАЯ, АНГЛИЙСКАЯ, ШОТЛАНДСКАЯ И ЕВРОПЕЙСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ

Существует две общепринятые концепции национальной идентичности: «этническая» и «гражданская», обе связаны с развитием наций и государств в Европе. Гражданская концепция национализма объясняет развитие наций в государствах, которые уже сформировались как политические и географические единицы (например, Франция). Таким образом, нация была определена как совокупность людей, живущих в границах этого государства и соблюдающих его законы. Вот почему во французской концепции национализма слова «национальность» и «гражданство» означают одно и то же: принадлежность к французскому государству. Действительно, в гражданской концепции национализма нация и гражданство – это одно и то же, поэтому такие государства часто называют национальными государствами. Следовательно, когда мы думаем о национальной идентичности в гражданском понимании, мы думаем о всеобъемлющей форме идентичности: человек ассоциирует себя с гражданской и политической сферами. Его личность определяется привязанностью к государству как к воплощению его институтов и правил, а не традиций, языка или религии. И наоборот, когда мы думаем об этническом национализме, традиции, язык, религия и происхождение как раз и имеют значение.

В отличие от гражданской нации, этническая концепция национализма возникла в Германии и Восточной Европе как реакция сообществ в сильно фрагментированных обществах (таких как Австро-Венгерская империя), стремящихся определить себя. В то время как гражданский национализм возник после и в ответ на появление физического государства, возник этнический национализм и укрепились культурно обособленные общины, которые стремились сформировать свое собственное государство. Вот почему в национальных государствах, где доминирует этническая концепция национализма, существует четкое различие между гражданством и национальностью. Гражданство означает правовой статус человека по отношению к государству; национальность обозначает его или ее внутреннюю идентичность.

Этническая национальная идентичность характеризуется привязанностью к своим предкам, традициям, культуре и языку – и не обязательно к состоянию, в котором человек родился и живет. Вот почему этническая национальная идентичность является исключительной: если вы не родились в ней, вы не можете приобрести ее (Игнатьев, 1995). Это обсуждение предполагает очень четкое различие между двумя типами национальной идентичности. Хотя это различие точно в определенных обстоятельствах и некоторые государства аккуратно вписываются в ту или иную категорию (например, Франция и Германия), картина в Великобритании более сложная. К примеру, Коэн (1994) описывает «британскость» как «нечеткую» концепцию, которую нельзя легко отнести к одной из двух категорий. Он предлагает матрицу, в которой эти два типа национальной идентичности пересекаются друг с другом, создавая четыре возможных типа национальной идентичности. Большинство людей в Британии придерживаются мнения, что национальная идентичность сочетает в себе как этнические, так и гражданские аспекты.

Хотя многие авторы все еще считают это различие обоснованным аналитическим понятием, общепризнанно, что оба они являются идеальными и часто взаимодополняющими, а не взаимоисключающими, и что даже самая политическая гражданская государственная идентичность имеет культурный компонент в том смысле, что то, как мы живем, является «культурным». (Смит, 1991; Як, 1999). Более того, тенденция отождествлять «гражданское» с «хорошим» и «этническое» с «плохим» критиковалась многими теоретиками по ряду причин. Не в последнюю очередь среди них тот факт, что сами гражданские ценности могут быть использованы для исключения других. Поэтому предлагается заменить гражданский и этнический национализм как нормативные понятия, взглянув на инклюзивный или эксклюзивный характер национализма.

Что касается Шотландии, то она рассматривается как пример «гражданского», а не «этнического» национализма. Например, в эмпирическом исследовании (Паттерсон, 2000), в котором респонденты в Шотландии спрашивали, что они считают главной предпосылкой для получения гражданства, значительное число людей предложило проживание в стране, что ставит их перед другими европейскими странами, где рождение и происхождение все еще рассматриваются как более важные факторы гражданства. Однако в политической риторике гражданская позиция Шотландии иногда используется для противопоставления ее другим нациям, особенно англичанам, – процесс, который поддерживает аргумент об иногда эксклюзивном характере гражданского национализма. Некоторые утверждают, что «шотландская идентичность» поддерживается политическими националистами, которые используют якобы гражданские

шотландские ценности для формирования «партизанского консенсуса» о том, что такое шотландская идентичность. Шотландский интерес воспринимается как состоящий в сохранении этих ценностей посредством автономии от Англии, так что более склонные к профсоюзному движению люди изображаются как нешотландцы: «если люди будут чувствовать себя вне нации в Шотландии, то это, скорее всего, из-за их политических ценностей, чем из-за их языка или происхождения» (Хендерсон, 1999). Точно так же утверждают, что «различие между шотландским и английским национализмом было организовано для определения актов дискриминации как несовместимых с шотландской идентичностью» и что поэтому важно «исследовать построение, распространение и восприятие различных версий национальных границ» (Хопкинс, 2001).

Другим аспектом инклюзивности или эксклюзивности политических сообществ является концепция «этнических меньшинств». Например, в отчете Пареха (2000) подчеркивается необходимость признать, что Британия всегда была разнородной и что единый британский национальный нарратив, как он до сих пор преподается в школах, и лежит в основе многих государственных учреждений, затемняет этот факт. Он также предполагает, что сам язык «этнических меньшинств» и «необходимость их интеграции» вызывают ложную картину о значительном однородном большинстве и различных одинаково однородных меньшинствах, не признавая как внутренних различий этих групп, так и, прежде всего, все более нечеткие границы между ними. Результаты исследования построения гражданства и национальной самобытности школьников в Северной Англии (Кэррингтон, 1998), которые показывают, что, хотя среди этих детей нет явного расизма, они все же склонны определять «британскость» с точки зрения рождения, происхождения и религии может быть показательным примером. В докладе Пареха подчеркивается также контекстуальная важность британской деволюции для «нормализации» разнородных и, следовательно, мультикультурных концепций Британии. Точно так же предполагают, что обсуждение национальной идентичности в Шотландии также помогло представлению о двойной идентичности «этнических меньшинств».

Относительно европейской идентичности, дихотомии этническая/гражданская и исключительная/включающая открывают целый ряд вопросов. С одной стороны, контрастный национализм/европеизм иногда, кажется, предполагает, что национализм является плохой этнической противоположностью хорошего гражданского европеизма. Тем не менее, эти понятия часто основываются на эксклюзивных моделях идентичности, которые предполагают либо лояльность по отношению к государству, либо к Европе, и уделяют меньше внимания соображениям множественных идентичностей, которые обсуждаются в контексте, как

указано выше. Это связано с исследованиями, которые показывают, что сама британская идентичность иногда концептуализируется как в противопоставление, так и за исключением Европы. (Шлесингер, 1997). Хотя иногда Европа рассматривается как возможность для гражданского искупления от этнического национализма, это является напоминанием о иногда менее благотворных последствиях гражданского национализма.

ЯЗЫКОВАЯ СИСТЕМА И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ

УДК 811.161.1’37+811.111’37
А. Т. АЛИДЖАНОВА
Беларусь, Гродно, ГрГУ имени Я. Купалы
Научный руководитель – доцент кафедры перевода и межкультурной коммуникации М. А. Лохницкая, кандидат филологических наук

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА ЛЕКСИКО-ТЕМАТИЧЕСКОЙ ГРУППЫ «ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК» В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Современная наука в области сопоставительных исследований характеризуется повышенным вниманием к сравнительному исследованию языков в тесной взаимосвязи с мышлением, мировоззрением, картиной мира и национальной культурой народа, говорящего на данном языке. Расширяются и углубляются исследования национальной специфики лексических единиц, совершенствуются методы и приемы выявления национальной специфики единиц языка.

В последнее время все больше исследователей уделяют внимание проблеме национально-культурных явлений в языке, в частности выявлению национальной специфики концептосферы того или иного народа. Национально-культурные различия народов находят свое отражение в языке: каждый народ членит и называет действительность по-

разному. Номинативная деятельность каждого народа очень избирательна, т.к. называется только то, что функционально значимо для данного этноса.

Национально-культурные особенности языка вскрываются при сопоставительном изучении языков. Сравнивая содержание близких концептов у разных народов, выявляются их национальные различия. Национальная специфика может проявляться в том, что близкие концепты разных культур не полностью совпадают по своему содержанию, либо в концептосфере народа могут присутствовать сугубо национальные концепты, что приводит к появлению безэквивалентной лексики и лакун.

Национальная специфика выявляется только при сопоставлении с другим конкретным языком и является таковой только по отношению к данному конкретному языку.

Объект исследования – однословные названия делового человека в русском и английском языках.

Материал исследования – корпус русских и английских наименований деловых людей. При составлении базового списка исследуемой лексико-тематической группы использовались словари: «Большой толковый словарь русского языка» под редакцией С.А. Кузнецова [1]; электронная версия словаря «Oxford English Dictionary» [2].

В исследованный лексический корпус вошли 27 русских наименований и 33 – английских.

Исследование номинаций деловых людей в русском и английском языках на предмет национально-культурных особенностей семантики показало, исследованные названия представляют собой номинации со значительной денотативной общностью, которые, тем не менее, характеризуются заметной национальной спецификой. Выделено три группы межъязыковых соответствий-названий деловых людей в русском и английском языках с учетом степени национальной специфики семантики слов:

1) названия-соответствия с минимальной национальной спецификой семантики (15 пар), например, *акционер* ‘владелец акций; член акционерного общества, предприятия’ – *shareholder* ‘владелец акций компании или предприятия’(‘an owner of shares in a company or business’); *банкир* ‘владелец банка; управляющий банком’ – *banker* ‘лицо, которое управляет или владеет банком или группой банков’ (‘a person who manages or owns a bank or group of banks’);

2) названия-соответствия с незначительной национальной спецификой семантики (2 пары): *делец* ‘предприимчивый человек, ловко и с большой выгодой для себя ведущий дела, преимущественно коммерческие’ – *businessman* ‘человек, который работает в бизнесе или торговле’ (‘a person who works in business or commerce’); *финансист* ‘предприниматель, ведущий крупные денежные операции’ – *financier* ‘человек, занимающийся крупными

денежными операциями от имени правительств или других крупных организаций’ (‘a person concerned in the management of large amounts of money on behalf of governments or other large organizations’).

3) названия-соответствия со значительной национальной спецификой семантики (7 пар) , например, *нефтепромышленник* ‘владелец нефтяных предприятий’ – *oilman* ‘владелец или работник нефтяной компании’ (‘an owner or employee of an oil company’); *спекулянт* ‘тот, кто скупает и перепродает продукты, товары широкого потребления, имущества, ценности и т. п. с целью наживы’ – *speculator* ‘человек, который покупает и продает товары или акции компании с целью получения прибыли’ (‘a person who buys and sells goods or shares in a company in the hope of making a profit’).

Количественный анализ выявил преобладание пар с минимальной национальной спецификой семантики, т.е. это пары межъязыковых соответствий-названий деловых людей в русском и английском языках с максимальным количеством эквивалентных сем и отсутствием сем дифференциальных (допускалось наличие несущественных дифференциальных сем) или безэквивалентных. Преобладание контрастивных пар с максимальной денотативной общностью имеет несколько объяснений.

Во-первых, это связано с происхождением русских наименований, значительное количество которых представляют собой заимствования из английского языка: *банкир* (← *banker*), *бизнесмен* (← *businessman*), *босс* (← *boss*), *дилер* (← *dealer*), *инвестор* (← *investor*), *менеджер* (← *manager*), *монополист* (← *monopolist*).

Во-вторых, это объясняется интернационализацией слов, например, *менеджер* – *manager* или *инвестор* – *investor* – это слова-интернационализмы, т.е. существующие во многих языках.

В-третьих, стирание различий в семантике слов объясняется процессами глобализации, формированием единого бизнес-пространства. В связи с этими процессами национально-специфическая лексика утрачивает свою культурную специфичность и начинает функционировать как универсальная.

Значительно меньше количественно представлены пары межъязыковых соответствий с национальной спецификой семантики. Как правило, это названия, которые:

1) являются исконными для анализируемых языков (иногда с долгой историей существования), например, *делец – businessman*, *купец – merchant*;

2) характеризуются разной внутренней формой, т.е. в их основу заложены разные признаки, например, *нефтепромышленник – oilman*, *перекупщик – middleman*, *воротила – bigwig*;

3) были заимствованы (как правило, русским языком из английского), но развили национально-специфичные семы (в связи с особенностями национальной культуры), например, *спекулянт – speculator*.

Безэквивалентные наименования – это наиболее яркое проявление национальной специфики словарного состава языка. Поиск соответствий в русско-английских и англо-русских словарях, а также дефиниционный анализ слов, позволили выявить 4 русских и 9 английских безэквивалентных наименований деловых людей.

Русские безэквивалентные наименования – это слова как с достаточно долгой историей своего существования в языке (*горнопромышленник* и *золотопромышленник* датируются XIX веком), так и появившиеся относительно недавно (*частник* – начало XX века; *челнок* – конец XX века). Однако независимо от времени своего появления, эти слова отражают социо-культурные особенности нации на определенном этапе его развития.

Английские безэквивалентные наименования также существенно варьируются по времени своего появления в языке, однако самые ранние датируются серединой XIX века. Среди них выделяются две ярко выраженные группы:

1) собственно английские наименования, т.е. исконные, возникшие на почве английского языка и отражающие национально-культурные особенности англоговорящего социума (*agri-businessman*, *pin-striper*);

2) заимствованные английским из других языков и отражающие национально-культурные особенности других социумов (*mudalali* из маратхского языка, *taipan* из китайского, *towkay* из малайского языка).

Некоторые из заимствованных наименований перестают ассоциироваться с национально-культурной специфичностью называемого субъекта и переносятся на собственную культуру (например, *mogul* и *tycoon*). Слова *infopreneur* и *technopreneur* относятся нами к условно безэквивалентной лексике, т.к. зафиксированы еще не во всех англо-русских словарях, а в некоторых имеют описательный перевод.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Большой толковый словарь русского языка / Ин-т лингв. исслед. РАН; редкол.: С. А. Кузнецов (автор и рук. проекта, составитель, гл. ред.) [и др.]. – СПб.: Норинт, 1998. – 1536 с.

2. The Oxford English Dictionary [Electronic resource] / T. J. Benbow (project director), A. M. Hughes (senior editor). – 2nd ed. – Oxford: Oxford University Press, 2009. – 1 electron. opt. disc (CD-ROM, v. 4.0, 677 Mb).

УДК 811.11-112
Л. С. БЕРНАЦКАЯ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Н. Н. Столярчук

ЯЗЫК ЖЕСТОВ КАК СРЕДСТВО МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

В процессе коммуникации люди передают намного больше информации, чем могут себе представить. Информацию несут не только слова, но и интонация, тембр, мимика, жесты, позы, взгляд и даже расстояние между собеседниками. Все эти компоненты способны передавать малейшие оттенки эмоций и отношений. Они являются неотъемлемой частью каждой культуры. Невербальное общение – один из важнейших компонентов коммуникации. По мнению многих специалистов в сфере лингвистики и межкультурной коммуникации, речь – основной, присущий только человеку, способ коммуникации, но при этом мы можем использовать множество невербальных средств для передачи информации, например, жесты, мимику, позы и даже предметы, окружающие нас. Невербальные сообщения дополняют нашу речь, делают ее более выразительной, точной и поясняют ее содержание. Речь можно понять и запомнить лучше, если она дублируется жестами. Например, приветствуя друг друга, люди пожимают друг другу руки. Невербальные знаки также могут усиливать наиболее значимые моменты речи. Например, привлечь внимание слушателя можно повысив громкость голоса, делая паузы или жестикулируя определенным образом.

Одним из видов невербальной коммуникации являются жесты. Под жестами понимают движения рук, используемые для передачи информации и выражения своего отношения к сказанному. Они неразрывно связаны с манерами поведения, которые говорят об отношении людей друг к другу. Жесты – это своеобразная аранжировка поведения человека. Чувства и установки людей можно определить по манере сидеть или стоять, по набору жестов и отдельным движениям. Людям легче и приятней общаться с теми, кто обладает экспрессивной моторикой, оживленным расслабленным выражением лица. Яркие жесты отображают позитивные эмоции и располагают к искренности и доверию. При этом чрезмерная жестикуляция, часто повторяющиеся жесты могут говорить о внутреннем напряжении и неуверенности в себе. Невербальное общение становится доступным, а уровень взаимопонимания увеличивается, если слушатель понимает позы и жесты собеседника.

Ниже приведены примеры жестов, значение которых совпадает в разных языках и культурах:

- сосредоточенность – закрытые глаза, пощипывание переносицы, потирание подбородка;
- критичность – одна рука возле подбородка с вытянутым указательным пальцем вдоль щеки, вторая рука поддерживает локоть;
- позитивность – корпус тела, голова немного наклонены вперед, рука немного касается щеки;
- недоверие – ладонь прикрывает рот, выражая несогласие;
- скука – голова подперта рукой, корпус расслаблен и немного согнут;
- превосходство – положение сидя, ноги одна на другой, руки за головой, веки немного прикрыты;
- неодобрение – неспокойные движение, стряхивание «ворсинок», расправление одежды, одергивание брюк либо юбки;
- неуверенность – почесывание либо потирание ушей, обхватывание одной рукой локтя другой руки;
- открытость – руки раскинуты в стороны ладонями вверх, плечи расправлены, голова «смотрит» прямо, корпус расслаблен.

Также по физической природе жесты можно разделить на две большие группы: головные и мануальные (ручные). Мануальные жесты выполняются одной или обеими руками, они делятся на подгруппы: пальцевые, кистевые, локтевые, плечевые и смешанные. Особую роль в жесте играет кисть руки. Р. Славский в книге «Искусство пантомимы» писал: «Кисть руки – душа жеста. Кисть зовет, манит, приглашает, отталкивает, дает, берет, укоряет, рассказывает, ласкает, карает, спрашивает, провожает; в кисти, равно как и во всей руке, необходимо выработать живость и пластическую мягкость» [1, с. 58].

Жест – явление сугубо индивидуальное, самобытное. Он неразрывно связан с ходом мыслей и движением чувств человека. Жесты обычно сопровождают те отрезки речи, в которых мысль достигает кульминации.

На долю невербальных сигналов в течение первых 12 секунд общения при знакомстве приходится примерно 92% всего объема принимаемой информации. По мнению американских исследователей, при разговоре значимость слов составляет 7%, интонации – 38%, а на жесты и мимику приходится 55%. Выразительные движения – язык подсознания. Говорить человек может что угодно, но жесты обязательно выдадут его, если он говорит неправду.

На уровне межкультурного общения значимость невербальных средств коммуникации не вызывает сомнений. Значение и важность каждого отдельного жеста разнится в различных странах и социальных группах. Например, простое покачивание головой из стороны в сторону,

означающее в России и большинстве стран Европы «нет», в Болгарии, Греции и Индии означает одобрение, в то время как кивок головой – несогласие. Необычный жест отрицания существует у неаполитанцев – это вздернутая вверх голова при неодобрительно оттопыренной нижней губе. В Японии слово «нет» выражают покачиванием ладоней из стороны в сторону. На Мальте несогласие выражается касанием кончиков пальцев подбородка, при этом повернув вперед кисть.

Неоднозначное отношение вызывает и уже привычный для большинства россиян жест о'кей». Этому знаку более 2500 лет. У греков это был символ любви – изображение целующихся губ, а также похвала оратору за точное высказывание или тонкий афоризм. Позднее этот жест ушел в прошлое и вновь стал популярным в Америке в начале XIX века. Пресса в то время проводила кампанию по сокращению слов и ходовых фраз до их начальных букв. Кружок, обозначающий букву «о» в слове о'кей, стал символом понятия «все хорошо», и сегодня в западных странах этот жест воспринимается однозначно как одобряющий, положительный жест. Однако в некоторых странах этот знак имеет совершенно другое значение. В Японии он означает деньги, во Франции и Германии этот жест оскорбителен.

Исходя из примеров, приведенных выше, можно утверждать, что невербальная коммуникация на межличностном и международном уровне является залогом успешного взаимодействия не только между отдельными людьми, но и между государствами.

По утверждению Аллана Пиза, «в процесс взаимодействия людей от 60 до 80% информации передается невербальными средствами выражения и только 20 – 40% – вербальными» [2, с. 12]. Благодаря жесту семантика (смысл) слов предстает зрительно, что делает мысли говорящего образно понятными. Жест усиливает воздействие, формирует эмоциональное настроение в аудитории, демонстрирует собственное отношение говорящего к излагаемому материалу, выступает важным компонентом обратной связи со слушателями. Вот почему важно овладеть всеми средствам воздействия, всеми невербальными компонентами коммуникативной техники. В общении одновременно воспринимаются выражение лица, жест, поза. Причем реакция по визуальному каналу часто опережает вербальную. В каждой ситуации общения жесты могут быть доминантным, дополнительным или малозначительным нюансом коммуникации. Однако не следует забывать о различной смысловой нагрузке, которую один и тот же жест несет в различных культурах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Славский, Р. Е. Искусство пантомимы / Р. Е. Славский. – М. : Искусство, 1962. – 134 с.

2. Пиз, А. *Язык телодвижений* / А. Пиз. – Новгород, 1992. – 448 с.
3. Биркенбил, В. *Язык интонации, мимики, жестов / В. Биркенбил*. – СПб, 1997. – 224 с.
4. Панов, Е. Н. Знаки, символы, языки / Е. Н. Панов. – М., 1983. – 248 с.

УДК 811.111+81’373(07)

О. В. ГРИЦУК
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики А. С. Секержицкая

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С КОМПОНЕНТОМ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ КАК ОТРАЖЕНИЕ НАЦИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ (НА ПРИМЕРЕ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ)

Хорошее знание языка невозможно без знания его фразеологии. Изучение фразеологизмов, содержащих компонент цветообозначения, является одним из наиболее актуальных и интересных направлений лексикологии. При изучении таких фразеологизмов многие сталкиваются с трудностями при их освоении. Вероятно, это происходит потому, что у представителей различных культур существуют уже сформировавшиеся менталитет, обычаи, традиции, стереотипы, а также своя собственная, уникальная культура.

В результате освоения фразеологизмов иностранного языка можно приблизиться к уровню владения им, присущему носителям языка, и научится понимать их с полуслова, так как речевая готовность резко возрастает. Разумное и своевременное использование фразеологизмов делает нашу речь намного выразительнее и ярче.

Возникнув в те времена, когда человек научился добывать, и использовать природные краски, цветовая символика имеет древнейшее происхождение. Цвета играют большую роль в формировании языковых картин мира, поскольку с каждым цветом у разных лингвокультурных общностей связаны определенные ассоциации, те или иные цветовые предпочтения. Несмотря на относительную универсальность восприятия цвета всеми людьми, в культуре каждого народа сложились устойчивые соответствия между отдельными цветами и определенными образами. Так, например, «красный цвет» в США означает опасность, во Франции – аристократию, в Индии – жизнь и творчество, в Японии – ярость и гнев, а в Китае – счастье.

В культурах настоящего времени прослеживается определенная триада цветов «белый – красный – черный». В связи с этим рассмотрение именно этих основных цветов является на наш взгляд наиболее актуальным.

В цветовой гамме культурной и языковой картины мира, созданной (и непрерывно создаваемой) как английским, так и русским языками, черный, белый и красный цвета играют очень важную роль. В них нашла отражение и реальная, и культурная картина мира.

В русском языке реализуются в основном такие символические значения фразеологических единиц с компонентом «красный», которые связаны с молодостью, красотой. Например:

красный молодец, красная девица (о молодом человеке, здоровом, красивом, пользующемся симпатией у окружающих);

красное солнышко (в значении праздничности момента, а также как привет, доброжелательное отношение к окружающим);

красный денек (солнечный, поднимающий настроение);

*красное словцо (*острота, острая шутка, метко сказанное слово);

красить (украшать)*: Печаль не красит, горе не цветит*.

В Английском языке красный цвет также может обозначать нечто торжественное, праздничное, например:

red-letter day (праздник; праздничный, радостный, счастливый, памятный день);

red carpet (красный ковер, красная ковровая дорожка, торжество).

Из этого можно сделать вывод, что значения фразеологизмов с этим компонентом в обоих языках имеют в основном положительный оттенок.

Но так же одно из значений красного цвета связано с психологическим признаком, ассоциирующимся с чем-либо недостойным, неприличным, безнравственным, позорящим. Выражения с таким значением встречаются как в русском, так и в английском языках.

Например:

Краснеть от стыда!

to get/have a red face – покраснеть от смущения;

to give someone a red face – вогнать в краску, смутить кого-либо;

red in the face – покрасневший, смущенный;

to blush/go red (букв. вспыхнуть докрасна) – покраснеть от смущения

to become red in face – побагроветь от стыда, смущения, гнева и т.п.

В английском языке также встречаются как положительное, так и отрицательное значения прилагательного «красный» во фразеологизмах и пословицах.

Красный цвет в английском языке присутствует в следующих фразеологических сочетаниях как символ:

1) опасности: *to see the red light* (букв. видеть красный свет) – предчувствовать приближение опасности, беды и т.п.; *a red-light district* (букв. район красного фонаря) – опасный район;

2) отрицательных эмоций: *like a red rag (to a bull)* (букв. красная тряпка) – нечто приводящее в бешенство (как быка красный цвет);

3) формализма: *red-tape* (букв. красная лента) – бюрократизм, канцелярщина, формализм.

Символическое значение красного цвета у всех народов выделяется в роли эмблематического цвета как богов солнца, так и богов войны и власти в целом. В русском языке это символическое значение особенно широко представлено во многих фразеологизмах и пословицах. В словаре В. Даля встречается 19 пословиц со словосочетанием «красное солнышко».

Например:

Краше красного солнышка, светлее ясного месяца (об иконе).

Дождик вымочит, а красно солнышко высушит.

Красное солнышко на белом свете черную землю греет и др.

В английском языке тоже встречаются пословицы, где встречается красный цвет:

Red sky at night shepherds delight. Красное небо вечером – пастуху радость;

Red sky in the morning shepherds warning. Красное небо утром – предупреждение пастуху.

Номинативное значение слова белый – цвет снега или мела. Номинативное значение слова черный – цвет сажи, угля, противоположный белому. Оба цвета представляют собой определенное физическое явление реального мира. Например, они могут характеризовать платье*: ‘a black dress’* – черное платье обозначает платье черного цвета, а ‘*a white dress*’ – белое платье определяет цвет платья как цвет снега, соли, оперения лебедя. При этом в обеих культурах черный цвет ассоциируется с трауром (известно, что во многих восточных странах цвет траура – белый), поэтому черное платье может быть либо траурным, либо официальным вечерним нарядом. В случае, если в художественном произведении ребенок одет в черное, значит, в его семье кто-то умер, потому что черной цвет одежды в наших культурах дети обычно не носят. Белое платье в обеих культурах носят юные девушки, это символ невинности, свадебный наряд. Пышное белое платье обычно «выдает» невесту – это культурный знак бракосочетания.

Чтобы осознать все культурные оттенки такого простого сочетания слов, как белая скатерть ‘*white tablecloth’*, надо представить себе черную скатерть ‘*black tablecloth’*, что достаточно трудно сделать, поскольку для обеих культур это искусственное, неприемлемое, фантастическое

словосочетание. Белая же скатерть (‘*white tablecloth’*) – признак торжественного, парадного события. Впрочем, в культуре современной Англии белые скатерти уже почти вышли из употребления. В русской культуре они сохраняют свою культурную знаковость, ассоциируясь с праздничным застольем по особо важному случаю.

Для английского языка (отражающего культуру и общественное сознание говорящего на нем общества) характерно традиционное соотнесение черного цвета с чем-то плохим, а белого – с хорошим. Следует отметить, что под влиянием американского варианта английского языка оно получило в британском дополнительную актуализацию. Поэтому составные номинативные группы с прилагательным *black* имеют негативные коннотации, а прилагательное *white*, как правило, входит в состав номинативных групп, имеющих положительные оттенки значения.

Например, *black sheep* ‘черная овца*’, black market* ‘черный рынок’, *blackmail* ‘шантаж’ (букв.’ черная почта’), *Black Gehenna* ‘черная гиена’, *black soul* ‘черная душа’ – во всех данных случаях *black* ассоциируется со злом; к тому же это цвет траура, цвет смерти : *black dress* ‘черное платье’, *black armband* ‘черная нарукавная повязка’.

Напротив, белый (‘*white’*) – цвет мира (*white dove* – белый голубь, символ мира), цвет свадебного платья, цвет чего-то хорошего и чистого. Даже когда *white* сочетается с существительным, явно обозначающим нечто плохое, *white* смягчает, облагораживает негативное значение последнего: *white lie* – ложь во спасение, морально оправданная ложь (ср. русское черная зависть ‘*black envy*’ – белая зависть ‘*white envy’*).

В большинстве случаев метафорические значения белого и черного цветов в русском языке совпадают с английским: черная душа *‘black soul’,* черная весть *‘black news’*, черный день *‘black day’*, черный глаз *‘black eye’,* черный враг *‘black enemy’*.

В результате приведенных нами фразеологизмов русского и английского языка на примере белого, черного и красного цветов, можно сделать вывод, что они близки в своем значении. Различия в семантической структуре цветообозначений в английском и русском языках обусловлены национально-культурными особенностями, символикой цвета в конкретном языке.

УДК 811.112.2’282
Л. Г. ГРУШЕВСКАЯ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики О. В. Кивака

О НЕКОТОРЫХ ОСОБЕННОСТЯХ НИЖНЕНЕМЕЦКИХ ДИАЛЕКТОВ

Классическим, стандартным и как минимум понятным для большинства немецкоязычных граждан и для иностранцев считается Hochdeutsch – так называемый литературный язык, он же «высокий немецкий». Именно его преподают в школах, на нем говорят на ведомственном уровне, его используют в средствах массовой информации. Кроме литературного немецкого существует огромное количество диалектов.

Диалект – это (греч. *dialektos* – говор, наречие) разновидность общенародного языка, употребляемая сравнительно ограниченным числом людей, которые связаны территориальной, социальной, профессиональной общностью. Диалекты могут лежать в основе общенационального языка.

В научной литературе традиционно выделяют две группы немецких диалектов – это нижненемецкие и верхненемецкие [1, с. 22]. К нижненемецким диалектам (Niederdeutsch или Plattdeutsch) относят Friesisch (фризский), Niederfränkisch (нижнефранкский), Niedersächsisch (нижнесаксонский). Верхненемецкие диалекты в свою очередь подразделяются на Mitteldeutsch (средненемецкий) и Oberdeutsch (верхненемецкий). Средненемецкие диалекты состоят из Fränkisch (франкский), Thüringisch (тюрингский), Obersächsisch (верхнесаксонский), Schlesisch (силезский). В верхненемецких диалектах (Oberdeutsch) лингвисты выделяют Ober-Fränkisch (верхнефранкский), Alemannisch (алеманский), Bayerisch (баварский).

Таким образом, в Берлине говорят на берлинском диалекте, в Дрездене – на саксонском, во Франкфурте – на гессенском, в Гамбурге – на нижненемецком, а в Штутгарте – на швабском.

Выбором для изучения нижненемецких диалектов послужил интерес к языку народов северной Германии, живущих на территории Северогерманской низменности. На этих диалектах говорят на улицах Бремена и Гамбурга, на территории земель Шлезвиг-Гольштейн, Мекленбург-Передняя Померания и в Нижней Саксонии. Там везде звучит знаменитое "Moin-moin!" – утреннее приветствие на этом диалекте.

Нижненемецкие диалекты сохранили глухие звуки /p/, /t/, /k/, и звонкие /b/, /d/, /g/, в то время как верхненемецкие диалекты подверглись значительным изменениям смычных согласных. Эти диалекты на протяжении многих веков находились под сильным влиянием голландского языка. Здесь, как и в голландском, у артикля только два рода – перед существительными мужского и женского рода ставится артикль *de*, а средний род обозначается артиклем *dat* [1, с. 221].

В нижненемецких диалектах существует ряд отличий от литературного немецкого. Они характерны не только для артиклей, но и для других частей речи. Рассмотрим это на примере существительных, которые представим сначала на нижненменецких диалектах, далее на литературном немецком языке и в переводе на русский язык, например: *Bräf – Brief* – ‘письмо’, *Tiet – Zeit* – ‘время’, *Ogen – Augen* – ‘глаза’, *Lachen – Lächeln* – ‘улыбка’, *Klock – Uhr* – ‘время’, *Sünn – Sonne* – ‘солнце’.

Особенности этих диалектов коснулись и уровня прилагательных и наречий: *week – zärtlich* – ‘ласковый’, *breet – verlockendes, breites* – ‘заманчивый’, ‘широкий’, *klook – klug* – ‘умный’, *lest – letztere* – ‘последний’, *goot – gut* – ‘хорошо’, *vertroot – vertraut* – ‘близкий’, *veel – viel* – ‘много’.

Отличие нижненемецких диалектов от стандартного немецкого языка прослеживается также в глаголах и их формах, например: *maken – machen* – ‘делать’, *planten – pflanzen* – ‘выращивать’, *eten – essen* – ‘есть’, *slapen – schlafen* – ‘спать’, *keemst – kamst* – ‘пришел’ (2-е лицо, ед. ч., прош. вр.), *weerst – warst* – ‘был’ (2-е лицо, ед. ч., прош. вр.), *is – ist* – ‘быть’, ‘есть’, *ansticken – anstecken* – ‘зажигать’, *föhl – fühle* – ‘чувствовать’, *sik dreiht – sich drehen* – ‘вертеться’, *seggst – sagst* – ‘говоришь’ (2-е лицо, ед. ч., наст. вр.), *büst – bist* – ‘быть’, ‘есть’ (2-е лицо, ед.ч., наст. вр.), *strieken – streicheln* – ‘гладить’, *liggen – liegen* – ‘лежать’, *ankicken – angucken* – ‘смотреть’, ‘глядеть’.

Некоторые особенности присутствуют и в местоимениях. Например, *ik – ich* – ‘я’, *dien – dein* – ‘твой’, *mi – mir* – ‘мне’ (Д. п.), *wi – uns* – ‘мы’, ‘нас’ (В. п.), *de – der* – ‘который’, а также как артикль мужского рода, *es* (в безличных предложениях), *wat – was* – ‘что’, *al – alles* – ‘все’.

В категории числительных также имеются некоторые отличия, например, *twee – zwei* – ‘два’, *dree – drei* – ‘три’.

Отличия можно также увидеть на примере различных предлогов: *röver – zu* – ‘к’, *bi – bei* – ‘с’, ‘у’, ‘при’.

Устойчивые выражения в нижненемецких диалектах также претерпели некоторые изменения, например, *Doden dag!* в переводе на стандартный немецкий означает приветствие *Guten Tag!* – ‘Добрый день!’ Поговорка «Хорошо смеется тот, кто смеется последним» на нижненемецком звучит как *De toletz lachen, deiht de lacht op't bes*, а на литературтном немецком – *Wer zuletzt lacht, der lacht am besten*.

С XIII по XVI века, в период расцвета Ганзейского союза, нижненемецкий считался языком мирового значения. Ганзейские купцы вели на нем всю документацию и использовали на переговорах. Сегодня в Германии его понимают около шести миллионов человек, но свободно на нем говорят лишь два миллиона, в основном это старшее поколение. "Если вы знаете нижненемецкий, то скорее всего вы научились ему у своей бабушки", – гласит известная шутка про этот диалект. Некоторые немецкие больницы даже предлагают медсестрам пройти курс нижненемецкого, чтобы облегчить общение с престарелыми пациентами.

Глобальные изменения в общественной жизни, такие как распространение средств информации и доступность высшего образования, в значительной степени сказались на речевых особенностях носителей немецкого языка. Некоторые диалектизмы стали выходить из употребления, но также стали появляться и новые диалектические образования, что привело к развитию так называемых Verkehrsdialekte (межрегиональные варианты диалектов), а также общей тенденции к употреблению разговорного немецкого, сочетающего в себе элементы из разных диалектических групп.

Некоторые лингвисты также отмечают возросший «престиж» диалектов. Многие носители немецкого, в том числе городские жители и представители интеллектуальной элиты, имеют привычку для разнообразия или придания эмоциональной окраски добавлять в свою речь на Hochdeutsch некоторые диалектные слова или выражения.

Таким образом, нижненемецкие диалекты имеют ряд отличий от литературного немецкого языка, которые проходят на фонологическом и морфологическом уровне. Данные диалекты сочетают в себе заимствования из таких языков, как голландский, датский, английский и фризский, но при этом не теряют своей привлекательности и индивидуальности и набирают популярность в определенных кругах, что связано с изменениями в современной общественной жизни.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Москальская, О. И. История немецкого языка: учеб. пособие для студ. лингв. ун-тов и фак. ин. яз. высш. пед. учеб. заведений / О. И. Москальская. – М. : Издательский центр «Академия», 2003. – 288 с.

2. Бах, А. История немецкого языка / А. Бах. – М. : Издательство иностранной литературы, 1956. – 344 с.

УДК 81.37
Е. В. КУРГАН
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Е. Н. Стрижевич

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД В СОВРЕМЕННОЙ НЕОЛОГИИ

Статья посвящена теме лингвокультурологического подхода в современной неологии. Обратим внимание на то, что лингвокультурологический подход, прежде всего, вносит свой значительный вклад в современную неологию. Заинтересованность данной проблематикой обусловлено нехваткой комплексных исследований неологизмов с позиций лингвокультурологии.

Лингвокультурологический подход – это один из наиболее эффективных методов, нацеленных на формирование и совершенствование навыков и умений осуществления межкультурного общения путем изучения языка. Важно отметить, что немалое количество новых слов вызвало огромный интерес у лингвистов, что и привело в результате к созданию особой отрасли – неологии – науки о неологизмах.

Согласно толковому словарю Ефремовой, неология - раздел языкознания, занимающийся изучением неологизмов (их разновидностей, способов образования, сфер употребления). В другой терминологии неология - образование новых слов, вообще всякого рода новое учение. Известно, что неологизмы не появляются из ниоткуда. Они создаются на основе уже известных и принятых в языке слов. При этом следует добавить, что язык – это живой организм, который находится в постоянном развитии, тем самым и меняется вместе с человечеством, с появлением новых технологий. Неологические единицы фиксируют какие-либо изменения, происходящие в социуме. Некоторые неологизмы укореняются в памяти человека надолго и фиксируются в словарях, после чего и закрепляются в активном запасе, а некоторые и вовсе исчезают, так и не приняв частое использование.

Особенности взаимодействия языка, культуры и социума обусловливают распределение неологизмов по различным понятийным сферам в анализируемых языках. Доминирование определенной сферы является показателем ее значимости для лексикона и ценности для соответствующего социума. В английском языке к выявленным понятийным сферам относятся «общество и человек», «человек и культура», «техника и наука», «экономика и бизнес», «социальная политика», «компьютерные технологии и Интернет», «экономика», «экология и окружающая среда». Условия порождения

неологизмов, сферы их функционирования в языке, типы новых слов и количество среди них заимствований во многом определяет экология языка. Следует отметить, что до сих пор нет единого мнения относительно понимания неологизма в лингвистическом смысле. В современной неологии высокоперспективным является лингвокультурологический подход, с точки зрения которого, неологизмы рассматриваются в качестве единиц с культурно-значимой информацией.

Данный подход имеет в своем основании положение о том, что неологизмы являются результатом деятельности человека и могут иметь культурную нагрузку. Необходимость разработки лингвокультурологического подхода обусловлена тем, что содержание неологизмов возникает под влиянием не только лингвистических, но и культурологических факторов. С опорой на данный подход мы предлагаем считать неологизмами лексические единицы, не только новые по форме или содержанию в некоторый фиксированный момент времени, но и имеющие новую социокультурную референцию и функционирующие в востребованных данным социумом понятийных сферах. В качестве лингвокультурологических характеристик, уточняющих лингвокультурологический подход в неологии, особо следует выделить следующие: а) хронология (период возникновения слова); б) наличие новой культурной референции денотативного и коннотативного значения языковой единицы (проявление культурного компонента в семантике неологизма); в) сфера употребления языковой единицы (ее закрепленность в определенном языковом регистре). Хронологический критерий является одним из ведущих при лингвокультурологическом подходе в современной неологии. Наличие новой культурной референции, которую передает языковая единица, рассматривается нами как отдельный отличительный признак неологизма. Сфера употребления неологизмов является еще одним критерием определения данных языковых явлений.

Таким образом, в рамках лингвокультурологического подхода в современной неологии следует ориентироваться на литературный язык. В рамках лингвокулыурологического подхода неологизмы исследуются с позиций различных методов таких как диахронический анализ, предполагающий изучение неологической единицы во времени; контрастивный анализ, позволяющий выявить культурную специфику неологизма через его системное сравнение с неологизмом, совпадающим по значению либо обозначающим ту же реалию в другом языке; дефиниционный анализ, позволяющий выявить культурную специфику неологизма при изучении его словарной дефиниции.

УДК 811.11-112
В. О. ОСТАПУК
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Н. Н. Столярчук

КУЛЬТУРА ЕДЫ КАК ЭЛЕМЕНТ НАЦИОНАЛЬНОЙ КАРТИНЫ МИРА

Проблема ценностей культуры как таковая принадлежит культурной антропологии. В рамках последней выделяют четыре основные сферы культурных ценностей: быт, идеологию, религию и художественную культуру. Обычно о бытовой сфере говорят как об основополагающей, поскольку она изменяется медленнее других сфер и является в значительной мере основой их существования. Именно бытовая сфера содержит в себе вечные ценности, ценности, наиболее ярко характеризующие тот или иной культурный тип.

Каждая культура имеет свою, характерную только для нее систему ценностей. Обычно выделяют две группы культурных ценностей: 1) артефакты как совокупность произведений художественной литературы, живописи и ремесел, архитектуры, науки, религиозных текстов, археологических находок и т.п.; 2) нравы, обычаи, традиции, стереотипы поведения, способы мышления, понимания и интерпретации, стереотипы речевого поведения и т.п. Для нас важным в указанном отношении является то, что именно в сфере ценностных ориентации культуры следует искать составляющие словарь культуры понятия-концепты.

Согласно точке зрения Н. Ф. Алефиренко, «в языковом значении кодируется только часть мыслительной информации, в то время как другая ее часть представляется в психике мыслительными образами экстралингвистического характера» [1, с 56]. Слова разных языков, передающих одно и то же понятие, могут различаться семантической емкостью, что зависит от объема понятийного материала, получившего отражение в виде мыслительных образов.

Американский лингвист Б. Уорф справедливо замечает, что «носители разных языков по-разному воспринимают факты и явления, поскольку эти факты и явления по-разному выражены и сформулированы на их языках» [2, с. 116]. Таким образом, концепты включают достаточно широкий набор ментальных образований, кодирующих в самых разных конфигурациях культурно значимые смыслы – от чувственно-наглядных структур до рационального отражения окружающего мира.

Проблема межкультурных несовпадений является центральным вопросом лингвокультурологии, изучающей предметы и явления,

уникальные для отдельной культуры (например, *pudding, ale, grog* – в английской культуре; *сбитень, ботвинья, винегрет, самогон, квас* – в русской культуре). В категорию безэквивалентной лексики чаще всего попадают вновь образованные или еще не вошедшие в словарь языковые единицы или слова, обозначающие явления и предметы мысли, которые уникальны и присущи только данному социуму и, соответственно, языку.

Как уже отмечалось, язык и культура – два неразрывно существующих явления. Они взаимно отражают и дополняют друг друга, ведь культура – это совокупность концептов и отношений между ними, выражающихся в различных «рядах» (прежде всего в «эволюционных семиотических рядах», а также в «парадигмах», «стилях», «изоглоссах», «рангах», «константах» и т.д.), а язык представляет собой компонент культуры, выступающий как ее хранитель и фиксатор посредством особого кода [3, с. 31].

Следовательно, разработка культурных доминант в языке весьма актуальна в теоретическом плане, поскольку позволяет интегрировать достижения в области культурологического языкознания (от В. фон Гумбольдта до новейших лингвострановедческих работ), прагматической социальной лингвистики.

В этом аспекте подчеркнем, что особую значимость концепт «еда» имеет в переводческой практике, которую можно рассматривать как кросс-культурную коммуникацию. Известно, что особенности национальной кухни являются отражением и преломлением тех традиций, которые с древнейших времен и до настоящего времени сопровождают социальное бытие человека в рамках той или иной национальной культуры [4, с. 97].

Национальную принадлежность некоторых блюд оспаривают многие народы, ведь яблочный пирог пекут всюду, где растут яблоки. Англичане и американцы считают яблочный пирог своим национальным блюдом: *as American as an apple pie, in apple pie order* (т.е. «типично американский, как яблочный пирог», «в полном порядке, как в яблочном пироге»).

С учетом того, что многообразие кулинарно-гастрономической лексики наиболее полно представлено в текстах по американской лингвокультуре, для иллюстрации нашей точки зрения мы отбирали соответствующие языковые единицы, характеризующие реалии США.

Типично американскими блюдами считают *clam chowder* (густой суп с моллюсками), жареного. цыпленка, пирог с орехами пекан – один из самых любимых американцами десертов, тыквенный пирог, *hot dog* (сосиска в булочке), бургеры, яблочный пирог и *harsh brown* (картофельные оладьи), часто подаваемые на завтрак.

Кухня разных районов США имеет собственные отличия, отражающие специфику культурного становления и развития страны. В. В. Ощепкова отмечает, что кухня среднего запада США, житницы страны,

населенной в основном фермерами, отличается простыми, домашними блюдами, воплощением менталитета средней Америки: пироги из кукурузной муки (*corn cakes, corn bread*), пудинги и многие другие блюда, считающиеся типично американскими: картофельный салат, горячее печенье (*hot biscuits*), бифштексы с картофельными оладьями (*steaks with harsh browns*), ребрышки (*spare ribs*), пироги и пирожки с фруктовой и ягодной начинками (*shortcakes, apple pies, cherry cobblers*), шоколадные пирожные, похожие на пирожное «картошка», с какао, орехами, специями (*chocolate brownies*), фаршированный картофель (*scalloped potatoes*).

На юге США к еде относятся очень серьезно, ее называют *soul food* (пища для души, душевная пища). Из всех видов мяса предпочтение отдается свинине. Очень популярны кукуруза и кукурузная мука, как и повсюду в США, из них готовятся печенья, хлеб, пирожки и кукурузная каша – *grits* (мамалыга). На юге популярным блюдом считается жареный цыпленок, который подается со сметанным соусом и жареными зелеными помидорами. Распространены также блюда из моллюсков (*shellfish*). Южные десерты включают любимый многими американцами пирог с орехами пекан, амброзию (*ambrosia*) – слои фруктов, сбрызнутые кокосовым молоком (*sprinkled with coconut*), голубику.

Бифштексы (steaks) и гамбургеры (hamburgers) очень популярны, хотя по соображениям здорового питания многие американцы стараются есть меньше красного мяса.

В американской культуре популярны десерты. Обычный десерт – это пирог с фруктовой или ягодной начинкой: яблочной, персиковой, начинкой из ревеня, абрикосовой, вишневой, черносмородиновой, малиновой.

Концептуальный анализ множества лексических единиц, структурирующих данное концептуальное пространство, дает основания выделить следующие основные содержательно-когнитивные аспекты концепта «Еда»:

- абстрактность, общность представления о том, что едят/пьют;
- тождественность понимания семантики соответствующих лексических единиц реципиентами с одинаковым менталитетом и культурной принадлежностью;
- культурно-этническую, историческую значимость номинаций видов, типов, вкуса, ценностей, качества и т.д. еды/питья для носителей языка;
- участие в формировании данного концепта коллективного сознания;
- способность к моделированию, схематическому представлению.

Как следует из проведенного анализа, об образовании, становлении национальной концептосферы, включающей концепт «еда», можно говорить в связи с историческим формированием словарного запаса русского, английского и любого другого языка вообще. Открытие потенций

концепта происходит путем использования его в различных контекстах; концепт несет смысл, раскрывающийся в текстовом и жизненном контексте.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алефиренко, Н. Ф. Современные проблемы науки о языке : учеб. пособие / Н. Ф. Алефиренко. – 3-е изд., стер. – М. : Флинта : Наука, 2014. – 288 с.

2. Уорф, Б. Л. Отношение норм поведения и мышления к языку. Новое в лингвистике. / Б. Л. Уорф. – Вып.1. – М. : Изд-во иностр. лит., 1960. – 268 с.

3. Маслова, В. А Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М. : Издательский центр «Академия», 2004. – 208 с.

4. Савельева, О. Г. Концепт «Еда» в семантическом пространстве языка: социально-культурная значимость : автореф. дис. ... д-ра фил. наук : 10.02.19 / О. Г. Савельева ; Кубанский гос. университет. – Краснодар, 2006. – 270 с.

УДК 811.112.2:316.28

А. Ю. ПОЛОВЕЦ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики И. П. Королюк

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТАБУ В НЕМЕЦКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

Человек живет в обществе и, следовательно, может и должен общаться с другими членами этого общества. Как утверждает П. Вацлавик: *«Man kann nicht nicht kommunizieren»* − 'Невозможно не общаться' и *«Man kann sich nicht nicht verhalten»* − 'Человек не может себя никак не вести' [1, с. 51]. Это − одна из аксиом коммуникации.

Коммуникативное поведение регламентировано рядом различных норм, правил и традиций, которые предписывают представителям различных лингвокультур определенные способы вербального и невербального взаимодействия.

В. М. Соковнин заметил, что одной из особенностей речевой коммуникации, выражающих ее нормативную природу, является широкое распространение различных социальных ограничений, запретов, искусственно сужающих сферу общения отдельных индивидов и их групп.

Такие нормы могут выступать в виде коммуникативных императивов или табу. Если императивы представляют собой некоторые коммуникативные действия, предпринятые в конкретной ситуации общения

в силу норм и традиций, то коммуникативные табу представляют собой запреты и ограничения, связанные, прежде всего, "с недопустимостью нанесения морального ущерба другому, с предписанием сдерживать негативные эмоции, смягчать или вуалировать негативную информацию, не допускать унижения или оскорбления человеческого достоинства, исключать грубость и насилие" [3, с. 79].

Коммуникативные табу распадаются на несколько основных видов:

1. Речевые табу – это запрет на употребление грубых и нецензурных выражений.

2. Тематические табу – это запрет на затрагивание определенных тем, которые считаются потенциально конфликтными. Подобные темы могут привести к разногласиям и стать причиной спора, что в конечном счете чревато коммуникативными неудачами и сбоями.

3. Невербальные табу

По мнению большинства ученых, самым *опасным* в плане коммуникации является несоблюдение тематических табу. Нарушение этих норм способно "задеть коммуниканта *за живое*, вызывая абсолютно непредсказуемую и сугубо индивидуальную эмоциональную реакцию" [4, с.43]. При этом степень чувствительности к определенным темам напрямую зависит от принадлежности человека к определенной лингвокультуре.

В немецкой лингвокультуре круг тематических табу является довольно широким. Более того, табуированные темы чаще всего классифицируют на неприемлемые в общении с малознакомыми и со знакомыми и близкими людьми.

Поскольку немцы ощущают себя прежде всего как индивидуумы, и лишь затем как члены определенного общества, в немецкой культурной традиции высоко ценится зона личной автономии. Это проявляется прежде всего в таких доминантных особенностях немецкой лингвокультурной общности как анонимность, сдержанность, замкнутость, неискренность, формальная приветственность и скромность. Эта особенность немецкого коммуникативного поведения отражается также и в ряде тематических табу, *охраняющих* границы индивидуального *пространства* личности.

К числу тематических табу в немецкой лингвокультуре, в первую очередь, относится обсуждение личной жизни и финансового положения собеседника (заработная плата, номера банковских счетов). Во многих компаниях пункт о неразглашении сведений о заработной плате даже включен в трудовой договор. С темой зарплаты тесно связана и тема социального статуса человека, которая также относится к табуированным.

Запретными также считаются разговоры на политические и религиозные темы, особенно это касается выяснения политических взглядов и религиозных верований.

Включение темы национальной или этнической принадлежности в категорию табуированных объясняется, прежде всего, непрекращающейся борьбой за равные права различных категорий граждан, что в определенной степени определяет особенности социальной жизни в Германии в последние десятилетия. Указание на национальность либо расу может быть воспринято как отнесение лиц к меньшинству, к *другим*, что ущемляет их права и заставляет чувствовать себя изгоями, *чужими*. Тема интеграции иммигрантов однозначно относится к коммуникативным табу в немецком обществе.

Активная позиция женщин, проявляющаяся в растущей популярности феминистского движения, привела к тому, что указание на гендерную принадлежность стало считаться отдельным видом дискриминации в немецком обществе. Стремление избежать любого указания на гендер, с целью продемонстрировать равноправие обоих полов, привело к табуированности данной темы. Даже при приеме на работу, в большинстве случаев, вопросы, связанные с половой принадлежностью соискателя, исключены из анкет.

Как бы человек ни старался, он не сможет не общаться. Деятельность или бездействие, речь или молчание − все это имеет характер сообщений: они оказывают влияние на других, и эти другие в свою очередь не могут не ответить на эти послания и, таким образом, сами общаются.

Поэтому актуальным считается и изучение такой особенности немецкой лингвокультуры как невербальные табу, к которым относятся запреты людям данной культуры или данного социума совершать определенные телесные действия в конкретных коммуникативных ситуациях или областях, а также рекомендации людям других культур и другого социума избегать этих действий в тех же ситуациях и областях.

В немецкой культуре выделяются следующие невербальные табуированные компоненты:

Оскорбляющая жестикуляция

Оскорбляющие позы

Визуальное оскорбление

Экстралингвистическое оскорбление (проявление сильных эмоций в неуместных ситуациях общения)

Агрессивная манера общения

Прерывание собеседника

Выражение незаинтересованности [5, с. 245]

Язык жестов с давних времен используется людьми в целях коммуникации там, где речевое общение не являлось возможным. И по сей день язык жестов является незаменимым средством общения. Однако важной особенностью языка жестов является его национальная

уникальность. У разных народов жесты разительно отличаются по своему содержанию, несмотря на то, что нередко совпадают по форме. Используя жесты в своем обиходе, мы должны анализировать, для чего и почему мы употребляемый данный жест, и что он означает в понимании нашего собеседника. Неправильным использованием жеста можно обидеть собеседника или внести недопонимание в разговор.

В качестве примера рассмотрим широко известный жест "кольцо" (указательный и большой пальцы вместе образуют кольцо, которое смотрит в сторону собеседника; остальные пальцы несколько расслаблены и согнуты). Жест был заимствован из американской кинетической системы, в которой имеет значение "все в порядке, все хорошо".

Тем не менее, в разных культурах данный жест трактуется по-разному – от восхищения вплоть до серьезного оскорбления. Собственно говоря, в немецкой лингвокультуре этот жест имеет двоякую трактовку: если рука остается расслабленной и находится на уровне груди, жест "кольцо" имеет то же значение, что и в американской культуре. Однако, если жест энергичен и пальцы подняты выше плеча, представитель немецкой культуры воспримет его как серьезное оскорбление [6, с. 34].

В Германии в суде был прецедентный случай, связанный с этим, на первый взгляд безобидным, жестом. Некий водитель мимоходом оскорбил полицейского, показав ему из окна машины большой и указательный пальцы руки, сомкнутые колечком. Немецкий полицейский обиделся на такую дерзость и подал на водителя в суд. Использование подобных жестов в адрес полицейского в Германии предполагает денежный штраф. Но судья, основательно изучив соответствующую литературу и проконсультировавшись с психологами, пришел к выводу, что в Германии приняты оба значения данного жеста, и как его понимать – дело сугубо субъективное. Водитель был оправдан.

Из всего вышесказанного следует, что нарушение табу приводит к возникновению в процессе общения нежелательных эмоциональных реакций, что, в свою очередь, влияет на непонимание участниками коммуникации друг друга. Подобные ситуации могут стать причиной возникновения так называемых коммуникативных неудач. Это широкое понятие подразумевает под собой любое непонимание партнерами по общению друг друга, любой нежелательный эмоциональный эффект, отсутствие согласованности между партнерами.

Разновидности коммуникативных неудач множественны и причины их возникновения разнообразны. Коммуниканты, относящиеся к различным лингвокультурам, должны учитывать, что нормы коммуникативного поведения иностранного партнера не полностью и не всегда совпадают с его собственными. Нарушение же этих норм может стать препятствием для

процесса коммуникации. Коммуникативное рассогласование при этом затрагивает обоих участников: как говорящего, так и слушающего.

Таким образом, во избежание коммуникативных неудач и сбоев необходимо непременно соблюдать коммуникативные табу. Знание национальных особенностей представителей определенной лингвокультуры предотвращает "конфликт культур" в процессе коммуникации, помогает преодолеть культурный барьер. Не менее важным считается и проявление "коммуникативной гибкости" [4, с. 43], в случаях, когда коммуникативные табу все же были нарушены.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Watzlawick, P. Menschliche Kommunikation. Formen, Storungen, Paradoxien / P. Watzlawick, J. H. Beavin, D. D. Jackson. – Verlag Hans Huber Bern Stuttgart Wien, 1982.

2. Колтунова, М. В. Конвенции как прагматический фактор делового диалогического общения / М. В. Колтунова. – Гос. ин-т рус.яз. им. А. С. Пушкина. – М. : Акад. гуманитар. исслед., 2005. – 228 с.

3. Леонтович, О. А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения: монография / О. А. Леонтович. – М. : Гнозис, 2005. – 352 с.

4. Садохин, А. П. Межкультурная коммуникация : учебное пособие. / А. П. Садохин. – М. : Альфа-М, 2006. – 288 с.

5. Томчин, А. Германия без вранья / А. Томчин. – Рипол Классик, 2016. – 416 с.

УДК 811.161.1'1

Е. О. ПУНЬКО

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики И. П. Королюк

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОНЦЕПТА «СОЛНЦЕ»

Проблема взаимоотношения языка и культуры занимает одно из центральных мест лингвокультурологии и когнитивистики. Язык – факт культуры, составная часть культуры, которую мы наследуем. Язык – важнейший способ формирования знаний человека о мире. Человек познает мир через осознание своего места в нем. Тогда язык становится его важнейшим свойством, условием существования.

На сегодняшний день концепт является одним из ведущих понятий в когнитивной лингвистике. Однако, несмотря на то, что «концепт» – утвердившееся понятие в современной когнитивистике, различные научные школы и отдельные ученые трактуют содержание этого понятия по-разному. Дело в том, что концепт – это категория наблюдательная и мыслительная, поэтому существует широкий спектр толкования. На сегодняшний день категорию концепта исследуют философы, психологи, логики, культурологи и т.д. Поэтому она и несет в себе следы всех этих внелингвистических интерпретаций.

Впервые в отечественной науке термин *концепт* был употреблен С. А. Аскольдовым-Алексеевым в 1928 г. Ученый определил концепт как мысленное образование, которое замещает в процессе мысли неопределенное множество предметов, действий, мыслительных функций одного и того же рода (концепты *растение, справедливость, математические концепты)* [1, с. 4].

Е. С. Кубрякова предлагает такое определение концепта: *«Концепт* – оперативная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, квант знания. Самые важные концепты выражены в языке» [2, с. 90].

Культура народа вербализуется в языке, язык несет в себе ключевые концепты культуры, воплощая их в специальных знаках – словах. Совокупность знаний и представлений о мире, т.е. совокупность концептов, составляет концептуальную картину мира. Таким образом, концепт является структурным элементом языковой картины мира. Концепт – это то, в виде чего культура входит в мир человека, и то, посредством чего носитель языка входит в культуру и даже может влиять на нее. Концепты универсальны и обязательны для всего общества.

По мнению З.Д. Поповой и И.А. Стернина, языковая картина мира – это «совокупность зафиксированных в единицах языка представлений народа о действительности на определенном этапе развития народа, представление о действительности, отраженное в значениях языковых знаков – языковое членение мира, языковое упорядочение предметов и явлений, заложенная в системных значениях слов информация о мире» [4, с. 314].

Языковая картина мира складывается из концептов. Концептуальная картина мира подвергается постоянному изменению и уточнению в сознании человека в соответствии с непрерывным усвоением новой информации. Концепт, являясь базовым элементом языковой картины мира, не имеет четких границ и вербализуется в слове и несет в себе весь накопленный предками опыт.

Картина мира не является набором «фотографий» предметов, процессов и т.д., помимо отраженных объектов, она включает в себя позицию

отражающего субъекта. Можно говорить о том, что отношения, оценки принимают участие в конструировании языковой картины мира [5, с. 176].

Полное отсутствие концепта в той или иной лингвокультуре – явление весьма редкое, более редкое, чем отсутствие однословного выражения для определенного концепта. Различие между культурами проявляется в количественном и комбинаторном предпочтении признаков при концептуализации мира [3, с. 112]. Объяснение таких предпочтений требует обращения к истории, психологии, философии того или иного народа.

Для того, чтобы изучить данный концепт на практике, мы провели эксперимент среди 42 туркменских и 44 белорусских студентов «БрГУ им. А.С. Пушкина» 19-26 лет. Представителей страны Туркменистана мы задействовали, чтобы определить, как они относятся к СОЛНЦУ, учитывая тот факт, что у них на Родине достаточно жарко. Информантам было предложено записать все возникшие ассоциации к слову СОЛНЦЕ. Некоторые информанты не ограничивались вербальными ассоциациями, сопровождая свои анкеты рисунками. На всех рисунках солнце изображено улыбающимся, симпатичным, что свидетельствует о наличии в содержании концепта СОЛНЦЕ положительных эмоций. В результате ассоциативного эксперимента туркменских студентов были установлены шесть значений концепта СОЛНЦЕ:

1. «жизнь» – 52%;
2. «источник энергии» – 13%;
3. «звезда» – 13%;
4. «тепло» – 13%;
5. «хорошее настроение» – 6%;
6. «мама» – 3%.

В результате эксперимента белорусских студентов были восстановлены следующие значения концепта СОЛНЦЕ:

«тепло» – 32%;
«лето, каникулы» – 26%;
«звезда» – 15%;
«счастье» – 13%;
«любимый человек» – 9%;
«жизнь» – 5%.

В основном студенты предложили положительные ассоциации концепта СОЛНЦЕ, неважно от места жительства и от погодных условий в стране. Но не стоит утверждать, что выбранный нами концепт имеет только положительную сторону. Такие феномены, как ультрафиолетовое излучение, солнечные бури, взрыв *солнца* – даже при недостаточном владении соответствующими знаниями, формируют негативное отношение к *солнцу*, даже страх перед ним.

Чтобы расширить значения концепта СОЛНЦЕ, мы проанализировали различные сказки, пословицы и поговорки. В русских сказках чаще используется не слово солнце, а его дериват с уменьшительно-ласкательным суффиксом *солнышко*, что указывает на любовно-уважительное отношение к объекту. Причем в абсолютном большинстве случаев используется устойчивое словосочетание с постоянным эпитетом – *красное солнышко*, где слово красный употреблялось первоначально в значении красивый. СОЛНЦЕ в волшебных сказках связано с идеалом красоты: для указания на чью-либо красоту применяется устойчивая формулировка *«во лбу красно солнышко».*

Нередко актуализируется основное значение слова солнце – «светило» как указание на его существование или на время совершения события, особенно часто – в приметах: *Рано солнце восходит – быть дождю; Солнце красно заходит – к ветру; Кольцо вокруг солнца – к ненастью и пр.* Вместе с тем нередко встречается и употребление слова солнышко в качестве обращения, как реализация признака «живое»: *Красну солнышку поклонимся: Ты взойди, взойди, красно солнышко… Обогрей ты нас людей бедных…*

Имея размытые пределы, концепт претерпевает постоянные изменения, так как опыт человека не находится в строго фиксированном положении, а постепенно накапливается, а взгляды и представления индивида могут меняться под воздействием полученных знаний.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аскольдов-Алексеев, С. А. Концепт и слово // Русская речь. Новая серия. – Л., 1928. – 264 с.

2. Кубрякова, Е. С Концепт // Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996. – 189 с.

3. Карасик, В. И Языковой округ: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – М., 2004. – 275 с.

4. Стернин, И. А. Когнитивная лингвистика / И. А. Стернин, З. Д. Попова. – М. : «АСТ – Восток – Запад», 2007. – 314 с.

5. Маслова, В. А. Введение в когнитивную лингвистику / В. А. Маслова. – М., 2007. – 296 с.

УДК 81-119
К. В. ПУХНАРЕВИЧ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики С. Н. Дягель

ЯЗЫКОВАЯ КАРТИНА МИРА КАК ОБЪЕКТ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКОГО ОПИСАНИЯ

Язык является важнейшим способом формирования и существования знаний человека о мире. Отражая в процессе деятельности объективный мир, человек фиксирует в слове результаты познания. Совокупность этих знаний, запечатленных в языковой форме, представляет собой то, что в различных концепциях называется «языковой промежуточный мир», «языковая репрезентация мира», «языковая модель мира». Наиболее распространенным в настоящее время является термин «языковая картина мира».

Понятие картины мира (в том числе и языковой) строится на изучении представлений человека о мире. Если мир – это человек и среда в их взаимодействии, то картина мира – результат переработки информации о среде и человеке. Способ представления мира у разных народов национально специфичен, в силу разных факторов: природных, социальных, культурных. Поэтому языковая картина мира отчасти универсальна, отчасти национально специфична. Представители когнитивной лингвистики утверждают, что наша концептуальная система, отображенная в виде языковой картины мира, зависит от физического и культурного опыта и непосредственно связана с ним. С другой стороны, каждый язык по-своему членит мир, т.е. имеет свой способ его концептуализации. Поэтому каждый язык имеет особую картину мира, и в этом проявляется специфически человеческое восприятие мира, зафиксированное в языке [1]. Лингвисты дают различные трактовки понятия «языковая картина мира» в зависимости от подхода. На данный момент выделяют когнитивный, психолингвистический, традиционный и лингвокультурологический подходы к определению ЯКМ. В самом общем виде многие современные авторы определяют ЯКМ как закрепленные в языке способы, процессы и результаты концептуализации действительности, совокупность знаний о мире, способов их получения и интерпретации [2].

ЯКМ и ее отдельные элементы являются предметом изучения лингвокультурологии. В лингвокультурологии под картиной мира принято понимать целостную совокупность образов действительности в

коллективном сознании, коллективный продукт миропонимания отдельных языковых личностей [3], [4]. В ЯКМ отражаются условия жизни людей, окружающий их материальный мир, что находит выражение в языке, прежде всего в семантике и грамматических формах, т. е. в лингвокультурологии под ЯКМ понимается некая знаковая сумма, запечатлевшая опыт восприятия мира. Наибольший интерес для понимания национальной ЯКМ представляет экспрессивно-оценочная, модальная лексика, метафоры, метонимии, фразеологизмы, поскольку они представляют содержательную сторону языка. Ядром ЯКМ являются концепты, которые выполняют роль каркасов, определяющих принципы построения представлений о мире и, соответственно, самой картины мира. Сумма концептов образует концептосферу языка, которая определяет культуру этноса. Большую роль в формировании ЯКМ играют мифологические концепты, выраженные мифологемами, образно-метафоричными и коннотативными словами [4].

Существует несколько направлений в изучении ЯКМ: 1) типологические исследования; 2) изучение ЯКМ в аспекте реконструкции духовной культуры народа; 3) исследование отдельных сторон языка (отражение ЯКМ в лексике, словообразовании, фразеологии и т. д.); 4) исследование поэтической картины мира [4]. По мнению В.А. Масловой последнее направление представляет особый интерес. Остановимся на нем подробнее.

ЯКМ определенного этноса универсальна, поэтическая картина мира – индивидуальна, она создается в текстах одного человека. Однако, поскольку автор художественного текста является представителем своего этноса, ЯКМ и картина мира, реконструируемая на материале произведений одного автора соотносимы. Поэтическая картина мира субъективна и несет в себе черты языковой личности ее создателя. В ней представлен образ мира, сконструированный через призму сознания и языка поэта. Материальным выражением поэтической картины мира являются произведения поэта. Реконструкция поэтической картины мира является целью лингвокультурологического анализа текста. Художественный текст как объект лингвокультурологического анализа рассматривали многие ученые, например, А. М. Пешковский, Н. С. Послепова, С. И. Гиндин, О. М. Москальская, З. Я. Тураева и др. На сегодняшний день в научной и методической литературе не существует единства в определении приемов и методов лингвокультурологического анализа. Будучи интегративной дисциплиной, лингвокультурология выборочно использует в процессе лингвокультурологического анализа методы культурологии и филологии. Большинство ученых соглашается с тем, что методологическую основу лингвокультурологического анализа составляет филологический анализ текста, который переориентирован в сторону лингвокультурологии, т. е., его

методы нацелены на выявление культурно значимых элементов текста. В широком смысле лингвокультурологический анализ – это комплекс методов и приемов по исследованию культуры через текст на уровне языковых значений и смысла. Поэтому предметом исследования в рамках лингвокультурологического анализа являются наиболее «культуроносные» языковые единицы: безэквивалентная лексика и лакуны, архетипы и мифологемы, обряды и поверья, ритуалы и обычаи, закрепленные в языке; паремиологический фонд языка; фразеологический фонд языка; эталоны, стереотипы, символы; метафоры и образы языка; стилистический уклад языков; речевое поведение; область речевого этикета [1].

Поскольку одним из важнейших понятий лингвокультурологии является концепт, большинство методик лингвокультурологического анализа включает в себя концептуальный (концептный) анализ. Концепт, ставший за последние годы междисциплинарным понятием в области лингвистики, психологии, литературоведения, культурологии, не имеет однозначного толкования. Чаще всего в лингвистике под концептом понимают весь потенциал значения слова вместе с его коннотативным элементом, т. е. это многослойное явление, состоящее из самого понятия и ценностного, нередко образного представления о нем человека. Концептуальный анализ направлен на выявление и изучение языковых единиц, репрезентирующих концепт, и на интерпретацию их значения для характеристики особенностей языкового сознания писателя. На сегодняшний день не выработана четкая схема концептуального анализа. Среди наиболее часто употребляемых приемов концептуального анализа называют дефинирование, контекстуальный анализ, этимологический анализ, интервьюирование, анализ синонимических единиц, репрезентирующих концепт, анализ репрезентации в паремиях, афоризмах, индивидуально-авторских номинациях [5]. Таким образом, лингвокультурологический анализ – это комплексный анализ, основными методами которого являются метод филологического анализа и метод концептуального анализа, направленный на реконструкцию фрагмента картины мира носителя языка. В нем представлены все базовые элементы филологического анализа (определение жанра произведения, его композиции, анализ структуры повествования, пространственно-временной организации текста, описание системы образов, выявление интертекстуальных связей, характеристика идейно-эстетического содержания текста и др.), при этом они становятся средством интерпретации проявлений культуры в языковом пространстве текста.

Итак, в каждом языке отражается как культура его носителей, так и индивидуально-личностная культурная деятельность. Поэтому языковая и

поэтическая картины мира как важнейшие категории лингвокультурологии становятся объектом лингвокультурологического описания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маслова, В. А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М. : Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.

2. Яковлев, А. А. Языковая картина мира как лингвистическое понятие: обзор российских публикаций последних лет / А. А. Яковлев. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-kartina-mira-kak-lingvisticheskoe-ponyatie-obzor-rossiyskih-publikatsiy-poslednih-let. – Дата доступа: 02.04.2019

3. Карасик, В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс / В. И. Карасик. – Волгоград : Перемена, 2002. – 477 с.

4. Маслова, В. А. Современные направления в лингвистике: учеб.пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. А. Маслова. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 272 с.

5. Беляцкая, А. А. Лингвокультурологический анализ текста в аспекте межкультурной коммуникации / В. А. Беляцкая // Гуманитарные науки и образование. – №1 (17), 2014. – с. 111-113

УДК 811. 111’36

А. А. САЛАПУРА

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Д. В. Архипов

ЭЛЛИПСИС КАК НОРМА ДИАЛОГИЧЕСКОЙ РЕЧИ

Явление эллипсиса обусловлено стремлением человека к совершенствованию языковых форм при минимальной затрате умственной и физической энергии. В традиционной грамматике английского языка любое предложение характеризуется наличием подлежащего и сказуемого, поэтому любое «отклонение от нормы» следует объяснять как явление эллипсиса.

Эллиптическим предложение является, когда оно не равно в полном объеме мысли, содержание которой передает. Поэтому существуют способы выражения мысли, в которых содержится ровно столько, сколько нужно, чтобы понять ее. Так, например, при помощи одного слова можно передать мысль, для передачи которой в другой ситуации потребуется целое предложение.

Эллипсис, как известно, это намеренное опущение одного из главных членов предложения (подлежащего, сказуемого или части сказуемого). Он является характерной чертой разговорной речи и служит возмещением диалога между людьми и выражает их отношения к чему-либо. Эллиптические предложения являются непременным атрибутом любого языка, где ежедневная коммуникативная единица – прежде всего диалогическое единство, в котором в свою очередь проявляется разговорная речь с ее свободной несвязанной синтаксической структурой, лаконичностью, динамичностью и информативностью, со всем многообразием использования эллиптических конструкций и идиоматических выражений.

Диалогическое единство представляет собой наиболее крупную структурно-семантическую единицу диалогической речи. Оно состоит из двух, реже трех или четырех предложений-реплик, тесно связанных между собой по смыслу и структурно; при этом содержание и форма первой реплики определяют содержание и форму второй и т. д., так что только в сочетании реплик обнаруживается необходимая для понимания полнота данной части диалога.

Как уже отмечалось, главная сфера употребления эллиптических конструкций – диалог: именно в репликах диалога часть предложения, как правило, опускается, так как либо она уже ясна из предшествующей реплики, принадлежащей собеседнику; либо в том случае, когда часть предложения можно легко опустить, если она не является существенно важной. Например: – *And by the way, I hope you'll come to supper to-night. Will you? After the opera*. (Второе предложение значит: “*Will you come to supper tonight*?”) – *Delighted*! (Ответ подразумевает: “*I shall be delighted to come*!”).

В зависимости от того, все ли члены наличествуют в данном предложении или же часть их восстанавливается из контекста предложения могут быть полными (Elliptical) или неполными (Non-Elliptical). У неполных предложений недостающие члены легко восстанавливаются из окружающего контекста. Неполные предложения весьма характерны для разговорной диалогической речи, особенно в качестве ответов на вопросы.

Опущение отдельных частей предложения является нормой диалогической речи, поскольку сама ситуация общения не требует упоминания опущенного. Полные предложения в устном типе речи могут иногда рассматриваться как своего рода нарушение нормы. Они могут быть использованы в особых целях, например, для выражения в диалогической речи раздражения, подчеркнуто-официального тона, вежливого, но настойчивого приказания, скрытой угрозы и пр.

В качестве примеров эллиптических оборотов, закрепленных в языке как типичные нормы непосредственного живого повседневного общения,

можно привести многие выражения, например: *See you tomorrow. Pity you didn't come. Happy to meet you. Ready?* и др.

Наличие эллиптических оборотов в устной (разговорной) речи является характерной синтаксической особенностью еще и потому, что отсутствующие части предложений понятны из предыдущих предложений (принадлежащих другому говорящему) и легко могут быть восстановлены. Но проблема заключается в том, что без контекста понять смысл эллиптических конструкций бывает сложно, иногда при отсутствии данного и вовсе невозможно. Существуют характерные для определенного языка особенности, на основании которых строится диалогическое единство, построению которого сопутствуют правильное и уместное употребление конструкций с использованием эллиптических предложений – те конструкции, которые используются в русском языке, часто оказываются неправильно употребленным в английском языке.

И в современной прозе эллипсис, главным образом, используется в диалоге, где он сознательно используется автором, чтобы отразить естественные упущения, характеризующие устную разговорную речь.

Для устного типа речи характерна также и незаконченность высказывания. Обстановка, в которой протекает общение, в некоторых случаях не требует логического завершения мысли, поскольку это завершение непосредственно вытекает из самой ситуации. Получается своеобразный обрыв предложения, как например, в if you don't come I'll.... Такие предложения нельзя рассматривать как эллиптические потому, что в них нет опущения какого-либо члена предложения, понятного из контекста высказывания. Содержание высказывания в таком предложении вытекает непосредственно из всей ситуации общения. Действительно, мысль, изложенная в вышеприведенном примере, без раскрытия ситуации остается непонятной.

Неодинаков состав эллиптических предложений общего и специального вопросов. Общим для них является сохранение в эллиптическом вопросительном предложении структурно и семантически наиболее существенных элементов полного вопроса. Для общего вопроса – это сочетание вспомогательного глагола с подлежащим, обычно местоименным, в качестве заместителей группы сказуемого и подлежащего. Эллиптический специальный вопрос может ограничиваться вопросительным словом, которое указывает информационную лакуну, требующую заполнения: – *Are you in a hurry? – Yes, sir, came the answer, that sent a flash, through the listener. – For what*?

Естественно эллиптические вопросы не могут быть начальными в диалоге. Другое дело эллиптические обороты, которые возникают только в самом диалоге. Например: – *You may lose more than you expect! – Can't*!

Диалогическая речь, в связи с указанными выше условиями устного типа речи, характеризуется еще и другим свойством: процесс формирования

мысли протекает почти одновременно с процессом непосредственной коммуникации. Синтаксис поэтому получает характер непоследовательности. Эта непоследовательность, в частности, сказывается и в нарушении синтаксических норм. Для устной речи в современном английском языке характерно и употребление вопроса в синтаксической форме утвердительного предложения. Например:

– You have been to school? – Yes, sir, I answered, for a short time.

Иногда вопросительное предложение употребляется в эллиптической форме: опускается вспомогательный глагол to do, например: *Miss Holland look after you and all that?* Но такие предложения стоят на грани нелитературных, просторечных оборотов, которые употребляются в живой разговорной речи.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Блох, М. Я. Теоретическая грамматика английского языка / М. Я. Блох. – 3-е изд. – М. : Высшая школа, 2000. – 381 с.

2. Гардинер, А. Теория языка и речи / А. Гардинер, Э. Бенвенист. – М. : Академия, 1994. – 468 с.

УДК 81.63

М. В. СЕМАШКО

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Е. Н. Стрижевич

ВРЕМЕННОЙ ФАКТОР СУЩЕСТВОВАНИЯ ЭВФЕМИЗМОВ

Как известно, любой язык не является неизменным. Он все время развивается, усовершенствуется, изменяется. Нужно отметить, что каждая языковая единица не является изолированной, а должна рассматриваться в контексте социальных, политических, экономических реалий определенного отрезка времени. Эвфемизмы не являются исключением.

Эвфемизмы, в отличие от лексических средств языка, более склонны к изменениям в области культуры человеческих отношений и нравственных оценок тех или иных явлений общественной жизни. То, что кажется эвфемизмом на одном из этапов развития общества, перестает быть эвфемизмом на следующем этапе превращаясь в средство, которое, с точки зрения большинства носителей данного языка, именует объект слишком прямо. Этот научный термин должен был покрыть целую группу различных слов: ненормальный, неполноценный, невменяемый, «недоделанный»,

слабоумный, глупый, с психологическими отклонениями. Некоторые из этих слов уже были когда-то эвфемизмами, а потом стали звучать как очень прямые и крепкие слова. Заметим, что и новейшие средства и способы обозначения психической ненормальности быстро утрачивают свойство эвфемистичности и расцениваются носителями языка как прямые и потому оскорбительные для характеризуемого лица) обозначения: шизик, с приветом, крыша поехала.

Существуют определенные факторы, которые определяют условия употребления эвфемизмов: *Фактор контекста* (один и тот же эвфемизм в разных условиях контекста ведет себя по-разному, то есть не в одинаковой мере реализует свой эвфемистический потенциал; *Фактор непринужденности/детерминированности* общения: чем жестче контроль речевой ситуации и самоконтроль говорящего над собственной речью, тем более вероятно появление эвфемизмов; *Фактор стиля*: существует стилистическая закрепленность эвфемизма за определенным стилем речи, выделяются эвфемизмы научного, официально-делового, публицистического стиля, художественной литературы, разговорно-обиходного стиля, внелитературной лексики; *Фактор социальной относительности*: "То, что в одной среде расценивается как эвфемизм, в другой среде может получать иные оценки"; *Фактор речевой культуры говорящего:* зависимость появления в речи эвфемизмов от того, носителем какого типа речевой культуры является говорящий. Существенен также *фактор социальный*: в разной социальной среде - неодинаковое представление о том, что «прилично» и «неприлично. «В этом смысле весьма примечательны различия между носителями литературного языка, с одной стороны, а, с другой, людьми, использующими в качестве основного или единственного средства местный диалект, городское просторечие, социальный жаргон и какие-либо еще подсистемы национального языка». [2]. И непосредственно *временной фактор*: "эвфемия - универсалия, как во временном, так и в пространственном плане", то есть функционирование языковой единицы как эвфемизма определяется временными рамками, и слова, использующиеся в качестве эвфемизмов, не остаются таковыми постоянно, происходит контаминация, "дисфемизация" эвфемизмов. Б.А. Ларин говорит о недолговечности эвфемизмов: существенным условием действенности эвфемизма является наличие недопустимого эквивалента, и как только это подразумеваемое выражение выходит из употребления, эвфемизм теряет облагораживающие свойства, переходя в разряд прямых наименований, и тогда требует новой замены . В связи с этим А. М. Кацев выделяет: стертые эвфемизмы (почти утратившие эвфемистическую функцию и по-прежнему употребляющиеся лишь в силу традиции); истинные эвфемизмы (продуктивные на данном историческом этапе,

обладающие большим эвфемистическим потенциалом); истинные эвфемизмы с дополнительным стилистическим эффектом (эвфемизмы, сочетающиеся с иронией и юмором).

Различными учеными территориальных диалектов давно замечено, что носители этих подсистем склонны прямо называть некоторые объекты и действия, относящиеся к анатомии и физиологии человека, к отношениям полов, употреблять специфическую лексику как в ее экспрессивной, так и в номинативной функции. Однако неверно было бы считать, что в этой социальной сфере нет потребности в эвфемизации речи. Напротив, и в диалектах, и в просторечии имеются весьма развитые «микросистемы» лексических средства, которые служат для эвфемистического обозначения табуируемых объектов, процессов, свойств.

В зависимости от ситуативных условий речи – от типа собеседника, тональности общения, его цели – и носители диалектов, и говорящие на просторечии, прибегая к эвфемистическим средствам, могут проявлять так называемую гиперкоррекцию: эвфемистической замене подвергаются даже те слова и обороты, которые в иной социальной среде (например, у носителей литературного языка) не оцениваются как "неприличные" и грубые.

Межкультурная коммуникация предполагает общение между представителями разных культур, в ходе которого по крайней мере один из участников может говорить на неродном языке. В современном мире, где английский язык прочно занял положение языка международного общения, часто оба участника коммуникации говорят на неродном языке, привнося в него собственные культурные нюансы. В связи с расширением межкультурных контактов возрастает потребность общества в специалистах различного профиля, владеющих иностранным языком. На первый план выступает необходимость вербального обеспечения межкультурной коммуникации (установление личных контактов, ведение телефонных разговоров, обмен корреспонденцией, проведение презентаций, совещаний и собраний, переговоров, участие в конференциях и семинарах). Язык – главный выразитель самобытности культуры – одновременно является и главным посредником в межкультурном коммуникационном процессе.

Вместе с тем успешная межкультурная коммуникация предполагает наряду с владением иностранным языком еще и умение адекватно интерпретировать коммуникативное поведение представителя иносоциума, а также готовность участников общения к восприятию другой формы коммуникативного поведения, пониманию его различий и варьирования от культуры к культуре. Стратегия сближения инокультурных знаний направлена на предотвращение не только смысловых, но и культурных сбоев в коммуникации.

Здесь главная проблема – проблема *понимания.* При ее решении следует помнить, что язык – только инструмент для передачи форм речевого поведения, он лишь создает среду для межкультурной коммуникации. Понимание в межкультурной коммуникации – сложный процесс интерпретации, который зависит от комплекса как собственно языковых, так и неязыковых факторов. Для достижения понимания в межкультурной коммуникации ее участники должны не просто владеть грамматикой и лексикой того или иного языка, но знать культурный компонент значения слова, реалии чужой культуры.

Таким образом, мы рассмотрели временной и частично другие факторы существования эвфемизмов в речи. Можно сказать о том, что эвфемизмы чувствительны к экономической, политической ситуации. Очень важную роль играет отношение общества к конкретному предмету речи. При изменении отношения к какому-либо (негативному с точки зрения говорящего) явлению действительности, меняется средство его вуалирования. Для всех социальных групп характерен процесс эвфемизации. Но при этом он по-разному проявляет себя в зависимости от образованности и владения литературными нормами языка.

УДК 81’374.81

А.С.ШПИРУК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии М. В. Гуль

ПРОБЛЕМА КЛАССИФИКАЦИИ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ СЛОВАРЕЙ

Все словари делятся на лингвистические и энциклопедические (содержат справочные данные о тех или иных реалиях).

Лингвистический словарь – это словарь, который разъясняет употребление и значения слова, а также объектом описания такого словаря являются языковые единицы.

Лингвистическая терминология – неотъемлемая и основная часть метаязыка лингвистики (специального языка, при помощи которого описываются свойства естественного языка, выступающего как язык-объект).

Терминология лингвистическая также является совокупностью слов и словосочетаний, которые употребляются в языкознании для выражения специальных понятий и для названия типичных объектов данной научной деятельности.

Словарь лингвистических терминов – разновидность терминологических словарей.

Наличие словарей лингвистических терминов следует рассматривать как обязательное условие дальнейшего развития науковедческого подхода к изучению терминологии языкознания.

Современная лексикографическая практика предоставляет целый ряд примеров словарного представления лингвистической терминологии. Имеющиеся словари различаются как составом словника (то есть выбираемой областью описания), так и структурой словарной статьи, которая определяет способ подачи словарного материала.

По *типу словника* лингвистические словари делятся на:

Общелингвистические (охватывают все лингвистические области или по крайней мере их большинство);

Частнолингвистические/специализированные (посвящены конкретной лингвистической теории или лингвистической дисциплине).

Ведущей тенденцией лингвистической лексикографии является увеличение числа частнолингвистических словарей.

По способу организации словарного материала словари лингвистических терминов делятся на:

Тезаурусы (определяющие семантические отношения между терминами в виде указаний на синоним, область употребления и т.д.);

Собственно словари (алфавитные или тематические списки терминов).

По степени информативности словарной статьи словари лингвистических терминов делятся на:

Объяснительные;

Глоссарии (не содержат подробную информацию);

Номенклатурные (словники не сопровождаются какой-либо информацией).

По способу толкования объяснительные словари делятся на:

Толковые (объясняют термин с помощью дефиниции и несколько примеров);

Энциклопедические (содержат историю термина, иллюстрации, одно или несколько толкований, библиографию).

Словари также могут быть одноязычными и многоязычными (в основном это двуязычные словари). Одноязычные словари служат нам для освоения родного языка, а многоязычные для понимания чужих языков. К одноязычным словарям относятся: словари синонимов, антонимов, паронимов, омонимов, иностранных слов, а также фразеологические, орфоэпические, морфемные, словообразовательные, орфографические, этимологические словари. В каждом словаре имеется предисловие, объясняющее, как пользоваться словарем. Лексикографы занимаются

составлением словарей языка писателей, например, «Словарь языка Пушкина», «Слоўнік мовы Янкі Купалы».

Проанализируем два лингвистических словаря (русскоязычный и англоязычный) по следующей схеме:

Экстралингвистическая информация о словаре: авторы, редакторы словаря, издательство год издания;

Тип лингвистического словаря;

Мегаструктура словаря (основные компоненты);

Макроструктура словаря (единицы, которые входят в реестр; способ организации реестра; количество словарных статей);

Микроструктура словаря (основные компоненты словарной статьи);

Пример словарной статьи.

«Словарь лингвистических терминов»

1) Автор словаря: О.С. Ахманова; редакторы И.К. Сазонова, Т.А. Ганиева, К.В. Виноградова, Т.А. Пичугина; издательство: Советская Энциклопедия, Москва, 1966 г.;

2) Термины всех лингвистических дисциплин;

3) Мегаструктура словаря: предисловие, список использованных словарей, о построении словаря, список сокращений, корпус словаря, указатель основных английских переводов, основная терминология метрики и поэтики, список словарей, использованных в приложении;

4) Макроструктура словаря: алфавитный, 7 тысяч терминов, реестр состоит из слов;

5) Микроструктура словаря: перевод терминов, толкование, иллюстрации их употребления и лримеры;

6) АНАЛОГ *англ.* analogue. Слово одного языка, соответствующее семантически, этимологически, морфологически и т.п. слову другого, а Аналог *англ* influence – *русск* влияние [1, с. 43].

Oxford Advanced Learner’s Dictionary (new 8th edition)

Издательство: Oxford University Press, год издания: 2010, под редакцией: Joanna Turnbull;

Лексемный, семантический, толковый, общей лексики;

Мегаструктура словаря: abbreviations, symbols and labels used in the dictionary, foreword key to dictionary entries, numbers, the dictionary, Oxford Writing Tutor, Visual Vocabulary Builder, Reference Section;

Макроструктура: алфавитный, 184500 словарных статьей, реестр состоит из слов, предложений, словосочетаний;

Микроструктура: транскрипция, толкование, сочетания слов, грамматика, синонимы, использование;

fluent [ˈfluːənt] *adj*. **1~ (in sth)** able to speak, read or write a language, expecially a foreign language, easily and well: *She’s fluent in Polish*. A ***fluent***

speaker/reader **2** (of a language, especially a foreign language) expressed easily and well: *He speaks fluent Italian.* **3** (of an action) done in a smooth and skillful way: *fluent handwriting, fluent movements* – **fluently** *adv.* [2, стр. 596].

Так как вышеописанные лингвистические словари относятся к разным периодам, и отличаются по типу и языку, принцип построения словарной статьи у них неодинаковый. Второй словарь охватывает практически всю общую лексику и является более полным; он рассматривает слово со всех сторон (фонетика, морфология, семантика).

Последние десятилетия характеризируются необычайным подъемом лексикографической деятельности и выпуском большого количества словарей. Это является следствием изменения жизни общества, расширения международных связей, внедрения компьютерных технологий, что привело к значительным изменениям в словарном составе (как русского, так и английского) языка. Языковые изменения следует фиксировать в лингвистических словарях. Появление различных типов лингвистических словарей является следствием развития языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – Советская энциклопедия, 1966. – 576 с.

2. Oxford Advanced Learner’s Dictionary (new 8th edition). – Oxford University Press, 2010. – 1888 с.

УДК 003.292

С. В. ЯРМОЛЮК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. А. Тарасевич, кандидат филологических наук, доцент

СУЩНОСТЬ ЯЗЫКОВОГО ЗНАКА

Современная лингвистика оперирует термином «знак» в отношении языковых единиц. Однако существует несколько пониманий и определений знака. Для понимания сущности проблемы следует рассмотреть наиболее распространенные отечественные и зарубежные подходы к определению языкового знака, или в общем знака. Наиболее распространенными теориями знака являются унилатеральная (односторонняя) и билатеральная (двусторонняя). Основной подход унилатеральной теории заключается в мысли, что знаком признается только акустический образ, а именно материальная оболочка, материальное выражение. То есть необходимо

последовательно разграничивать знак и его значение, считая знаком только звукоряд. Билатеральная теория рассматривает знак как материально-идеальную сущность, которая обладает планом выражения и планом содержания. В значение входит мысленный образ, в котором и заключено понятие. Сторонники билатеральной теории считают, что знак может быть языковым только тогда, когда тот или иной элемент является “говорящим коллективом” в том смысле, что обладает значением, проще – содержанием.

Чарльз Пирс, как философ и логик и один из основоположников семиотики, писал:” Знак – это нечто, представляющее что-то перед кем-то в некотором отношении.” Он разработал “треугольную модель знаковой деятельности человека”, где есть три основных элемента: репрезентамен – форма, принятая знаком, интерпретанта – смысл, полученный из знака, объект – предмет, на который знак ссылается. Он акцентировал внимание на том, что мысль является главным, если не единственным, способом репрезентации. Дальше Ч. Пирс произвел классификацию знаков на категории. Следует заметить, что знак им рассматривался в призме всех известных на то время знаковых систем, включая и язык.

Чарльз Уильям Моррис в свою очередь в статье “Теория Основания Знаков” рассматривает знак через три основных раздела семиотики: семантика (отношение знака к объекту), прагматика (отношение знака к субъекту), синтаксис (отношение знаков между собой). В ходе своей мысли он выделяет три компонента троичного отношения семиозиса (процесс порождения речи в семиотике): знаковое средство, интерпретатор, десигнат (означаемое, концепт). Он также утверждает, что языковой знак является социально обусловленным, что совершенно прямо указывает на бессмысленность существования языковой знаковой системы вне социальной реальности. Моррис пытался, как он сам писал, “наметить контуры науки о знаках”.

Американский логик и философ, Кларенс Ирвинг Льюис, в начале своей статьи “Виды Значения” заявил, что значение передается рядами письменных знаков или звуков и также, что значение слов представляется еще до их появления в языковом выражении. Языковые выражения он делит на термины и функциональные пропозиции (конкретная мысль, выраженная в предложении, то, что в нем обозначается, часть содержательной структуры смысла предложения, которая информирует о фрагменте реального или вымышленного мира, о событии, представленном в предложении, «положении дел» в реальном мире). Следует отметить, что сами пропозиции могут являться терминами, но ни в коем случае не наоборот. Термин – это выражение, которое называет вещь или группу вещей того или иного рода, реальных или воображаемых, или приложимо к этим вещам. Пропозиция в свою очередь является термином, способным сигнифицировать состояние дел.

Фердинанд Де Соссюр, швейцарский лингвист, указывал на то, что единица языка есть нечто двойственное. Так как Ф. Де Соссюр непосредственно рассматривал конкретно языковой знак, он сформулировал сущность языкового знака весьма точно: языковой знак есть двусторонняя психическая сущность, которая состоит из акустического образа и понятия. К тому же, он пишет, что акустический образ называют материальным лишь в целях противопоставления второму члену ассоциативной пары – более абстрактному компоненту.

Кратко упомянув широко распространенные суждения о понятии знака, в том числе и языкового, в контексте всех знаковых систем, появляется необходимость более конкретного суждения о том, какие языковые единицы будет целесообразно считать языковыми знаками?

Во-первых, следует обратить внимание на то, что этот вопрос является дискуссионным, так как лингвистическое сообщество делится на три основные группы: первая группа считает языковым знаком слово, вторая приходит к рассмотрению двусторонних единиц языка, таких как морфема, словосочетание, предложение, в качестве языковых знаков и наконец третья группа именует знаками также и фонемы, хотя рациональным замечанием будет то, что за ними в действительности значения нет. Ведь понятие *“sister”* никаким образом не связано внутренним отношением с последовательностью звуков.

У некоторых ученых в качестве аргументов выступают понятия звукоподражаний и междометий. Чарльз Моррис не провел разницы между произвольными выкриками и частицами речи, которые хотя и произносятся фонетически одинаково, имеют совсем разные сущности. Справедливо будет заметить, что эти два “раздела” языка составляют наименьший процент от всех слов в языке. Определенная часть звукоподражаний развилась в результате фонетической эволюции в слова, а такие примеры как “тик-так” вряд ли могут считаться языковыми знаками, если мы принимаем во внимание то, что языковой знак социально обусловлен.

Междометия рассматриваются некоторыми лингвистами, как что-то продиктованное самой природой. В этом случае стоит рассмотреть пример с междометием “Ай”. В ситуации, когда человек получил ожег и выкрикивает “Ай” не задействуется языковая система. Это всего лишь рефлексивная реакция, которую можно сравнить с криком лошади, когда ее бьют хлыстом сильнее чем нужно. Однако, если человек произносит тот же фонетический кластер в предложении “Ай, да ну вас Андрей Игоревич.” тогда тут это выступает действительно в роли языкового знака, так как несет в себе смысловую нагрузку. Верным замечанием будет то, что всегда есть редкие исключения из общих тенденций. И все же, следует неоспоримый

вывод о том, что минимальной языковой единицей, связанной с каким-либо концептом, является слово.

Естественно то, что последующим вопросом становится определение устройства языкового знака. Начнем с того, что у любого языкового знака есть акустический образ, но нельзя не добавить, что это не просто не материальное звучание, а как писал Фердинанд Де Соссюр, “психический отпечаток звучания, представление, получаемое о языковом знаке с помощью наших органов чувств.” За этим образом находится интерпретанта, то есть смысл, который несет в себе знак, учитывая контекст послания. Важно напомнить, что знак может содержать в себе целую сеть интерпретант. Термин “значение” сознательно не используется в этой статье, так как даже Чарльз Моррис уточнял, что этот термин сам по себе не способен различать разницу между десигнатом (концептом), денотатом (объектом референции), и иногда интерпретантой. Итак, языковой знак имеет акустический образ, за ним интерпретанту, которая согласно рациональному мышлению направлена к общему концепту, который Моррис назвал десигнатом. Последний компонент как бы закладывает основы общего понимания для интепретатора, то есть его способность оперировать сетью интепретант.

Для более точного осознания сущности языкового знака следует перечислить те его характеристики, которые и формируют суть:

- знак социально обусловлен. Для существования языкового знака нужно общество, которое обладает общим концептом, проще, условным значением, которое естественно и формирует основу знака.

- Троичность языкового знака. Возможна мысль, что понимание языкового знака как акустического образа и понятия будет достаточным, но если развивать мысль понятия, то оно обладает изначальным объектом. Многие абстрактные объекты несут в себе не просто обобщенный смысл, но сеть интерпретант, формирующих их десигнат.

- Существование языкового знака невозможно при отсутствии одного из трех компонентов.

- Каждый языковой знак обладает условным значением, которое может обладать неограниченным количеством интерпретант.

- Произвольность языкового знака. Интерпретанты и десигнат не определяют акустический образ, а последний в свою очередь первое.

- Десигнат, то есть концепт, представляется еще до появления в языковом выражении.

- Языковой знак не способен отдельно существовать вне всего множества знаков языка.

На основании рассмотренных аспектов можно констатировать, что явление языкового знака имеет достаточно сложную структуру и не ограничивается только планом содержания и планом выражения. Языковой

знак – это социально обусловленный концепт с сетью интепретант, представленный в форме акустического образа, как психического отпечатка звучания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алефиренко, Н. Ф. Современные Проблемы Науки О Языке: учеб. пособие / Н. Ф. Алефиренко – М. : Флинта : Наука, 2005. – 416с.

2. Моррис, Ч. У. Основания Теории Знаков / Ч. У. Моррис // Семиотика : сб. пер. / Ч. У. Моррис; под ред. Ю. С. Степанова. – М. : Радуга, 1982. – С. 37 – 89.

3. Пирс, Ч. С., Избранные Философские Произведения: пер. с англ. / Ч. С. Пирс; пер. К. Голубович [и др.]. – М. : Логос, 2000. – 448с.

ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ЛИТЕРАТУРОВЕДЕНИЯ

УДК 821.11.09

Б. Н. АТАЕВ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии Ю. А. Тищенко

РОМАН ДАНИЭЛЯ ДЕФО «РОБИНЗОН КРУЗО» КАК ОТРАЖЕНИЕ ПРОСВЕТИТЕЛЬСКОГО ИДЕАЛА ЧЕЛОВЕКА

XVIII век взбудоражил европейское сообщество возникновением новой эпохи в истории человечества – эпохи Просвещения. Этот период ознаменовал перелом в сознании людей и положил начало веры в человеческий разум, вызвав тем самым пересмотр интеллектуальных ценностей. Просвещение являло собой философию, которая стремилась избавить человека от религиозных суеверий, освободить общество от политической тирании и поднять флаг гуманности над головами людей.

Вольтер, будучи одним из идеологов этой эпохи, кратко выразил надежды просветителей следующим образом: «Однажды все станет лучше – вот наша надежда». Вольтер и его соратники никогда не ставили прогресс обособленно от человека, наоборот, они верили, что прогресс невозможен

без конструктивно-критического применения людского разума. Эти идеи вдохновили еще одного идеологического покровителя Просвещения Жана Жака Руссо. «Человек по натуре своей добр и лишь общество делает его плохим» – писал Руссо в своем социально-философском трактате «Рассуждение о нравственности». Идеи эпохи Просвещения распространялись со скоростью ветра и вскоре вся Европа начала «дышать» ими. Романы, очерки, научные статьи, воспевающие веру в человеческие способности и всемогущество, заполонили книжные лавки, люди обсуждали то, о чем раньше боялись и подумать. Так начался новый период жизни человечества, поместивший человека во главу стола.

Роман Даниэля Дефо «Робинзон Крузо» – прообраз новейшего европейского романа. В нем сочетаются сразу несколько будущих прозаических жанров: автобиографический роман, роман воспоминания, а также политический трактат. К созданию «Робинзона» Дефо побудили разные обстоятельства: желание обобщить свой жизненный опыт, подлинная история шотландца Александра Сеякирка, который четыре года провел на необитаемом острове в Тихом океане, чтение религиозной литературы. Роман ценен тем, что в нем ярко отражается исторический перелом в сознании английского буржуа. Стоит Робинзону столкнуться с чем-то неожиданным, странным, он тут же готов объяснить непонятное явление вмешательством провидения, хотя вскоре разум одерживает верх. Так, например, увидев взошедшие на острове колосья ячменя и пшеницы, он упал на колени, но затем вспомнил, что сам вытряс семена.

«Робинзон Крузо» преисполнен величайшего оптимизма, проникнут верой в безграничные возможности человека. Это типично просветительский роман. Поэтому Дефо сознательно изменяет некоторые черты истории различных прототипов Робинзона в жизни. Многие из них, пробыв в одиночестве сравнительно недолгое время, одичали, забыли свой язык. Однако герой Дефо после 28-летнего пребывания на острове становится умнее, культурнее. Он непрерывно совершенствует свои знания, тренирует свой ум, память. Робинзон делает попытку перенести европейскую цивилизацию на необитаемый остров. Ему стоит больших трудов окружить себя предметами первой необходимости, каждый пустяк требует от него гигантского напряжения и невероятной изобретательности, но он не ходит нагой и не прикрывается лохмотьями, он одет и обут, над головой у него соломенный зонтик, его жилище обставлено со своеобразным комфортом. Герой Дефо преисполнен величайшего самоуважения, сознания своего человеческого достоинства [1, с. 5].

Дефо выстраивает в своем романе типично просветительскую концепцию истории человеческого общества. Жизнь Робинзона на острове – это путь человечества от варварства к цивилизации, данный в миниатюре, показанной на

судьбе отдельного индивида. Сначала Робинзон – беспомощный дикарь, затем – охотник, потом – скотовод, земледелец. Когда же на остров попадает еще несколько человек, колония, основанная Робинзоном, начинает напоминать государство в духе просветителей – оно основано на договоренных началах, ему присущи черты буржуазного государства – разделение труда, религия, выборное правление.

История жизни героя Дефо, его борьбы и приключений и сейчас покоряет многие сердца, будит мысль, захватывает воображение. Роман воспевает победу человека над природой, его неутолимый творческий труд, преисполненный любви к жизни и веры в нее. Главная причина успеха романа «Робинзон Крузо» заключалась в том, что впервые в английской литературе центральным героем книги стал рядовой английский буржуа XVIII века. Человек громадной веры и неистощимой энергии, Робинзон никогда не унывает, не падает духом, старается из всякого положения найти выход. Для читателей Робинзон предстает как творец, труженик, смело борющийся с враждебной ему природой и побеждающий ее силой своего разума, неистощимой энергии и предприимчивости, вызывая неизменные симпатии читателя. Этот образ снискал бессмертную славу своему создателю и остался жить в веках. Читатель восхищается Робинзоном, поэтическими и трогательными кажутся те эпизоды, где Робинзон обжигает глиняные горшки, изобретает пугала, приручает козлят, жарит первый кусок мяса. Мы видим, как легкомысленный и своевольный юноша превращается, под влиянием труда, в закаленного, смелого, бесстрашного мужчину, что, конечно же, имеет большое воспитательное значение. Роман Дефо является величественным гимном труду. Ж. Ж. Руссо в философском романе «Эмиль» назвал книгу Дефо «удальнейшим трактатом о естественном воспитании» и рекомендовал ее мальчикам для первого прочтения [2, с. 86].

Когда в обиходе упоминают имя Робинзон, то обычно имеют в виду человека на необитаемом острове или одинокого человека, отрезанного от мира. В ситуации Робинзона можно выделить постоянно осязаемую романтику обстоятельств. Суровую поэзию, которая возбуждает острое чувство сопричастности всему, что делает Робинзона, превращая поначалу в целях сохранения, а затем и самоутверждения остров Отчаяния в остров Надежды. Эти цели в чуждых и в то же самое время каждому человеку знакомых ситуациях, требуют от Робинзона совершенной сосредоточенности всех его духовных и физических сил, вдохновенности мысли и деяния, широкого и трудового взгляда, точного расчета, и деловитости. Переживаниям Робинзона чужды вялость, аморфность, неопределенность, – напротив, они полны живой силы и остроты, каждое мгновение для него – насыщенная смыслом реальность.

Есть нечто в характере Робинзона, что позволило ему выдержать испытание одиночеством на необитаемом острове и не утратить тягу к людям, потребность социального общения. Робинзон – производное демократической сферы, в его характере отражен опыт трудового люда и концепция человека, свойственная демократической мысли эпохи Просвещения. «Как ни тягостны были мои размышления, рассудок мой начинал мал-помалу брать верх над отчаянием» [1, с. 54]. Здесь видна существенная устремленность духа Робинзона и его точка опоры: чувство действительности, трезвая оценка обстоятельств, сознание того, что если человек, переживший катастрофу, уцелел, то ему надо искать достойный выход из любого тягостного положения.

«Горький опыт человека, изведавшего худшее несчастье на земле, показывает, что у нас всегда найдется какое-нибудь утешение, которое в счете наших бед и благ следует записать в графу прихода» [1, с. 297]. Взятый отвлеченно вывод рассудительных рассуждений Робинзона может побудить человека бороться с любым несчастьем и злом, хотя и в самом деле «во всяком зле нужно найти добро», как говорит тот, же Робинзон и пословица «Нет худа без добра» выражает народную мудрость и сложность применения к жизни однозначных нравственных оценок.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дефо, Д. Робинзон Крузо. История подполковника Джека. / Д. Дефо. – Минск : Художественная литература, 1987. – 527 с.

2. Некрасова, М. А. Даниель Дефо. / М.А. Некрасова. – М.: Знание, 1960 – 325 с.

УДК 811.111-26

А. А. БЕЛЕЦКАЯ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии М. В. Гуль

ЛЕКСИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ МНОГОЗНАЧНОСТИ АНГЛИЙСКИХ ЛИТЕРАТУРОВЕДЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

Литературоведение занимает особое место среди гуманитарных наук, поскольку предметом его изучения является вид искусства – литература. Из этого следует, что литературоведческая терминология, в отличие от, например, технической или фармацевтической, обладает такими специфическими качествами, как использование терминов, относящихся к

другим наукам, наличие синонимии и многозначности. Многозначность литературоведческой терминологии может проявляться в семантической вариативности и полисемии.

Семантическая вариативность понимается как разное толкование значения одних и тех же терминов авторами разных литературоведческих словарей. В качестве примера семантической вариативности английских литературоведческих терминов можно привести толкование термина *allegory* ‘аллегория’ в разных англоязычных словарях. С одной стороны, этот термин может обозначать процесс (‘a description of one thing under the guise of another suggestively similar’ [1, с. 6]), с другой стороны – литературную форму (‘a story or visual image with a second distinct meaning partially hidden behind its literal or visible meaning’ [2, с. 5]). Оба толкования имеют право на существование, так как воплощают в себе более специфические понятийные оттенки, которые отражают процесс развития литературоведческой науки.

С другой стороны, многозначность литературоведческих терминов может проявляться в виде полисемии. Например, *epitaph* ‘эпитафия’ – это ‘a form of words in prose or verse suited for inscription on a tomb’ [2, с. 85]. Из этого следует, что эпитафия – это литературный жанр. Однако в Древней Греции под эпитафией понималась речь во время торжественных поминовений павших воинов.

Во второй половине XX века наблюдалась тенденция усиления развития семантической вариативности в системе английских литературоведческих терминов, что было обусловлено двумя факторами: 1) объективным (появление новых толкований терминов в связи с интенсивным развитием английского литературоведения и формированием в нем таких ответвлений как биографическое, культурно-историческое, психоаналитическое и т.д.); 2) субъективным (появление новых толкований терминов, в связи с индивидуальными научными предпочтениями авторов разных литературоведческих словарей).

Одним из специфических качеств литературоведческой терминологии, как отмечено выше, является использование терминов, относящихся к другим наукам. Наибольшее количество терминов заимствуется из лингвистики, семиотики и математики [3, с. 408]. Например, термин *catharsis* ‘катарсис’ (‘the effect of'purgation' or 'purification' achieved by tragic drama’ [2, с. 35]) с одной стороны, является термином медицины, психологии и философии, с другой стороны, принадлежит к системе терминов английского литературоведения.

Первоначально, термин *catharsis,* как заимствование из греческого языка (kathartikos ‘очищающий’) был зафиксирован в медицинской терминологии и являлся синонимом таких слов как *purgation, purifying*.

Затем, этот термин появился в известном трактате Аристотеля «Поэтика» (IV). Ведь, согласно учению Аристотеля, одной из задач искусства является безболезненное возбуждение ослабляющих аффектов, приводящее к катарсису, то есть к разряжению, в результате которого аффекты [на время] оказываются как бы удаленными из души.

В литературном языке главное номинативное значение термина *catharsis* связано с медициной: *purgation* ‘очищение’, и единое производное значение связаны с использованием этого слова в «Поэтике»: ‘purification of the emotions by vicarious experience, as through the drama’ [4, с. 505]. Заимствованные литературоведческие термины из других областей наук представляют собой межотраслевые омонимы.

Таким образом, можно сделать следующие выводы: 1) многозначность терминов является одной из особенностей английской литературоведческой науки; 2) дальнейшее развитие многозначности терминов литературоведения проявляется в виде семантической вариативности и полисемии; 3) многозначность литературоведческих терминов обусловлена как объективными, так и субъективными факторами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Scott, A. F. Current Literary Terms: A Concise Dictionary of Their Origin and Use / A. F. Scott. – London: Basingstoke; Macmillan, 1980. – 324 p.

2. Baldick, C. The Concise Oxford Dictionary of Literary Terms / C. Baldick. – Oxford: New York: Oxford University Press, 2001. – 291 p.

3. Тимофеев, Л. И. Словарь литературоведческих терминов / Л. И. Тимофеев, С. В. Тураев. – М. : Просвещение, 1974. – 509 с.

4. Oxford: The Shorter Oxford English Dictionary on Historical Principles / prep. Little W., Fowler H.W. and Coulson J. – 3d ed. – Vol. II. – Oxford : Clarendon Press, 1973. – 2672 p.

УДК 82.0

К. Н. ВЕРЕМЕЙЧУК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. А. Тарасевич, кандидат филологических наук, доцент

СЮРРЕАЛИЗМ – ЛИТЕРАТУРА КАК СОН

Сюрреализм – авангардистское течение 20-60-х годов двадцатого века в литературе, живописи, театре, кинематографе, зародившееся во Франции и распространившееся в странах Европы, США и Латинской Америки. Появление данного направления было вызвано мировоззренческим и

социальным кризисом конца 19 – начала 20 века в цивилизации и относится к феноменам, составляющим противовес позитивистской культуре, откуда и название, указывающее на обращенность к скрытой стороне действительности, которая недоступна непосредственному наблюдению, не поддается логическому осмыслению. Сюрреалисты призывали к освобождению, исцелению человеческого «Я», человеческого духа от бремени сциентизма, логики, разума, морали, государственности, традиционной эстетики, толкуемых ими как неудавшиеся, никчемные порождения буржуазной цивилизации, подчинивший с их помощью творческие ресурсы, потенциал человека. Подлинные истины бытия, с позиции сюрреалистов, заключены в области бессознательного, и искусство ставит своей целью вывести их оттуда, изобразить в своих произведениях. Художник должен опираться на какой-либо опыт бессознательного выражения духа: сновидения, галлюцинации, бред, не имеющие конкретных связей воспоминания из младенчества, мистические видения, – все то, что кажется человеку бессмыслицей, которую он не способен объяснить. Основа творческого литературного направления, по определению А. Бретона, главы французского сюрреализма, – «чистый психический автоматизм, имеющий целью выразить устно или письменно, или любым другим способом реальное функционирование мысли. Диктовка мысли вне всякого контроля со стороны разума, вне каких бы то ни было эстетических или нравственных соображений... Сюрреализм основывается на вере в высшую реальность; на ассоциативных формах, до сих пор остававшихся без внимания; на всевластии мечты, на неутилитарной игре мысли. Он стремится разрушить другие психические механизмы и занять их место для решения важнейших жизненных проблем...» [1] Приведем примеры наиболее известных сюрреалистических работ: «*Огонь радости*» (Луи Арагон), «*Свет земли*» «*Седовласый револьвер*», «*Дух воды*» (Андре Бретон), «*Траур за траур*», «*Со всем имуществом*» (Робер Деснос), «*Смерть от бессмертия*», «*Столица боли*», «*Сама жизнь*» (Поль Элюар), «*Небесный триктрак*», «*Пуповина лимба*» (Антонен Арто) [2].

Основные способы переоценки «основ мира» в сюрреализме:

1) осквернение ценностей традиционной культуры;

2) установление новых, в корне отличающихся от ранее существовавших связей между явлениями реальности, в том числе между элементами языка;

3) проведение эксперимента по «ясновидческому» проникновению в сущность бытия;

4) доведение чувственной реакции на реальность до степени, когда чувство обретает проницательность разума.

Данными способами определяются основные типы сюрреалистических произведений. Проанализируем, что представляет каждый из них.

Произведения первой группы представляют человека, иллюстрирующего отказ сюрреалистов от идеи антропоцентризма. Негативное изображение человека («античеловек») осуществляется при помощи приемов архаичного комизма, направленных на окарикатуривание и уничижение.

Главная задача второй группы текстов – критическая проверка и пересмотр связей между явлениями действительности с целью изменения взглядов на саму реальность. Здесь присутствуют «каталоги» неожиданных уподоблений, направленных на порождение новых смыслов: «*Почва – это Отечество*», «*Карандаш для бровей – это красота*».

Особое внимание сюрреалистов уделяется языку. В мини-жанрах «словесной игры» логические связи между словами заменяются омонимическими, анаграммными, паронимическими выражениями, что содействует формированию непредсказуемых значений – языковой «сюрреальности».

Тексты третьей группы предполагают сновиденчески и мистически окрашенные картины, цель которых лежит в возобновлении истинного облика мира и введение читателя/зрителя в состояние освобожденного от шаблонов восприятия, навязанных разумом, видения. В таких репрезентациях вполне реальные предметы соединены фантастически, вопреки логике, хотя фантастикой, выдумкой свои видения сюрреалисты никогда не признавали, выдавая их за озарения, едва ли не откровение *(«мир воссоздается заново, а разум утрачивается»*).

Четвертая группа – чувственные тексты, направленные на выражение внутреннего мира автора, делая его чувства (зачастую любовные) средством познания. В данном случае действует принцип литании: конкретное чувство демонстрируется бесконечным рядом образов и репрезентативных картин.

Интересной особенностью таких произведений является то, что они завершаются формально, но не завершаются содержательно. Сюрреализм по большей мере явление созидательное, создающее противовес «индустриальной, утилитарной пустыни рационалистической цивилизации» «новую, религиозную святыню», основанную на «свободе, любви и поэзии». Деятельность сюрреалистов, однако, не привела в конечном итоге к духовному перевороту в цивилизации, «сюрреалистическая революция» разделила судьбу всех революций, придя в результате к тому, против чего она выступала, – к позитивистскому взгляду на мир.

Если же мы возьмем во внимание эстетический аспект, то здесь сюрреализм никоим образом нельзя назвать неудачей. Имеющий связь с различными явлениями предыдущих литературных направлений, народным творчеством, средневековой словесностью, с литературой Ренессанса, барокко, сюрреализм выступает продолжателем различных традиций. Именно сюрреалисты окончательно утвердили поэзию в прозаической форме, сюрреализму многим обязаны такие более поздние феномены, как литература экзистенциализма и «новый театр» [3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Эстетика и теория искусства XX века. Хрестоматия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://docplayer.ru/38123093-Andre-breton-manifest-syurrealizma.html – Дата доступа: 24.02.2019.

2. Пинковский, В. И. Сюрреализм. Знания. Понимание. Умение. / В. И. Пинковский. – М.: Наука, 2008. – С. 250.

3. Сюрреализм [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.litdic.ru/syurrealizm/ – Дата доступа: 24.02.2019.

УДК 811.111'38

Т. Н. ВЫШИНСКАЯ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии А. Е. Саиди

СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ ИРОНИИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ

В современной науке о языке затрагиваются различные аспекты категории комического. Значимость комического для искусства и литературы трудно переоценить: смех как грань сознания и поведения человека, во-первых, является выражением жизнерадостности, жизненных сил и энергии, при этом является неотъемлемым звеном доброжелательного общения. Во-вторых, смех – это форма неприятия и осуждения людьми того, что их окружает, насмешка над чем-либо, непосредственно-эмоциональная реакция на возникающие в процессе общения противоречия. Комическое, в свою очередь, имеет различные формы выражения, среди которых значительное место занимает ирония. Ею охотно пользуются в речи, ее легко улавливает интерпретатор литературного текста, но попытка раскрыть ее внутренний механизм зачастую сопряжена с затруднениями. Чтобы избежать проблем, связанных с особенностями интерпретации

иронического контекста, современная лингвистика предлагает рассматривать его на лексико-семантическом уровне, а именно проводить лингвистический анализ иронического контекста.

Существуют различные способы и приемы выражения иронии, из числа которых можно выделить как лингвистические, так и экстралингвистические (интонация – ударение, паузы, тембр, мелодика речи; кинетика – мимика, пантомима, жестикуляция). В данной работе мы остановимся на лингвистических средствах выражения иронии.

На лексико-семантическом уровне ирония создается организацией средств языка как в структуре авторского повествования, так и в речи персонажей, а иронически маркированные стилистические приемы способствуют созданию определенных оттенков модальности, т.е. выявляют отношение автора высказывания к факторам действительности. В этом случае ирония не столь прямолинейно реализует отношение контекстуального значения слова к предметно-логическому.

Критериями для отбора иронически маркированных стилистических средств выступают: 1) способность к созданию второго плана, контрастирующего с первым; 2) контраст между предметно-логическим и контекстуальным значением; 3) наличие эмоционально-оценочного компонента. Из данных критериев следует, что первостепенное значение уделяется созданию контрастности описываемых и реально существующих явлений. Далее обратимся к лингвистическим факторам реализации иронии в художественном тексте, используемым для создания контрастности и эмоционально-оценочного компонента.

Лингвистические средства выражения иронии классифицируются по признаку принадлежности к разнообразным уровням языка и делятся на *фонетические, морфологические, лексические, синтаксические и стилистические, реализуемые на уровне текста.*

Фонетический уровень наименее эффективен, в текстах он реализуется с помощью использования парономазии – стилистической фигуры, состоящей в комическом или образном сближении слов, которые вследствие сходства в звучании могут каламбурно использоваться в речи.

К *стилистическим* средствам образования иронии относятся гротеск, пародия, намеренное завышение или занижение стилевого фона, снижение стилей и регистров речи, использование патетической лексики и цитирование широко известных текстов.

Для *морфологического* уровня свойственны следующие средства реализации иронии: использование императива, использование глаголов акциональной семантики и использование глагольных рядов.

Кроме того, для реализации иронии в тексте также используются средства *лексического* (слово, словосочетание), а также *синтаксического*

уровня (обособленные синтаксические конструкции, транспозиция синтаксических конструкций). Как правило, в основе иронии лежит принцип речевого парадокса. В этом случае высказывание или ситуация включает противоречивые или несовместимые компоненты, которые, однако, при ближайшем рассмотрении могут являться правдивыми. Иными словами, парадокс – это утверждение, которое на первый взгляд является внутренне противоречивым или абсурдным, но на самом деле иронично описывает реально существующее положение дел.

Богатый текстовый материал для проведения лингвистического анализа иронического контекста представлен в творчестве Оскара Уайльда. Анализ лишь некоторых его произведений позволяет выделить следующие репрезентации иронии на лексическом уровне: каламбур, метафора, олицетворение, образное сравнение, оксюморон, гипербола, зевгма, аллюзия.

Рассмотрим некоторые случаи иронии и определим средства ее реализации.

Реализация *каламбура* основана на игре слов в заглавии пьесы «Как важно быть серьезным» (“The Importance of Being Earnest”). Наилучшим примером использования омофонов в данном случае является прилагательное “earnest”, имеющее значение “serious; determined”, которое перекликается со сходным по звучанию мужским именем Ernest, обладателю которого приписываются такие черты характера, как серьезность, важность, решительность, искренность.

Еще одной распространенной формой данного вида каламбура, основанного на омонимии, является комическое или ироническое изменение слова или устойчивого словосочетания (пословицы, поговорки, цитаты и т.д.) с целью придания им нового, нередко противоположного значения. Так, например, А. Монкриф, персонаж комедии О. Уайльда «Как важно быть серьезным», шутливо перефразирует выражение “Marriages are made in Heaven” (браки заключаются на небесах) на “Divorces are made in Heaven” (разводы совершаются на небесах), демонстрируя таким образом бытовавшие в светском обществе нравы.

Иронический эффект возникает и в результате контаминации частей двух разных слов. В комедии «Как важно быть серьезным» О. Уайльд создает существительное “womanthrope” (женоненавистник) по аналогии со словом “misanthrope”.

К игре слов относятся и многочисленные языковые парадоксы О. Уайльда. Парадокс – один из наиболее часто употребляемых стилистических приемов, используемый для создания насмешливого, иронического эффекта: A woman will flirt with anybody in the world as long as other people are looking on.

Еще одна группа стилистических средств создания иронического эффекта – деперсонализация и олицетворение. Данные разновидности метафоры широко используются в творчестве О. Уайльда. Насмешка в данном случае выражается при помощи сравнения, в котором люди уподобляются либо животным и птицам, либо неодушевленным предметам. Так, одна из дам аристократического общества в романе О. Уайльда «Портрет Дориана Грея» уподобляется павлину: She is a peacock in everything but beauty.

Из приведенных примеров очевидно, что богатая палитра используемых автором образных средств позволяет не только глубже проникнуть в его творческий замысел, почувствовать насмешку, выявить ее объект, но и способствует более полному раскрытию характеров, явлений, идей.

В. Н. КОТОВА
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Н. Н. Столярчук

ЖАНРОВО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОВЕСТИ ДЖЕКА ЛОНДОНА «БЕЛЫЙ КЛЫК»

Произведение Джека Лондона «Белый Клык» рассказывает историю жизни наполовину волка, наполовину собаки, родившегося в лесах Аляски во время Золотой лихорадки. Эта история о борьбе за жизнь в суровой реальности, несправедливости и о несокрушимом духе волка, в жилах которого текла и кровь собаки.

По жанру это повесть, то есть средний (между рассказом и романом) эпический жанр, в котором представлен ряд эпизодов из жизни героя (героев). По объему повесть больше рассказа и шире изображает действительность, рисуя цепь эпизодов, составляющих определенный период жизни главного персонажа, в ней больше событий и действующих лиц, однако, в отличие от романа, как правило, одна сюжетная линия. По мнению многих исследователей, «рассказ изображает одно событие из жизни героя, роман – целую жизнь, а повесть – ряд событий» [2].

Повествование начинается с описания окружающей обстановки, а именно ледяной пустыни: *“The land itself was a desolation, lifeless, without movement, so lone and cold that the spirit of it was not even that of sadness. It was the Wild, the savage, frozen-hearted Northland Wild. But there was life, abroad in the land and defiant”* [1]. Автор использует различные стилистические средства, среди них такие эпитеты, как *frozen-hearted, lone* и *defiant,* которые помогают читателю проникнуть в атмосферу произведения Джека Лондона.

Далее события приближаются к главным героям: Генри и Биллу. Из их разговоров мы понимаем, что в лесу они наткнулись на стаю волков и встретили интересную особь, которая оказалась одичавшей собакой. Или, как заметили герои, – ручным волком. *"Must be a tame wolf, I reckon"* [1].

Голод вынуждает волков преследовать людей на упряжке ездовых собак. Из-за собственного безрассудства Билла съедает волчья стая, а потом и всех собак, а Генри несколько дней подряд отчаянно предпринимает попытки защищаться, отбиваясь от хищников оставшимися от костра горячими углями. Когда силы на исходе, неожиданно приходит помощь. *"They remained in a circle about him and his fire, displaying an arrogance of possession that shook his courage born of the morning light"* [1].

Волчица является предметом соперничества двух самцов – Одноглазого и молодого вожака стаи. Между «соперниками» начинается борьба не на жизнь, а насмерть, и в этой битве побеждает старый волк по причине опытности. *"Though the grizzled old fellow could see only on one side, against the youth and vigour of the other he brought into play the wisdom of long years of experience"* [1].

Следует отметить, что абсолютно все герои этой книги «очеловечены», т.е. описаны так, как будто человеческие черты характера и чувства перенесены на поведение зверей. Но при этом произведение читается настолько гармонично, что безоговорочно начинаешь верить автору.

В итоге, Волчица и Одноглазый уходят из стаи на поиски подходящего места для логова. Через некоторое время волчица приносит потомство: пятерых волчат. *"Nevertheless, he made out, sheltering between her legs against the length of her body, five strange little bundles of life, very feeble, very helpless, making tiny whimpering noises, with eyes that did not open to the light"* [1].

Среди них сильно выделяется один волчонок – самый свирепый, похожий на своего отца, тем временем остальные детеныши пошли в мать. После особенно жестокой голодовки, из всего выводка в живых остается только он один. *"But he was, further, the fiercest of the litter. He could make a louder rasping growl than any of them. His tiny rages were much more terrible than theirs. It was he that first learned the trick of rolling a fellow-cub over with a cunning paw-stroke"* [1].

Спустя некоторое время в неравном бою с рысью Одноглазый погибает, и волчица остается одна с волчонком. Когда он наконец выбирается из пещеры, то там его ожидает удивительный мир, таящий в себе много скрытых опасностей и новых приключений. *"He was perpetually departing on yard-long adventures toward the cave's entrance, and as perpetually being driven back"* [1].

Волчонок развивается с поразительной быстротой. Он запоминает главный закон дикой природы – все живое в мире делится на тех, кто

охотится, и тех, на кого охотятся, и каждый день нужно прилагать все усилия, чтобы не оказаться в числе последних. *“Had the cub thought in man-fashion, he might have epitomized life as a voracious appetite and the world as a place where in ranged a multitude of appetites, pursuing and being pursued, hunting and being hunted, eating and being eaten, all in blindness and confusion, with violence and disorder, a chaos of gluttony and slaughter, ruled over by chance, merciless, planless, endless.”* [1].

Однажды волчонок натыкается на незнакомых существ – людей. На уровне инстинктов он осознал могущество человека. На помощь пришла разъяренная мать, в которой индейцы узнают свою собаку по кличке Кичи, сбежавшую год назад. Один из них – Серый Бобр – решает забрать волчонка с собой в поселение, и придумывает ему имя – Белый Клык. Так волчонок вместе с матерью находится вместе с индейцами в поселении, где учится принимать совершенно новые для него правила.

Люди представляются Белому Клыку «несомненными и вездесущими богами», и он не смеет противиться им, даже если они относятся к нему крайне несправедливо.

Белому Клыку поначалу сложно привыкнуть к жизни бок о бок с индейцами. Волчонку приходится постоянно отбиваться от местных собак, но никто из них не может тягаться с ним в силе, сообразительности и ловкости. После попытки вырваться на свободу молодой волк понимает, что успел привязаться к своему «хозяину» и становится ездовой собакой. В обмен на беспрекословное послушание он получает «общение с ним, покровительство, корм и тепло».

Когда молодому волку исполнилось 3 года, в поселении наступил голод и выжить он смог только благодаря охоте в лесу. Когда Серый Бобр узнал о золотой лихорадке, то направился в форт Юкон, где планировал торговать мехами, рукавицами и мокасинами. Здесь Белый Клык в первый раз увидел белых людей.

Красавчик Смит, он же начальник форта, постепенно спаивает Серого Бобра, с целью купить Белого Клыка. Так волк попадает в руки к злобному, трусливому, подлому человеку. Смит периодически его избивает, относится с особой жестокостью и стравливает Белого клыка с другими собаками в боях за деньги. Так в душе молодого волка зародилась ненависть к людям.

Испытанием, грозящим для Белого Клыка смертью, становится бой с английским бульдогом Чероки. Когда волк висит на волоске от смерти, за него заступается молодой парень, инженер Уидон Скотт. Разжав с большим трудом челюсти бульдога, он освобождает полумертвого пса и покупает его у Красавчика Смита.

Быстро восстановившись после последнего боя, Белый Клык сразу же принимается демонстрировать новому хозяину свой свирепый нрав. Скотт

жалеет пса, пострадавшего от людской жестокости. Он готов потратить немало сил и настойчивости, чтобы завоевать его доверие.

В тексте представлены прекрасные описания суровой природы Аляски. Все персонажи охарактеризованы достаточно точно. В тексте можно увидеть описание действий и эмоций, которые не могут совершать и испытывать животные, однако автор преподнес все настолько органично, что не возникает ощущения недосказанности или недопонимания.

Эта книга на примере главного героя (Белого Клыка) учит таким вечным жизненным ценностям, как дружба, преданность, сострадание и любовь. Читая это произведение, мы наблюдаем не просто за жизнью дикого животного, а за аллегорическим описанием становления великого человека, жизнь которого не всегда была легкой, на пути встречались трудности, но он не сломался, выстоял и смог сохранить в себе самые теплые чувства. И если бы не один неравнодушный человек, эти чувства просто бы не нашли выхода. У него нашлось терпение для воспитания из озлобленного и нелюдимого существа того, кто стал терпеливым, умеющим принимать любовь и ласку, и не боясь отдавать то же самое в ответ.

Таким образом, повесть, небольшое по объему произведение, позволяет проследить определенный период из жизни главного героя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. London, Jack. The White Fang / Jack London [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://linguabooster.com/ru/en/books/white-fang-17. – Дата доступа : 24.02.2019.

2. Повесть как прозаический жанр. Особенности повести как жанра [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.i-kiss.ru/rubrika/povest. – Дата доступа : 15.03.2019.

УДК 821.112.2

М. С. МАКСИМОВИЧ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики С. Н. Дягель

ВОПЛОЩЕНИЕ ИДЕЙ «БУРИ И НАТИСКА» В ДРАМЕ Ф. ШИЛЛЕРА «КОВАРСТВО И ЛЮБОВЬ»

60-80 гг. XVIII в. стали началом нового времени: в этот период активно развиваются и находят своих приверженцев новые идеи свободы и равенства, касающиеся в первую очередь непривилегированных слоев общества. В Германии реакцией на новые веяния стало литературное

течение «Буря и натиск» (*Sturm und Drang*). Свое название оно получило от одноименной драмы Ф. М. Клингера, ставшей манифестом нового движения. Это было протестное движение молодых поэтов, отвергавших нормативный подход, устоявшийся в классицизме. «Штюрмеры» вдохновлялись идеями Руссо об изначальном равенстве всех людей и выступали против существующих порядков в тогдашних феодальных немецких княжествах. Разум, справедливость и свобода – с ними были связаны главные устремления молодых литераторов. Главным литературным жанром «Бури и натиска» была драма, которая благодаря своему параболическому строению могла отразить глубочайший спектр эмоций и чувств, чтобы не оставить равнодушным ни одного читателя [1].

Фридрих Шиллер написал свои «штюрмерские» пьесы в то время, когда идеи «Бури и натиска» уже затухали. Его драмы «Разбойники» и «Коварство и любовь» стали самыми знаменитыми драматическими произведениями «Бури и натиска» и ознаменовали окончательное завершение литературной эпохи. Публикация первой «штюрмерской» пьесы Шиллера «Разбойники» в 1782 г. стала скандалом, молодого драматурга арестовали и запретили писать. Шиллеру пришлось бежать и, некоторое время скитаться по немецким городам. «Коварство и любовь» он начал писать еще до бегства и продолжил в изгнании. Пьеса были впервые поставлена в Мангеймском театре [2].

Драма «Коварство и любовь» изначально задумывалась Шиллером как бытовая пьеса, однако вызвала нешуточный резонанс в обществе, которое связало ее с политической ситуацией в стране. Действие пьесы разворачивается в Германии XVIII в., при дворе одного из немецких герцогов. Сын президента фон Вальтера Фердинанд влюблен в дочь простого придворного музыканта Луизу Миллер. Окружение молодых людей не принимает их чувства. Отец Луизы не верит в возможность брака аристократа с мещанкой. Отец Фердинанда уготовил для своего сына другую судьбу: он хочет женить его на леди Милфорд, фаворитке всесильного герцога, чтобы иметь возможность через нее влиять на герцога. На протяжении всей пьесы зритель гадает, что же придется выбрать Фердинанду, блестящую карьеру, которую уготовал ему отец, или любовь всей его жизни, Луизу? Т.е., что все-таки победит, коварство или любовь? Все эти противоречия в конечном итоге приводят к большой трагедии, которая уносит жизни двух влюбленных.

Реалистичность драмы является одним из элементов эстетической программы «Бури и натиска». Шиллер полностью отказался от стихотворной формы написания драмы, что было типично для классицистов, и привнес много жизненных красок в свое произведение, которые четко прослеживаются в диалогах главных героев. Так, например,

Шиллер наполнил речь своих персонажей живым, разговорным языком и даже грубыми выражениями.

Типичным для «Бури и натиска» было изображение бунтаря, в одиночку противостоящего несправедливому обществу. В этом смысле «Коварство и любовь» – типичная «штюрмерская» пьеса. Ключевой концепт драмы – противостояние. «*Wehren Sie sich, so gut Sie können*» (сражайтесь так сильно, как только можете) – эта фраза, сказанная одним из персонажей, стала своеобразным девизом произведения. И противостоять главным героям, а в частности Фердинанду, приходится не просто своему отцу. Он бросает вызов всему обществу, и установленным порядкам того времени. Они с Луизой одни, а тех, кто с ними не согласен много.

Герои пьесы выступают носителями разных жизненных принципов. Ключевой персонаж драмы Фердинанд – очень яркая личность, типичный «штюрмерский» гений. Его ничего не пугает, и ради любви он готов на все: «*Ich fürchte nichts – nichts – als die Grenzen deiner Liebe»* [3]. Отец Фердинанда напротив олицетворяет все пороки власти: имея власть, он не имеет чувств и души. В своих действиях он очень прагматичен. Привыкший управлять людьми, как марионетками, дергая за определенные рычаги, он уже не видит границ и, не меняя тактики, находит рычаги управления жизнью собственного сына. Не менее интересен в этой драме и такой персонаж как леди Милфорд, фаворитка герцога. С одной стороны, она дорогая игрушка герцога, прекрасная снаружи и пустая внутри. В то же время леди Милфорд – образованная особа, она не так глупа, как кажется. Живя в том мире, который был преподнесен ей в силу обстоятельств, она отлично разбирается в его жизненных принципах и является в пьесе, одним из главных обличителей абсолютизма. Она убийственно точно характеризует герцога: *«Er selbst ist nicht über die Ehre erhaben, aber er kann ihren Mund mit seinem Golde verstopfen»* [3]. Герцог далеко не благочестивый человек, но все свои тайны он скрывает большими суммами денег, которые в свою очередь являются отличным средством для борьбы с нежелательными слухами.

Противостояние героя системе заканчивается его поражением: гибнет Луиза, гибнет он сам. Драматическая развязка показывала зрителям и читателям, насколько были безнадежны и тщетны все попытки «штюрмеров» что-то изменить в устоявшихся порядках того времени.

Благодаря своей жизненной достоверности драма попала в нерв эпохи. Шиллер продумал все до мелочей: от социального статуса главных героев до их манеры поведения, словесных оборотов и даже жизненных условий. На примере двух контрастирующих семей автор вскрыл глубинные пороки абсолютистского общества, в частности острую проблему деления общества на сословия.

Драма Шиллера занимает уникальное место в истории немецкой и европейской литературы: несмотря на то, что написана она была давно, ее популярность с каждым годом не становится меньше. Конечно, политический подтекст пьесы для современной публики утратил свое значение. На первый план сегодня выходят взаимоотношения между главными героями этой трагедии. Примечательно то, что читателей не пугает ни сложный текст пьесы, ни странные порядки общества XVIII в. Можно констатировать, что драма Шиллера пережила эпоху «Бури и натиска» и стала вневременной классикой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Синило, Г. В. История немецкой литературы XVIIIв. / Г. В. Синило. – : Минск: «Вышэйшая школа», 2013. – 575 с.

2. Глазкова, Т. Ю. Немецкоязычная литература: учеб. пособие / Т. Ю. Глазкова. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 136 с.

3. Schiller, F. Kabale und Liebe. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.rulit.me/author/shiller-fridrih/kabale-und-liebe-get-225637.html. – Дата доступа: 20.03.2019

УДК 821.111

А. В. ОРЛОВА

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии М. В. Романюк

ФУНКЦИИ ИЛЛЮСТРАЦИЙ В СКАЗКАХ Б. ПОТТЕР

Б. Поттер – английская детская писательница и художник-иллюстратор. Путь Б. Поттер как писательницы и художницы начался в 1902 году, когда издатель Ф. Уорн напечатал «Сказку о Кролике Питере» (The Tale of Peter Rabbit).

За свою жизнь Б. Поттер издала 23 книги малого формата для детей. Ее книги примечательны тем, что на протяжении уже более чем полутора столетий они все еще остаются популярными. Остроумные и запоминающиеся истории Б. Поттер с участием знакомых всем диких и домашних животных очень просто доносят до читателей моральные уроки, которые из поколения в поколение остаются актуальными. Важно также заметить, что все иллюстрации к своим историям она рисовала сама.

С раннего детства Б. Поттер увлекалась рисованием. Ее родители поощряли ее увлечение, поэтому ее образование с первой гувернанткой включало рисование и живопись. Когда ей было двенадцать, у нее был свой

собственный учитель рисования. Поттер рисовала все вокруг нее, особенно пейзажи, здания, предметы, растения и животных. Ей также очень нравились сказки, и в ее детской комнате было много книг. Можно утверждать, что, развиваясь как художник, она объединила эти две ориентации: (научный) реализм и фантазию в своих работах, и это стало одной из определяющих черт ее стиля как автора детских книг. Принятый ею жанр «фантазия о животных» также может быть связан с ее интересом к животным и ее увлечением творческой литературой.

Во время работы над изданием своих книг Б. Поттер уделяла большое внимание не только формату книг, шрифту, но и иллюстрациям (цвет, размер, расположение), из чего можно сделать вывод, что они действительно играли важную роль в ее работах.

Художественная иллюстрация – важнейший элемент книги для детей, во многом определяющий ее художественную ценность, характер эмоционального воздействия, возможности использования ее в процессе эстетического воспитания читателей. Книжная иллюстрация помогает ребенку в познании мира, освоении нравственных ценностей, эстетических идеалов, углубляет восприятие литературного произведения. С иллюстрации начинается процесс выбора ребенком книги для чтения. Иллюстрация способствует пониманию ребенком литературного текста, формирует представление о его теме, идее, персонажах, содержит в себе оценку событий и героев литературного действия [3].

Многие исследователи выделяют несколько основных характеристик иллюстраций Б. Поттер: общий вид, обрамление, используемые материалы, цвет [3]. Общий вид включает в себя форму, размер, расположение иллюстраций и размещение текста; обрамление относится к границам вокруг иллюстраций (четкие, размытые); к материалам относят акварель, карандаш или перо и чернила. Цвета имеют несколько характеристик, например, насыщенность и тон [2, с. 89].

Расположение и особенности иллюстраций в большинстве книг Б. Поттер идентичны тем, что представлены в «Кролике Питере» (The Tale of Peter Rabbit, 1902), где каждый двойной разворот включает в себя цветную иллюстрацию на странице, напротив короткого отрывка текста на противоположной странице. Большинство иллюстраций – виньетки, то есть они не четко обозначены рамками, так как их края исчезают в окружающем их белом пространстве. Используемый материал – акварель, а цвета – ненасыщенные. Те же особенности можно найти в книгах *Squirrel Nutkin* (1903), *Benjamin Bunny* (1904), *Two Bad Mice* (1904), *Mr. Jeremy Fisher* (1905), *Mrs. Tiggy-Winkle* (1905), *Tom Kitten* (1907), *Jemima Puddle-Duck* (1908) и др.

Этот тип расположения иллюстраций и текста создает определенный темп чтения и концентрацию на тексте и рисунке на каждом двойном

развороте. Короткость текста, большое количество пустого пространства вокруг него и тот факт, что каждый отрывок имеет соответствующую иллюстрацию, подчеркивает важность того и другого, что побуждает читателей сделать паузу и внимательно их рассмотреть. Например, другой тип размещения, с использованием текста на всем двойном развороте, ускорит процесс чтения, и события не будут иметь такой значимости.

Тип используемых рамок может в определенной степени способствовать вовлечению читателя в историю. Общепризнанно, что четкие рамки создают у читателей чувство отрешенности, тогда как отсутствие рамок, наоборот, создает чувство причастности. Границы иллюстраций в выше перечисленных книгах размыты, плавно переходят в пустое пространство страниц. Создается впечатление, будто это окно в другой (отдельный) мир, но эффект отдаления не такой сильный, как тот, который достигается четкими границами, читатель может почувствовать себя участником происходящего. А ненасыщенная акварель создает впечатление мягкости, мечтательной и сказочной атмосферы.

Книги малого формата Б. Поттер по большей части рассчитаны на детей дошкольного возраста. Они особенно подходят для того, чтобы их читали вслух и слушали (доказательством служит, например, прием обращения к слушателю, частое употребление звукоподражаний).

Иллюстрации Б. Поттер определенным образом взаимодействуют с устным текстом напротив них. Существует несколько классификаций, но многие исследователи сходятся на двух основных типах взаимодействия: либо иллюстрации и текст предлагают приблизительно одну и ту же информацию, и поэтому они симметричны, либо они предлагают различную информацию и, таким образом, дополняют друг друга или же противоречат друг другу [2, с. 89-91].

Рассказы Б. Поттер, как правило, лаконичны и сдержанны. Драматические ситуации и чувства персонажей описаны в нескольких словах, и нет никакого излишка чувств, даже когда эти слова эмоционально заряжены. Например, «Кролик Питер» кратко описывается как: *most dreadfully frightened* ‘страшно напуганный’, а болезненная потеря яиц Джемаймы описывается в такой же лаконичной, почти сухой манере: *Unfortunately the puppies rushed in and gobbled up all the eggs before he could stop them. … Jemima Puddle-duck was escorted home in tears on account of those eggs* ‘К сожалению, щенки тут же влетели внутрь и проглотили все девять яиц раньше, чем он успел их остановить… В слезах Джемайму Паддл-Дак проводили домой’. Иллюстрации иногда компенсируют эту сжатость, показывая выражения лиц, жесты и позы персонажей.

Описания также довольно кратки, а иллюстрации снова заполняют пробелы, предоставляя читателю больше деталей. Например: *This is what those*

little rabbits saw round that corner! 'Вот что увидели маленькие кролики за углом!' и далее никакого текстового описания того, что они могли увидеть, но на странице напротив иллюстрация с кошкой, лежащей на лужайке.

В большинстве случаев иллюстрации и текст в книгах Б. Поттер симметричны, но в вышеперечисленных примерах мы наблюдаем, как иллюстрации предоставляют больше деталей и помогают раскрыть то, что не было в полной мере раскрыто через текст.

Таким образом, не трудно убедиться, что иллюстрации играют большую роль в образном восприятии текста. С помощью иллюстраций автор доносит свое видение ситуаций описанных текстом и тем самым дополняет его. Без них многие идеи не смогли бы быть раскрыты, а некоторые текстовые отрывки потеряли бы смысл. Иллюстрации также не просто украшают книгу, но задают ее общую атмосферу. От них зависят темп чтения и концентрация на тексте, степень вовлеченности читателя в историю и отождествления себя с персонажами.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Cocargeanu, D. M. Children's Literature across Space and Time. The Challenges of Translating. Beatrix Potter's Tales into Romanian : Thesis… PhD / D. M. Cocargeanu ; School of Applied Language and Intercultural Studies, Dublin City University, 2015. – 288 p.

2. Долгиерова, Л. В. Особенности иллюстраций в детской книге [Электронный ресурс] / Л. В. Долгиерова. – Режим доступа: https://nsportal.ru/detskiy-sad/raznoe/2015/06/16/osobennosti-illyustratsiy-v-detskoy-knige. – Дата доступа: 08.03.19.

УДК 811.11-821

А. Н. ПОЛЮХОВИЧ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Н. Н. Столярчук

СИСТЕМА ОБРАЗОВ В СКАЗКЕ ДЖЕЙМСА ТЕРБЕРА «ЕДИНОРОГ В САДУ»

Джеймс Тербер создал уникальный несуществующий мир в сказке «Единорог в саду». Этот вымышленный мир наполнен образами, которые помогают изучить авторское понимание жизни и ее закономерностей.

Художественное произведение отображает образную систему, отдельный образ которой занимает определенное место, при этом взаимодействует с прочими образами.

Система образов – комплекс литературных героев в художественном произведении, их взаимодействие, а также их роль в сюжете произведения и раскрытии авторского замысла.

В сказке «Единорог в саду» были выделены следующие образы:

образы-детали: статичные описательные фрагментарные образы.

“Once upon a sunny morning a man who sat in a breakfast nook looked up from his scrambled eggs” [1].

образы-события: динамические моменты, развернутые во времени, связующие предметные подробности. К данным образам можно отнести следующие: *“a white unicorn with a golden horn quietly cropping the roses in the garden”, “he was browsing among the tulips”, “he pulled up a lily and gave it to him. The unicorn ate it gravely”* [1].

образы характеров и обстоятельств: герои в коллизиях и конфликтах.

В сказке Джеймса Тербера в роли противостоящих образов выступают женщина и мужчина. Мужчина желает поделиться своей радостью встречи с единорогом, в то время как жена подозревает его в сумасшествии: *“She opened one unfriendly eye and looked at him”*, “*The man, who had never liked the words "booby" and "booby-hatch," and who liked them even less on a shining morning when there was a unicorn in the garden, thought for a moment”* [1].

образ автора: способ авторского присутствия в рамках произведения, создающийся из конкретных высказываний автора-повествователя, пафоса и комплекса всех художественных средств, которые были использованы в произведении. *“The man went up to the bedroom where his wife was still asleep and woke her”, “His wife sat up in bed and looked at him coldly”* [1].

индивидуальный образ: неповторимый, созданный событием, подчас причудливым воображением образ. Индивидуальным образом является «единорог с золотым рогом», которого одним утром замечает мужчина во время завтрака: “*...a white unicorn with a golden horn”* [1].

Главный герой – центральное лицо повествования, вокруг которого формируются основные события художественного произведения.

Основной участник событий – мужчина: *“The man walked slowly downstairs and out into the garden”* [1].

Второстепенный персонаж – образ в произведении литературы, который не является главным героем или участником центральных конфликтов книги. В качестве второстепенных персонажей выступают полицейские и психиатр, приехавшие на вызов женщины: *“Did you tell your wife you saw a unicorn?” asked the policeman”*, “*That's all I wanted to know», said the psychiatrist”* [1].

Следовательно, система образов, созданная Джеймсом Тербером в сказке «Единорог в саду», изображает картину человеческой жизни, выражая мысли автора о ней, при этом писатель раскрывает с помощью

образов свое отношение к поведению людей в различных обстоятельствах, к явлениям природы и показывает их в произведении, вызывая такую же позицию по отношению к ним у читателя.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Thurber, J. The Unicorn in the Garden / J. Thurber [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://english.glendale.cc.ca.us/unicorn1.html. – Дата доступа : 20.03.2019.

УДК 821.112.2

Я. М. ПРОТАСЕВИЧ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики С. Н. Дягель

МИФ О КРЫСОЛОВЕ И ЕГО РЕЦЕПЦИЯ НЕМЕЦКОЙ ЛИТЕРАТУРОЙ

В литературе существуют так называемые «вечные» сюжеты и образы, которые встречаются в искусстве разных стран и эпох и становятся архетипическими. В меняющихся исторических условиях они актуализируются и наполняются новым содержанием. Миф о Крысолове – зловещем персонаже, уводящем из города детей, – представляет один из таких «вечных» сюжетов европейской культуры. Отличительной особенностью этого мифа является то, что в его основе лежит легенда с четко обозначенным временем и местом действия. На ратуше немецкого городка Гамельн сделана надпись: «В год 1284-й, в день святых Петра и Павла 26 июня Пестрый Дудочник завлек 130 детей на гору Коппен в окрестностях Гамельна, где они исчезли». Около 1375 года описание «исхода детей» было внесено в хронику города, а улица, по которой дети ушли из Гамельна, до сих пор называется Молчаливой и на ней запрещено играть на музыкальных инструментах. Жители Гамельна пригласили Крысолова с волшебной дудкой, чтобы он за небольшое вознаграждение избавил город от крыс. Однако, когда жители города, ожидавшие гораздо более тяжелой работы со стороны крысолова, увидели, как легко ему это удалось, отказали ему в оплате из-за скупости. Униженный крысолов вернулся в Гамельн и на этот раз увел за собой детей [1].

Около 1440 – 1450 годов эта история вошла в написанную на латинском языке Хронику княжества Люнебургского: «Молодой человек тридцати лет, красивый и нарядный, так что все, видевшие его, любовались

его ста́тью и одеждой, вошел в город через мост и Везерские ворота. Тотчас же начал он повсюду в городе играть на серебряной флейте удивительных очертаний. И все дети, слышавшие эти звуки, числом около 130, последовали за ним <…> Они исчезли – так, что никто никогда не смог обнаружить ни одного из них». История кочевала из одной исторической хроники в другую, постепенно обрастая подробностями. Примерно в начале 1560-х годов в хронике вюртембергских графов фон Циммерн приведена уже полная версия легенды в том виде, в каком она дошла до нас. В начале XVII века Крысолов появляется в «Возрождении угасшего разума», исторической работе англичанина голландского происхождения Ричарда Роланса. Излагая легенду, автор добавляет к ней иную концовку: будто бы уведенные Пестрым Флейтистом дети прошли сквозь горный туннель в Трансильванию, где и остались жить.

Легенды, похожие на историю Гамельнского крысолова встречаются и в Европе. Французы рассказывают о монахе, который в отместку за обман магистрата увел не детей, а домашних животных. В Ирландии есть сказка о волынщике, уведшем за собой юношей и девушек из города. На английском острове Уайт легенду о Гамельнском крысолове повторяют буквально слово в слово, только детей музыкант уводит не в гору, а в лес. Да и в самой Германии сразу несколько городов претендуют на то, чтобы считаться родиной волшебника с флейтой, которого именуют то монахом-отшельником, то колдуном [2].

Настоящую популярность старинная легенда обрела сравнительно недавно – в начале XIX века. Однако одной из самых известных стала литературная обработка легенды, сделанная братьями Гримм «Крысолов из Гамельна» (*Der Rattenfänger von Hameln*), изданная в составе сборника «Немецких сказаний» (*Deutsche Sagen,* 1816 – 1818). В основу ее положен вариант сюжета, в котором дьявол-Крысолов не смог погубить детей и вывел их сквозь горы в далекую местность, где с того времени им предстояло жить. Братья Гримм дополнили концовку этой истории сообщением о троих детях, которые смогли вернуться домой: *«Zwei sollen, wie einige sagen, sich verspätet haben und zurückgekommen sein, wovon aber das eine blind, das andere stumm gewesen, also, das blinde den Ort nicht hat zeigen können, aber wohl erzählen, wie sie dem Spielmann gefolgt wären; das stumme aber den Ort gewiesen, obgleich es nichts gehört hatte. Ein Knäblein war im Hemd mitgelaufen und kehrte um, seinen Rock zu holen, wodurch es dem Unglück entgangen; denn als es zurückkam, waren die andern schon in der Grube eines Hügels verschwunden»* [3]. Также братья Гримм указывают, когда крысолов вернулся за детьми: *«Am 26. Juni auf Johannis- und Pauli-Tag, morgens früh um sieben Uhr, nach anderen zu Mittag, erschien er wieder»* [3]. В легенде появляется новая информация, которой не было в первоначальной версии, – точное время.

В 1802 г. Иоганн Вольфганг Гете написал на основе легенды собственную балладу с тем же названием «Крысолов» (*Der Rattenfänger*). Сюжет ее несколько отличается от оригинала: Крысолов возвращается в город трижды, уводя за собой вначале крыс, затем непослушных детей и, наконец, девушек и женщин, которых очаровывает своей игрой на флейте. В его интерпретации сюжета о чародее из Гамельна мотив манящей музыки становится центральным и благодаря этому «начинается эстетическое переосмысление образа Крысолова как романтического героя». Так, Гете в своей балладе называет Крысолова Певцом: *Ich bin der wohlbekannte Sänger, / Der vielgereiste Rattenfänger* [4]. Кроме этого, гетевский Крысолов играет на некоем волшебном струнном инструменте, не названном в оригинальной версии баллады. И эта замена имеет огромное значение не только для «Крысолова» Гете, но и для последующих обработок фольклорного предания.

В 1805 году в Гейдельберге появился первый том издания «Волшебный рог мальчика» (*Des Knaben Wunderhorn*), сборника народной немецкой поэзии, собранной усилиями двух поэтов-романтиков – Людвига Иоахима фон Арнима и Клеменса Брентано. Среди более чем 700 народных песен и сказаний нашлось место и для баллады «Крысолов из Гамельна» (*Der Rattenfänger von Hameln*): *Wer ist der bunte Mann im Bilde, / Er führet Böses wohl im Schilde, / Er pfeift so wild und so bedacht; / Ich hätt mein Kind ihm nicht gebracht!* [5]

Народная баллада построена в форме нравоучительной истории об алчности, которая и явилась в конечном счете причиной гибели гамельнских детей в реке Везер. Современные исследователи полагают, что этот мотив родился позднее, вместе с присоединением к исходной легенде истории о крысах. Причиной его появления называют зависть, которую вызывал у соседей процветающий купеческий Гамельн. В те годы, когда создавалась хроника, Гамельн был богат и славен, так что исчезновение детей изображалось как справедливая кара за жадность, а не как нежданное несчастье, каким полагали эту историю сами гамельнцы: *Ihr Leute, wenn ihr Gift wollt legen, / So hütet doch die Kinder gegen, / Das Gift ist selbst der Teufel wohl, / Der uns die lieben Kinder stohl* [5].

Генрих Гейне обратился к тому же сюжету в своей балладе *«Бродячие крысы» (Die Wanderratten)*, где представил политизированную версию мифа. Если ранние варианты истории о Гамельнском крысолове представляли крыс как воплощение зла, то у Гейне мы видим другое отношение к крысам. Уже Гейне делит крыс на две категории: *Es gibt zwei Sorten Ratten: / Die hungrigen und satten. / Die satten bleiben vergnügt zu Haus, Die hungrigen aber wandern aus* [6]. Крысы у Гейне – не только персонификация ужаса и зла, но и воплощение

революции. Эту революцию не остановят ни уговоры чиновников, ни проповеди священников, ни бюргерский порох.

Придя однажды в литературу, миф прочно обосновался в ней. В последующие годы последовали менее известные интерпретации сюжета, общими для которых стало довольно вольное обращение с первоисточником. Так, Вильгельм Раабе в 1863 году выпустил повесть «Гамельнские дети» *(Die Hämelschen Kinder)*, где далеко отошел от сюжета. В его интерпретации флейтиста Кицу едва не убивает из ревности его гамельнский друг; тот же, поклявшись отомстить, выманивает из города 130 сыновей местной знати. Бертольд Брехт в своей «Правдивой истории Крысолова из Гамельна» *(Die wahre Geschichte vom Rattenfänger*) изменяет финал легенды. В его интерпретации заблудившийся Крысолов вместе с детьми возвращается в город и кончает жизнь на виселице. Гамельнский крысолов или, по крайней мере, его флейта фигурирует в рассказе Фредерика Брауна и Карла Онспо «Eine Kleine Nachtmusik» (1965). Вольфганг Хольбайн в повести «Тринадцать» (*Dreizehn, 1995*) видит в Крысолове приспешника дьявола и антагониста главного героя.

Таким образом, фольклорный сюжет претерпевал изменения, обретая новые краски и постепенно выходя на уровень мировой литературы. В течение пяти веков благодаря разработке конфликтной линии «крысы – горожане – Крысолов – дети» данный сюжет развивался как история о противостоянии сил добра/порядка и зла/хаоса и стал архетипическим для западноевропейской культуры. Особенно оценили его романтики с их стремлением создать собственную мифологию. Однако и в XX веке миф не утратил своего значения, а «крысиная» символика стала новой мифологемой.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Малинкович, И. И. Судьба старинной легенды / И. И. Малинкович. – М. : Синее яблоко, 1999. – 152 с.

2. Легенда о Гамельнском крысолове. Вымысел или реальность? – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ltraditionalist.livejournal.com/760673.html. – Дата доступа: 12.03.2019

3. Rattenfänger von Hameln. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.maerchenstern.de/maerchen/rattenfaenger-von-hameln.php. – Дата доступа: 12.03.2019

4. Вурман, А. В. Мотив волшебной музыки в сюжете о крысолове / А. В. Вурман. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/55951/1.pdf. – Дата доступа: 14.03.2019

5. Arnim, A. Des Knaben Wunderhorn / A. Arnim, C. Brentano. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.zeno.org/Literatur/M .– Дата доступа: 15.03.2019

6. Heine, H. Die Wanderratten / H. Heine. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.deutschelyrik.de/die-wanderratten.html – Дата доступа: 15.03.2019

УДК 811.11-821

И. С. СНИГИРЕВА
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Н. Н. Столярчук

ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ ОБРАЗЫ В РОМАНЕ Т. ПРАТЧЕТТА «ЦВЕТ ВОЛШЕБСТВА»

«Плоский мир» – серия книг Терри Пратчетта, написанных в жанре юмористического фэнтези. Серия ориентирована преимущественно на взрослых, хотя четыре книги были изданы как книги для детей или подростков. Цикл «Плоский мир» насчитывает 41 роман, 5 рассказов, 4 карты и атласа, 10 справочников и одну поваренную книгу, написанную самой Нянюшкой Ягг. Первые книги серии являются пародиями на общепринятое в жанре фэнтези, но в более поздних произведениях писатель рассматривает проблемы реального мира.

Роман «Цвет волшебства» – это первое произведение данного цикла, в котором находим подробное описание Плоского мира и его обитателей. Книга содержит отсылки к различным романам жанра фэнтези, написанным ранее. Однако уже в начальных книгах серии встречаются отсылки к реальному миру: так, вторая книга, «Безумная звезда», весьма характерными описаниями магического загрязнения и трудностей утилизации излучающих магию книг заклинаний намекает на проблему реальных радиоактивных отходов.

Говоря о жанре фэнтези в целом, можно выделить следующие характерные черты:

1. Псевдоисторическая обстановка. Как правило, жанр фэнтези предполагает не столько историчность, сколько стилизацию под какое-то время, какое-то место. Использование характерных образов, которые позволяют читателю достроить остальное самому.

2. Магия – это необходимое условие того, чтобы произведение можно было причислить к данному жанру. Именно она отличает жанр фэнтези от исторических зарисовок. Чтобы произведение по праву принадлежало к жанру фэнтези, сверхъестественные силы должны присутствовать в мире, а у персонажей должна быть возможность с ними взаимодействовать и самим

использовать сверхъестественные способности, нарушая тем самым привычные законы физики и меняя ход событий. Притом истоки магии не так важны, это могут быть способности, предоставленные высшими силами, или проявляющийся при рождении дар, или нечто, что можно исследовать, как любую другую науку.

3. Неоднородность мира. Жанр фэнтези предполагает принципиальную возможность того, что законы физики могут быть нарушены, подправлены, могут в разных областях или по отношению к разным объектам действовать выборочно или не действовать вообще.

Пространство фантастического произведения неоднозначно. Оно может быть сказочным, ограниченным, при этом описанным с географической точностью (нередко к произведениям прилагаются карты территорий, на которых происходят изображаемые события). Пространство состоит из таких же, как в реальности, земли, моря и неба; гор, рек и лесов; островов, пещер, подземных ходов, домов, крепостей. В общем, всего того, что можно найти в прозаическом произведении любого жанра. Однако сказочное пространство может изменяться. Оно может расширяться либо сужаться, может вообще исчезнуть.

Так, в произведении «Цвет волшебства» все географические объекты имеют точные названия, хотя не существуют на самом деле. Здесь можно узнать о городах, лесах, континентах, расположенных на Диске: Анк-Морпорк *«Двуединый город, состоящий из гордого Анка и тлетворного Морпорка»* [1], в котором можно найти рынок рабов, Шлюшьи Ямы, Храм Мелких Богов, Гильдию Попрошаек и много уютных улочек.

По горизонтали мир ограничен. Крулл – древнее королевство, которое располагается на одноименном острове, находится буквально на самом Краю Плоского мира – настолько, что самая высокая его часть немного выступает за Диск. Крулльцы сделали Окружносеть, которая опоясывает весь Диск по периметру, длина ее составляет тридцать тысяч миль. Она улавливает все крупные объекты, что несут за Край воды Окружного океана. В сеть попадают не только бочки с вином или тюки с материей, но и унесенные течениями корабли с людьми, поэтому рабовладение здесь процветает. «*Но, возможно, самое впечатляющее зрелище – это бесконечный Краепад. Даже те умы, которые уже столкнулись с абсолютной галактической необъятностью А'Туина, отказываются поверить в это явление. Там моря Диска, бурля, вечно переливаются через Край в космическое пространство»* [1].

По вертикали самая высокая часть диска – это Пуп, находящийся в Пупземелье. Высота ее составляет 10 миль, а на самом ее верху находится дворец, в котором живут могущественнейшие боги Диска. «*Самое великолепное зрелище – это Пуп. Там сквозь облака на десять миль в небо*

вздымается шпиль из зеленого льда, поддерживая на своей вершине царство Дунманифестин – обиталище богов Диска» [1]. Боги могут быть наказаны за некоторые провинности и изгнаны из дворца, перемещаясь сверху вниз в пространстве и в то же время теряя свой социальный статус.

Таким образом, следует отметить, что произведение Терри Пратчетта «Цвет волшебства» соответствует всем характеристикам жанра фэнтези. Пространственные образы обозначены четко, а вертикальное устройство Плоского мира отражает и социальное положение его обитателей (Боги – на вершине горы, простые жители – внизу). В то же время это сатирическое произведение, в котором можно найти шутки практически на любую тему от истории пирамид Египта классической философии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Пратчетт, Т. Цвет волшебства / Т. Пратчетт // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://pikabu.ru /story/ploskiy_ mir_pratchetta_putevoditel_dlya_turista_chast_2_6149420. – Дата доступа : 10.02.2019.

2. Бахтин, М. М. Вопросы литературы и эстетики: Исследования разных лет / М. М. Бахтин. – М. : Худ. лит., 1975. – 504 с.

УДК 81’374.81

И. Н. СНИТКО

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии М. В. Гуль

АНГЛИЙСКАЯ ЛИТЕРАТУРОВЕДЧЕСКАЯ ТЕРМИНОГРАФИЯ

Терминография – это раздел лексикографии, изучающий основополагающие факторы построения терминологических словарей [1, с. 204]. Иными словами, это научное знание о составлении и применении словарей специальной лексики.

Таким образом, предметом терминографии можно считать разработку общей методологии и определенных способов составления специальных словарей. В задачи терминографии входят разработка принципов классификации и типологии терминологических словарей, выработка научно обоснованных принципов отбора специальной лексики, а еще введение единых принципов организации и подачи (перевода, объяснения и т.п.) терминов и иной специальной лексики в специальных словарях.

Как известно, терминография – наука о составлении словарей конкретной лексики. Ряд экспертов рассматривают терминографию, как

раздел терминоведения. Множественные проблемы, исследуемые терминоведами, появились в практике разработки специальных словарей, и решение данных проблем оказывает большое влияние на способы составления словарей.

Литературоведческая терминология – это совокупность терминов, которые употребляются в литературоведении. Литературоведческая терминология в целом носит интернациональный характер.

Отличительной чертой литературоведческой терминологии считается историческая подвижность и многозначность ее определений, в том числе основных (художественный образ, жанр, стиль, композиция и т.д.), а также активная адаптация к задачам и целям литературоведческого анализа терминологии смежных наук (философии, педагогики, лингвистики и т.д.).

Давайте рассмотрим литературоведческие словари.

Словарь литературоведческих терминов состоит из перечня терминов и понятий литературоведения. Для каждого термина дано определение и описание его значения.

Один из наиболее свойственных признаков терминологических словарей – это разделение словарной статьи на две части. С правой стороны находятся всевозможные сведения о термине (определение термина, его производные, примеры употребления, сфера использования и т.д.).

Классификация терминологических словарей весьма обширна и находится в зависимости от множества факторов, не считая спектра сфер самой деятельности, в которых данные термины применяются. Принцип расположения в словаре терминов может весьма различаться. Термины могут быть расположены в зависимости от того, насколько часто применяется данный термин, также они могут быть расположены по тематическому принципу или в алфавитном порядке.

Рассмотрим английские словари литературоведческих терминов *The Routledge Dictionary of Literary Terms* и *The Oxford Dictionary of Literary Terms*.

The Routledge Dictionary of Literary Terms (Словарь литературных терминов Рутледжа) – это обновление XXI века оригинального словаря современных терминов литературной критики (авторы Роджер Фаулер и Питер Чайлдс). Объединяя оригинальные работы, написанные такими известными теоретиками, как Терри Иглтон и Малкольм Брэдбери, с новейшими определениями современных терминов, этот словарь является важным справочным пособием для студентов, изучающих литературу на всех уровнях. Впервые опубликован в 1973 году как словарь терминов современной литературной критики. Пересмотренное издание было издано в 1987 году. Данный словарь включает в себя: исчерпывающий набор статей, охватывающий жанры, формы, теорию культуры и литературы. К примеру, там присутствуют такие жанры как *drama, biography*. Также

словарь включает определения новых терминов *cybercriticism, globalisation*. Словарь предоставляет полное освещение традиционных и радикальных подходов к изучению литературы и литературному творчеству. В данном словаре присутствует тщательное изложение терминологии литературной критики и анализ основных научных дебатов. В самом начале словаря дается указатель терминов в алфавитном порядке. К терминам дается достаточно обширное объяснение, приведено много значений данного слова. Также приведены примеры использования терминов в литературных произведениях. Особенностями являются глоссарий основных терминов и ссылки на произведения для дальнейшего чтения.

The Oxford Dictionary of Literary Terms (Оксфордский словарь литературных терминов) Криса Болдика был выпущен в 2008 году. Данный словарь дает четкие, краткие определения самых общепринятых литературных терминов, начиная от термина *abjection* и заканчивая *zeugma*. Словарь включает в себя широкий охват традиционной драматургии, стихосложения, риторики и истории литературы (*acatalectic, Sapphics, Senecan tragedy, septenary, sestet, acrostic, juvenilia, lampoon).* Данный словарь освещает литературные направления, которые появились в 20 веке (*the absurd, Acmeism, Angry Young Man*), новые направления литературной критики (*feminism*); включает описания школ американской поэзии, испанских стихотворных форм и фантастики (*romancero, quintilla*). Словарь К. Болдика оформлен в алфавитном порядке. Термины описаны достаточно полно, с некоторыми примерами из литературных произведений. В данном словаре зафиксированы формы множественного числа некоторых терминов греко-латинского происхождения: *clausula – clausulae, ellipsis – ellipses, codex – codeces, nemesis – nemeses*, а также дана транскрипция отдельных терминов (например, *négritude* [nay-gri-tood]*, neologism* [ni-**ol**-ŏ-jizm]).

Приведенные данные доказывают то, что современные литературные словари включают как термины классической теории стихосложения (*acatalectic, Sapphics, Senecan tragedy, septenary, sestet*), так и литературоведческие термины, которые появились в 20 веке (*the absurd, Acmeism, Angry Young Man*), а также термины современной литературной критики (*cybercriticism, feminism*). *Словарь литературных терминов Рутледжа* Р. Фаулера и П. Чайлдса состоит из множества подробных статей на разные темы, тем самым по содержанию может классифицироваться как литературный энциклопедический словарь. *Оксфордский словарь литературных терминов* К. Болдика – это терминологический толковый словарь, который также содержит грамматические сведения и транскрипцию отдельных терминов.

УДК 821.112.2
О. И. ЮРКЕВИЧ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики С. Н. Дягель

НАЦИОНАЛЬНОЕ И УНИВЕРСАЛЬНОЕ В КОМЕДИИ ГЕНРИХА ФОН КЛЕЙСТА «РАЗБИТЫЙ КУВШИН»

Генрих фон Клейст (1777 – 1811) – классик немецкой литературы, один из крупнейших немецких драматургов и новеллистов эпохи романтизма. В творчестве Клейста присутствуют черты романтизма, классицизма, реализма.

Главные творческие заслуги Клейста лежат в жанре драматургии. Наряду с Шиллером он считается основателем драматического канона немецкой литературы. Для пьес Клейста характерна острая конфликтность, их герои находятся в постоянном напряжении, они проживают трагические ситуации, в которых проверяется их сила воли, твердость, характер. В драматическом наследии Клейста есть только одна комедия: «Разбитый кувшин» (*Der zerbrochene Krug*), которую относят к лучшим комедиям в немецкой литературе.

Интересен замысел комедии. Клейст с друзьями рассматривали картину, на которой было изображено разбирательство из-за разбитого кувшина, и соревновались, кто лучше сможет описать замысел картины. Победил Клейст. Комедия «Разбитый кувшин» впервые была задумана Клейстом в 1802 году и выполнена в 1806. Постановку осуществил Гете, однако он изменил текст комедии, что вызвало возмущение Клейста. Спектакль провалился, и это еще больше усилило неприязнь двух классиков немецкой литературы друг к другу [1].

По своей жанровой принадлежности «Разбитый кувшин» — это комедия положений. Ее сюжет строится на случайных и непредвиденных стечениях обстоятельств. Содержание комедии составляет судебное разбирательство по иску Марты Рулль по поводу разбитого кувшина. Судья Адам должен разбирать дело в присутствии ревизора Вальтера. Комизм в том, что разбил этот драгоценный для Марты сосуд сам судья, проникнув незаконно в комнату Евы, однако перекладывает вину на Рупрехта, жениха девушки. На протяжении всей комедии он пытается скрыть свою причастность к случившемуся. В ходе разбирательства постепенно становится очевидно, что виновник сам Адам, и ему становится все труднее доказать свою непричастность к произошедшему. В финале он разоблачен, как и полагается по законам жанра.

Всех героев пьесы можно разделить на две группы по социальному признаку: «судейские» (судья Адам, ревизор Вальтер, писарь Лихт) и крестьяне (Марта Рулль, ее дочь Ева, Рупрехт, его отец и др.). Судья Адам – ключевая фигура в комедии. Он вынужден расследовать преступление, виновник которого он сам. С самого начала произведения он лжет, «заметает» следы своего поступка, уклоняется от конкретных вопросов, отвечает вопросом на вопрос.

У каждого героя в пьесе свой интерес. Марта Рулль хочет выяснить, кто же разбил ее кувшин, который она так любила и требует возмещения ущерба. При этом в стремлении добиться своего она бесславит свою дочь, добиваясь ответа, что вчера происходило в ее комнате [2]. Кажется, кроме кувшина, ее ничего не интересует. Все мысли и рассказы только о нем, для нее кувшин дороже, чем дочь: *«…Der Krüge schönster ist entzwei geschlagen. Hier in der Mitte, mit der heligen Mutze, sah man den Erzbischof von Arras stehn; Den hat der Teufel ganz und gar geholt»* [3]. Фейт, отец жениха Евы, пришел вернуть подарок, который подарил его сын Еве: *«Von seiner Unschuld völlig überzeugt, kam ich hierher, nach abgemachten Streit Sein ehelich Verlöbnis aufzulösen, und ihm das Silberkettlein einzuforden»* [3].

На протяжении всей комедии правда борется с ложью. Лжет не только Адам. Ева, дочь Марты, тоже лжет, правда, не ради своей корысти. Это ложь во благо, так она пытается спасти своего жениха. Но Рупрехт, жених Евы, узнав, что той ночью кто-то был в комнате у Евы, буйствует и негодует: *«Lass Er sie, Vater. Folg er mir. Der Drache! 's ist der zerbrochene Krug nicht, der sie wurmt, die Hochzeit ist es, die ein Loch bekommen, und mit Gewalt hier denkt sie sie zu flicken. Ich aber setze noch den Fuß eins drauf: Verflucht bin ich, wenn ich die Metze nehme»* [3]. Все усилия Адама направлены на то, чтобы никто не узнал правду. Однако все тайное рано или поздно становится явным. Ключевую роль в разоблачении судьи играет его судейский парик. Отвечая в начале суда на вопрос Вальтера, почему на нем нет парика (необходимого элемента облачения), Адам, который точно знает, где он его потерял, называет две версии его пропажи: 1) парик утащила кошка и вывела там котят; 2) накануне он уснул, а парик вспыхнул от свечи. Обе версии лживые, что становится понятно, когда в зал суда вбегает Бригитта с париком судьи, который она нашла у окна Евы. Она утверждает, что из окна Евы выпрыгнул черт, который оставил след-копыто: *«Bei meiner Treu! Erst am Spalier, da, wo der Sprung geschehen, Seht, einen weiten, schneezerwühlten Kreis, Als ob sich eine Sau darin gewälzt; Und Menschenfuß und Pferdefuß von hier, Und Menschenfuß und Pferdefuß, und Menschenfuß und Pferdefuß, Quer durch den Garten, bis in alle Welt»* [3]. Так становится очевидной правда: одна нога у Адама, действительно, словно лошадиная и когда он бежит, он хромает. Адам вынужден бежать от разгневанных односельчан.

Комедия «Разбитый кувшин» стала ярким образцом национальной драматургии. Несмотря на то, что действие происходит в голландской деревне Гейзум под Утрехтом, в комедии легко узнается Германия конца XVIII века. Со всей силой своего реалистического дара Клейст показывает в своей комедии представителей немецкого крестьянства. Шумные и недалекие, но душевно чистые и открытые, они гораздо выше хитрого и изворотливого Адама. Крестьянин в комедии – личность, обладающая чувством собственного достоинства, умеющая постоять за себя и способная спасти. В таком изображении представителей простого народа нет ничего случайного: Клейст с юности был увлечен идеями Руссо и мечтал о жизни простого человека, о том, чтобы трудиться, как крестьянин и ремесленник. Необычайно колоритен язык персонажей, насыщенный просторечными выражениями, нетипичными для языка классицистической драмы. В комедии показан истинный облик судейской власти в том виде, в котором она функционировала в тогдашней Германии. Клейст высмеивает произвол властей в немецкой деревне. Судья сам взяточник, и пытается навязать угощение приезжему ревизору: *«Fort! Marsch, sag ich! – Geh, Margarete! Und Butter, frisch gestampft, Käs' auch aus Limburg, und von der fetten pommerschen Räuchergans»* [3]. Однако ревизор Вальтер представляет центральную власть, которая хочет наладить судопроизводство по закону, поэтому после долгих уговоров Адама он соглашается только на кусочек сыра, тем самым показав, что не желает мириться с судейским беззаконием: *«Gut. Ein Stück Käse denn, doch weiter nichts»* [3].

Однако комедия Клейста выходит за рамки чисто национального контекста. Сделав публичный суд двигателем драматического конфликта (что для его времени стало новаторским решением), Клейст связал таким образом свою комедию о лживом судье с античными образцами жанра. В суде все частное превращается в публичное, а сама публика находится перед зрителями. Публика в суде – это своего рода комедийный хор. В комедии присутствует и библейский подтекст. Клейст показал два суда: суд божий и суд земной: «*…Неожиданное появление Вальтера можно сравнить со схождением Христа с небес, чтобы судить людей. В тексте сказано, что ревизор наказал одного судью — теперь черед Адама»* [4]. Не случаен и выбор имен главных героев – Адам и Ева. В комедии пародийно переосмысливается библейский миф о грехопадении Адама. Подобно библейскому Адаму герой пьесы Клейста нарушает верховный запрет и в наказание изгоняется из рая. Комическое у Клейста включает в себя вполне серьезный, даже трагический элемент: не случись появления советника, Ева и Рупрехт оказались бы бессильны перед наглым натиском власти, и благополучное разрешение конфликта было бы невозможно. Особое значение приобретает в этой связи универсальный сквозной образ-символ

комедии – разбитый кувшин. От него зависят судьбы и отношения людей. Кувшин символизирует хрупкость и недолговечность человеческих отношений. В пьесе он выступает мерилом духовности всех героев, заставляет их сбросить маски. К финалу пьесы разбитый кувшин становится символом разрушенной гармонии.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Пронин, В. А. История немецкой литературы. Учеб. пособие / В. А. Пронин. – М. : Университетская книга, 2007. – 384 с.

2. Берковский, Н. Я. Генрих фон Клейст. Обручение на Сан-Доминго / Н. Я. Берковский. – М. : Издательство «Азбука», 2000. – 442 с.

3. Kleist, H. Der zerbrochene Krug / H. Kleist. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://gutenberg.spiegel.de/buch/der-zerbrochene-krug-590/1 – Дата доступа: 17. 03. 2019

4. Правда и мистификация в комедии «Разбитый кувшин». – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.litexplorer.ru/litexps-259-1.html – Дата доступа: 17. 03. 2019

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

УДК 371.39

Е. Н. ГРЕБЕНЬ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии Ю. А. Тищенко

АКТИВИЗАЦИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ УЧАЩИХСЯ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ РОЛЕВОЙ ИГРЫ

Одной из ключевых проблем в решении задачи повышения эффективности и качества учебного процесса в средней школе является активизация познавательной деятельности обучающихся. Знания, полученные в готовом виде, как правило, вызывают затруднения учащихся в их применении к объяснению наблюдаемых явлений и решению

конкретных задач. Познавательная деятельность представляет собой единство чувственного восприятия, теоретического мышления и практической деятельности. Она осуществляется на каждом жизненном шагу, во всех видах деятельности и социальных взаимоотношений учащихся. Но только в процессе обучения познание приобретает четкое оформление в особой, присущей только человеку, учебно-познавательной деятельности [1].

Управление активностью учащихся традиционно называют активизацией, главной целью которой является формирование активности учащихся и, следовательно, повышение качества учебно-воспитательного процесса. В педагогической практике используются различные пути активизации познавательной деятельности, основные среди них – разнообразие форм, методов, средств обучения, выбор таких их сочетаний, которые в возникших ситуациях стимулируют активность и самостоятельность учащихся.

В числе основных факторов, побуждающих учащихся к активности, можно выделить творческий характер учебно-познавательной деятельности, состязательность и игровой характер проведения занятий. Творческий характер учебно-познавательной деятельности сам по себе является мощным стимулом к познанию, ведь он позволяет пробудить у учащихся творческий интерес, а это в свою очередь побуждает их к активному самостоятельному и коллективному поиску новых знаний. Состязательность в учебном процессе сводится не только к соревнованию за лучшие оценки. Каждый стремится показать себя с лучшей стороны, продемонстрировать глубину своих знаний и умений. Что касается игрового характера проведения занятий, то он представляет собой эффективный мотивационный процесс мыслительной активности учащегося, т.к. любая игра побуждает ее участника к действию, пробуждает желание активно включится в коллективный процесс учения [4, с.59].

Использование учителем ролевой игры содержит в себе большой потенциал в решении проблемы активизации познавательной деятельности учащихся на уроках английского языка. Являясь участниками ролевой игры учащиеся принимают на себя ту или иную социальную роль (родителя, врача, гостя и т.д.) и эта роль определяет их речевое/неречевое поведение. Так, от учащегося в роли родителя ожидают, что он будет принимать участие в воспитании детей, от него же в роли врача – что он будет заботиться о здоровье пациентов и т.д. Мера условности может быть различной: перевоплощение в реальных людей, в литературных персонажей, героев сказок и т.д. Ролевая игра может носить характер уподобления, т.е. разыгрываются ситуации, типичные для окружающей

среды (врач и пациент), а иногда она может быть более театрализованной: с конфликтом, кульминацией и развязкой [3, с.62].

Ролевая игра – это речевая, игровая и учебная деятельности одновременно. Для учащихся, ролевая игра – это игровая деятельность, в процессе которой они выступают в определенных ролях, причем учебный характер игры ими часто не осознается. Для учителя ролевая игра – форма обучения диалогическому общению. Цель игры – формирование и развитие речевых навыков и умений учащихся [5, с.16].

Необходимо отметить, что ролевая игра обладает большими возможностями в практическом, образовательном и воспитательном отношениях. Она способствует расширению сферы общения. Это предполагает предварительное усвоение языкового материала в тренировочных упражнениях и развитие соответствующих навыков, которые позволят учащимся сосредоточиться на содержательной стороне высказывания.

Рассмотрим примеры ролевых игр, которые можно использовать на уроках английского языка для активизации познавательной деятельности учащихся.

Плюсы и минусы.

Цель речевой игры: активизация аргументирующей монологической речи.

Ход игры: играющим предлагается обсудить какое-либо событие или явление (например, обсудить закон, запрещающий курение во всех общественных местах). Участники должны назвать плюсы и минусы обсуждаемого события (явления), аргументировать свою точку зрения.

План города.

Цель речевой игры: активизация навыков и умений вопросно-ответного взаимодействия с использованием различных форм вопросительных, предположительных высказываний и техники расспроса, а также всевозможных по содержанию и структуре реплик реакций.

Ход игры: участники игры образуют пары. Каждый из играющих получает вариант плана города, на котором указаны какие-либо достопримечательности. Задавая друг другу вопросы, играющие устанавливают названия улиц, местоположение достопримечательностей. Они должны также описать дорогу к этим местам от заданной исходной точки.

Выполни и передай задание.

Цель речевой игры: тренировка навыков и умений иноязычной речевой деятельности на основе неоднократного повторения подлежащего усвоению языкового материала.

Ход игры: каждый участник игры готовит задания (тест, вопросы), которые предлагает своему товарищу. Выполнив задание, товарищ в свою

очередь передает его дальше по цепочке. Все обучаемые работают одновременно, получая, выполняя и передавая другим задания.

Если бы я был…

Цель речевой игры: формирование навыков и умений употребления в иноязычной речи сослагательного наклонения и средств выражения модальности на основе активизации речемыслительной деятельности.

Ход игры: учитель предлагает играющим представить себя в роли известного киноактера, писателя и т.д. и сообщить, как бы они выглядели, чем бы занимались и т.п.

Правильное решение.

Цель речевой игры: совместный поиск решения в ходе речевого общения в заданной ситуации.

Ход игры: участникам игры предлагается ситуация, в которой им необходимо принять решение, например: а) вы заблудились в лесу, приближается ночь; б) вы потеряли все деньги; в) вы опоздали на поезд (самолет) и т.д. Каждое предложенное учащимися решение обсуждается всей группой.

Один день в Минске (Лондоне, Нью-Йорке).

Цель речевой игры: активизация монологической речи в предлагаемой ситуации и практика порождения связного развернутого высказывания, синхронного с речемыслительной деятельностью.

Ход игры: играющим задается ситуация: экскурсия по городу. Каждому обучаемому или группе предлагается сначала назвать достопримечательности города, затем выбрать те из них, которые они хотели бы посмотреть в течение одного дня, а также объяснить свой выбор [4].

Исходя из всего вышесказанного, можно сделать вывод, что ролевая игра обладает не только большими обучающими возможностями, но и возможностями мотивационно-побудительного плана и несет в себе большой потенциал в решении проблемы активизации познавательной деятельности учащихся на уроках английского языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Активизация познавательной деятельности учащихся [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://pedtehno.ru/content/aktivizaciya-poznavatelnoy-deyatelnosti-uchashchihsya . – Дата доступа: 21.05.2016

2. Гробовенко, С. В. Использование ролевых игр на уроках английского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://открытыйурок.рф/статьи/516717/. – Дата доступа: 1.04.2008

3. Зимняя, И. А. Психология обучения иностранным языкам в школе / И. А. Зимняя. – М. : Просвещение, 1991. – 222 с.

4. Леонтьев, А. Н. Деятельность, сознание, личность / А. Н. Леонтьев. – М. : Просвещение, 1995. – 352 с.

5. Семенова, Т. В., Ролевые игры в обучении иностранным языкам / Т. В. Семенова, М. В. Семенова // Иностранные языки в школе. – 2005 – № 5 – с. 16-18

УДК 37.018

Г. С. ГРИЩУК
Беларусь, Минск, ВА РБ

СУЩНОСТЬ ТЕРМИНОВ «ВИЗУАЛИЗАЦИЯ» И «НАГЛЯДНОСТЬ» В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

Лингводидактическая терминология непрерывно развивается и пополняется новыми терминами и понятиями. В теории и преподавании иностранных языков одним из таких терминов можно назвать «визуализацию». Причины неотрывного внимания преподавателей иностранных языков в Республике Беларусь и за рубежом к технологии визуализации объяснимы. Современное поколение – это поколение людей, которое воспитано не на текстовой, а на визуальной презентации информации. Вследствие этого, молодые люди, изучающие иностранные языки в наши дни, наилучшим образом воспринимают и запоминают именно визуально представленный материал.

Термин «визуализация» стал известен благодаря основоположнику аналитической психологии К. Г. Юнгу, проводившему всесторонние исследования человеческого сознания и психики. Но еще до К. Г. Юнга этот термин существовал в более древних и не менее известных науках, основы которым заложил буддизм.

Визуализация как принцип обучения использовалась в педагогике как принцип наглядности. Неудивительно поэтому, что один из основоположников педагогики, Я. А. Коменский, выдвинул «золотое правило дидактики» (принцип наглядности): «Все, что только можно предоставлять для восприятия чувствами, а именно: видимое для восприятия зрением, слышимое – слухом, запахи – обонянием, что можно вкусить – вкусом, доступное осязанию – путем осязания». Наглядность в понимании Я. А. Коменского связана с восприятием предметов (явлений) органами чувств.

Чем же отличается понятие «наглядность» от понятия «визуализация»? Ответить на этот вопрос нам поможет «Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам)» под редакцией

Э. Г. Азимова и А. Н. Щукина, в который включены термины и понятия, отражающие современный уровень развития лингводидактики и базисных для нее дисциплин, а также уточнено толкование методических терминов и понятий в соответствии с общепринятой в современной научно-методической литературе их номинацией. В словаре мы находим определение визуализации: *визуализация* (от лат. visualis – зрительный) – это представление физического явления или процесса в форме, удобной для зрительного восприятия [1, с. 38.]. Термин *«наглядность»* используется в данном издании в двух значениях: как опора в процессе обучения на дидактический принцип наглядности, согласно которому обучение строится на конкретных образах, непосредственно воспринимаемых учащимися; как использование на занятиях специальных средств обучения (аудиовизуальные средства обучения, мультимедиа, технические средства обучения) [1, с. 152.].

Исходя из определений двух указанных понятий Т. А. Сырина полагает, что визуализацию и наглядность можно считать синонимичными терминами, обозначающими способы более зримо представить учебный материал [2, с. 81].

Мы, вслед за Г. В. Барабановой, придерживаемся того, что наглядность и визуализация не одно и то же. Наглядность ведет к визуализации, это способ восприятия объекта, ведущий к созданию визуальных образов, а визуализация – результат этого восприятия. Смысл визуализации – в адаптации новой информации [3, с. 225].

В современной педагогике под принципом наглядности понимается требование чувственного, эмоционального, деятельностного дополнения абстрактного, логико-вербального изложения образовательного материала. Наглядность позволяет обращаться ко всем психическим способностям обучающегося, что приводит к более полному и адекватному усвоению учебного материала и его дальнейшему полноценному применению в учебе и жизни [4, с. 638.].

По мнению доктора философских наук В. М. Маслова, не исключено, что при формировании развитого логико-вербального мышления наглядность должна иметь доминирующее значение над визуализацией. Учитывая это, вероятно, что принцип визуализации будет брать за основу своих оценок логико-вербального мышления понимание его первым среди равных форм мыслительной деятельности. Исходя из этого, в практической деятельности необходимо стремиться доказывать преимущества визуализации через конкретные визуализированные продукты [4, с. 640].

В. М. Маслов считает, что визуализация в парадигмальном плане – это стремление использовать все преимущества визуального мышления для решения педагогических, научно-технических и других проблем; где визуальное мышление («думание глазами», способность решения проблем

через оперирование визуальными образами, зримыми явлениями сущности) – ведущий представитель чувственного, чувственно-практического (аудиального, тактильного и др.) мышления, способного решать проблемы так же успешно, как и логико-вербальное мышление [5, с. 516].

Наиболее полное определение визуализации как метода, позволяющего отразить ее суть, дают А. А. Вербицкий и О. Г. Ларионова, которые рассматривают процесс визуализации как «свертывание мыслительных содержаний в наглядный образ; будучи воспринятым, образ может быть развернут и служить опорой адекватных мыслительных и практических действий» [6]. Данное определение позволяет развести понятия «визуальный» и «наглядный». В педагогическом значении понятие «наглядный» основано на демонстрации конкретных предметов, представлении готовых образов, а не рождаемых и выносимых из внутреннего плана деятельности человека. Понятие «визуальный» представляет собой проекцию образа, т.е. процесс разворачивания мыслеобраза и «вынесение» его из внутреннего плана во внешний план.

С появлением молодого поколения, воспитанного на визуальной презентации информации, доктор педагогических наук С. В. Титова попыталась пересмотреть понятие «наглядность». Она рассматривает наглядность как визуальную презентацию учебной информации на базе страноведческого материала и доказывает ее эффективность не только при восприятии видеоматериалов, но и в когнитивных процессах понимания и запоминания [7, с. 197]. Поэтому использование наглядных средств на занятиях по иностранному языку не должно сводиться к простому иллюстрированию с целью сделать материал более доступным и легким для усвоения, а должно стать частью познавательной деятельности обучающегося, средством формирования и развития не только наглядно-образного, но и абстрактно-логического мышления.

Таким образом, применение визуальных форм усвоения учебной информации позволяет изменить характер обучения иностранному языку: ускорить восприятие, осмысление и умение анализировать понятия, свертывать и развертывать информацию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азимов, Э. Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам) / Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. – М. : ИКАР, 2009. – 448 с.

2. Сырина, Т. А. Когнитивная визуализация: сущность понятия и его роль в обучении языку / Т. А. Сырина // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin). – 2016. – Выпуск 7 (172). – С. 81-85.

3. Барабанова, Г. В. К понятию когнитивной визуализации при обучении студентов технического вуза иноязычному профессионально-ориентированному чтению / Г. В. Барабанова // Наукові записки [Національного університету «Острозька академія»]. Сер.: Філологічна. – 2012. – Вип. 23. – С. 224-226.

4. Маслов, В. М. Наглядность и визуализация в парадигмальном и гуманистическом планах / В. М. Маслов // Современные проблемы науки и образования. – Пенза : Академия Естествознания, 2014. – № 2. – С. 635-642.

5. Маслов, В. М. Проблема формирования визуальной компетенции в инновационном вузе / В. М. Маслов, В. М. Смирнова // Современные проблемы науки и образования. – Пенза : Академия Естествознания, 2015. – № 2 (часть 1). – С. 515-523.

6. Вербицкий, А. А. Личностный и компетентностный подходы в образовании. Проблемы интеграции / А. А. Вербицкий, О. Г. Ларионова. – М. : Логос, 2009. – 336 с.

7. Титова, С. В. Роль визуализации учебной информации в процессе обучения иностранному языку / С. В. Титова // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету. – Вип. 23. – Серія: Педагогічні науки. – Чернігів, 2009. – С. 196-201.

УДК 37.018.54:331.548(430)

Д. В. КРИСЮК

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики О. В. Кивака

PRODUKTIONSSCHULE – ОСОБЫЙ ТИП ШКОЛ В ГЕРМАНИИ

Германия является страной с одним из самых интересных и инновационных подходов к образованию в целом, и к ученику, как субъекту образовательного процесса в частности. Актуальность темы нашей работы определяется тем, что в настоящее время, несмотря на многочисленные средние и высшие учебные заведения, большое число подростков после окончания школы не знают, что они хотят изучать дальше и в какой сфере впоследствии работать. Вначале следует отметить, что система среднего образования в Германии, гораздо сложнее, чем в странах СНГ. Главное отличие образовательных программ и учебных планов школ Германии от белорусских школ – их направленность, во-первых, на индивидуальное развитие ребенка, особенно выраженная на начальной ступени, во-вторых – на формирование качеств, обеспечивающих благополучную социализацию,

в-третьих – на максимальную индивидуализацию всего обучения и профессиональное определение на старшей ступени. В Германии помимо классических систем обучения широко представлены альтернативные. Среди последних наиболее популярны Монтессори и Вальдорф [1]. Но существует особый тип школ, который практически не известен за пределами Европы. Этот тип школ называется «Produktionsschule». Название состоит из двух слов: *die Produktion* ‘производство’, и собственно *die Schule* ‘школа’. Школа, где готовят будущих учеников профессиональных школ (что-то среднее между профессионально-техническими и средними специальными учебными заведениями Беларуси).

История возникновения Produktionsschule относится к концу XIX века. Первые школы подобного типа зародились во Франции, когда в 1780 году Франсуа-Александр-Фредерик Ларошфуко-Лианкур (Francois-Alexandre-Frederic de La Rochefoucauld-Liancourt) основал в Лианкуре (Liancourt) Школу Искусств и Ремесел (École des métiers) для солдатских детей, ставшую в 1788 году Школой Сынов Отечества (Ecole des Enfants de la Patrie) под патронажем короля [2]. В этих школах сыновья солдат получали военное воспитание, изучали общеобразовательные дисциплины, а главное, ремесло. «Позднее, а именно 25 февраля 1803 указом Наполеона создается еще одна такая школа. Именно эта дата считается датой возникновения официальных, государственных школ подобного типа» [3]. Достоверно известно, как происходил отбор учеников и само обучение. В школы принималась юноши, достигшие 14 лет, помимо общеобразовательных предметов они посещали занятия по моделированию, могли обучиться кузнечному делу, работе сварщика и другому. Они обучались техническим аспектам работы с различными станками и далее становились «подмастерьями» на заводах. Постепенно число этих школ стало увеличиваться. В Германии эти школы появились после проведения школьной реформы (Der Bund Entschiedener Schulreformer) в Веймарской республике. На сегодняшний день в Германии насчитывается около 200 подобных школ, в Австрии 17 [4]. Абсолютным рекордсменом является Дания, там их около 210. Именно датская модель организации образования в такой школе применяется в Германии.

Современная Produktionsschule очень отличается от первых школ подобного рода. Она сочетает в себе признаки общепринятой школы и общественной, социально направленной организации. Эту школу посещают подростки и молодые люди в возрасте 14-27 лет. Практически все они находятся в трудном положении, «выпали» из сложившейся в обществе модели: дошкольное образование → среднее образование → среднее специальное образование (профессионально-техническое)/высшее образование → трудовая сфера. У них нет аттестата, нет профессии, или они безработные, потому что бросили профессиональное обучение или же не

нашли работу после его окончания [5]. В связи с последними событиями в мире, это также подростки из семей мигрантов. И последнее, но не менее важное, у них нет целей на будущее. Они не знают, чем хотят заниматься в жизни и в какой сфере работать. Исходя из всех этих сложностей, Produktionsschule является для них самым верным решением.

Организация образовательного процесса в этой школе представляет несколько этапов. После обращения в Produktionsschule на первом этапе проводится консультация психолога с целью выяснения серьезности и обдуманности принятия решения об обучении в этой школе, чтобы избежать ситуаций, когда подростки под давлением родителей записываются, а позднее прерывают обучение, так как статистика показывает, что желающих становится все больше. Если после диалога не возникает сомнений в мотивации конкретного подростка, то он становится обучающимся этой школы. Договор об обучении подписывается не только директором школы и будущим обучающимся, но и родителями, ведь большинство подростков несовершеннолетние. Обучение для большинства молодых людей начинается в сентябре. Это является важным с точки зрения психологии, так как они все не знакомы между собой и находятся в одинаковом положении. В ситуациях, когда обучение уже началось, а до следующего набора слишком долго, школой может быть принято решение определить подростка в ранее сложившуюся группу и ему оказывается поддержка при адаптации в коллективе. На втором этапе проводится непосредственно само обучение в небольших группах, от 10 до 15 человек, так как целью всего обучения является развитие сильных сторон каждого отдельного учащегося и работа над его слабыми сторонами. За каждой группой закрепляется отдельный тренер. В каждой школе это 6-7 специалистов из разных областей, имеющих диплом бакалавра или магистра. Это могут быть и выпускники педагогического университета, и социологи, и лингвисты, и экономисты и даже бывшие управленцы. Именно от качеств, умений и уже имеющихся навыков, подростков распределяют в группу под началом того или иного тренера. Это связано с тем, что 2-3 раза в неделю тренер в своей группе проводит семинары, цель которых – подготовка обучающихся к трудовой жизни, где они узнают все о своих правах и обязанностях по трудовому договору, о системе страхования, о различных пластиковых картах и банках, о том, как планировать свой личный бюджет и копить деньги. Особенно хочется отметить тренинги по работе над личностными качествами (softskills) обучающихся. Ведь им необходимо научиться работать в команде, научиться разрешать конфликты и споры, а также стать выдержанными. Без этого невозможно их дальнейшее трудоустройство. Кроме того, во всех группах проводятся тренинги, на которых ведется подготовка к собеседованиям в будущем, а также к написанию автобиографии и резюме. Помимо этих

занятий каждый обучающийся в течение нескольких недель посещает уроки по правописанию, математике, географии, что также необходимо для будущей профессии. Для тех, кто не в полной мере владеет немецким языком, организованы уроки немецкого, а если начальный уровень немецкого языка слишком низок, обучающиеся посещают государственную школу немецкого языка в вечернее время, считающееся также учебным. На этом этапе и заканчивается сходство Produktionsschule с классической немецкой школой. Отметим, что все подобные тренинги и занятия проводятся после обеда. На следующем этапе, до обеда, обучающиеся заняты выполнением посильной им работы в самых разных организациях. Для этого школа заключает договора с фирмами-партнерами, где обучающиеся могут получить свой первый профессиональный опыт. К таким организациям относятся IKEA, Transgourmet, BURGERKING, McDonald's, XXXLutz, BAUHAUS, MERKUR и другие. Каждый день с понедельника по пятницу в 8 утра обучающиеся должны прийти в здание школы, где их ждет тренер. Чтобы мотивировать их не опаздывать, введена карточная система: каждый обучающийся получает в начале месяца карту, где указаны все рабочие дни месяца, ежедневно при входе в здание школы с помощью специального аппарата проставляется время прихода, а в конце – время ухода. Обучающиеся, которые ежедневно приходят на 10-15 минут раньше (plus pünktlich) поощряются за это дополнительными свободными часами/днями, которые они могут взять в любое время. Далее они на общественном транспорте отправляются в соответствующую организацию, расходы на проезд финансируются государством. По приезду они облачаются в рабочую одежду и приступают к работе. Например, в IKEA – это расстановка товаров, которые были куплены через интернет, но не подошли покупателям, для чего требуется просканировать штрих-код на каждом товаре специальным аппаратом, который покажет, в каком отделе, на каком стеллаже и на какой высоте должен быть размещен конкретный товар. Это действительно непростое задание требует от подростков быть предельно внимательными, а также работать в команде, ведь многие комплектующие для мебели тяжелые. При возникновении спорных ситуаций, всегда можно обратиться к тренеру, который находится рядом. В McDonald's молодые люди поддерживают чистоту ресторана, а также сортируют мусор. В продуктовом магазине они выкладывают товар и располагают его наиболее привлекательно для покупателей. В конце дня тренер делает пометки относительно каждого обучающегося, его поведения, мотивации и ответственности в той или иной ситуации. В конце каждого месяца тренера, психологи и дирекция школы обсуждают успехи обучающихся. Если нет прогресса, отсутствует мотивация, и пропускаются занятия, обучающегося исключают. Принцип школы гласит: «Wir fördern nicht nur, wir fordern auch! (Мы не только

содействуем (образованию), мы также требуем!)». Наряду с получением опыта и знаний, обучающиеся получают материальное финансирование от государства, т.е. небольшую зарплату за выполненную работу. Эта сумма варьируется от возраста подростка – после 18 лет сумма возрастает. Также в этой школе работают профессиональные психологи. В самом начале за подростком закрепляется определенный психолог, к которому он может при необходимости обращаться. Не реже чем раз в месяц проводится мониторинг психологического состояния каждого обучающегося. Нередко в Produktionsschule устраиваются спортивные мероприятия, так как это способствует поддержанию физического здоровья и командного духа. По истечению 9-10 месяцев обучающиеся знают, где хотят работать, и готовы к своим первым собеседованиям. Для выпускников делаются качественные профессиональные снимки, которые помещаются на их резюме. Тренера помогают им связаться с различными фирмами, организациями и заводами. Они получают отличные рекомендательные письма и в скором времени подписывают рабочие договора.

Подводя итоги вышесказанному, необходимо отметить, что аналоги этих школ не представлены в Беларуси. Некоторыми чертами этих школ обладают современные белорусские профессионально-технические и средние специальные учебные заведения, однако там ведется обучение уже заведомо выбранной узкой специализации. В Produktionsschule, напротив, только готовят к дальнейшему средне-специальному либо профессионально-техническому образованию в соответствующих учреждениях. Кроме того, очевидно, что в школах подобного типа большое внимание уделяется развитию неспециализированных, важных для карьеры надпрофессиональных навыков, которые отвечают за успешное участие в рабочем процессе, высокую производительность, и являются сквозными, то есть не связаны с конкретной предметной областью. Это место, где проходит активная работа над личностными и профессиональными качествами каждого обучающегося.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Школы в Германии: какие ступени образования проходят дети [Электронный ресурс]. – https://www.bookyourstudy.by/shkoly-v-germanii-kakiye-stupeni-obrazovaniya-prokhodyat-deti. – Дата доступа: 04.04.2017.

2. Франсуа де Ларошфуко-Лианкур [Электронный ресурс]. – http://impereur.blogspot.com/2012/03/francois-alexandre-frederic-de-la.html. – Дата доступа: 02.03.2012.

3. Am Anfang war – die Produktionsschule …[Электронный ресурс]. – https://depositonce.tu-berlin.de/bitstream/11303/6095/6/Greinert_Wolf-Dietrich.pdf. – Дата доступа: 02.02.2019.

4. Produktionsschule? [Электронный ресурс]. – https://bv-produktionsschulen.de/uber-uns/produktionsschule/. – Дата доступа: 10.03.2019.

5. Produktionsschulen in Deutschland [Электронныйресурс]. – https://bv-produktionsschulen.de/wp-content/uploads/2015/08/blbs_14_09_Mertens_PS-in-Deutschland.pdf. – Дата доступа: 02.02.2019.

УДК 80

А. Н. МИКИТЮК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики О. П. Шкутник

УЧЕБНАЯ АВТОНОМИЯ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В мире современного образования перед учителем стоит важная задача: помочь ученику стать полноценной частью общества, подготовить этого ученика к самостоятельной взрослой жизни. Для современного человека главным качеством является способность брать на себя ответственность, а также самостоятельно распоряжаться своей жизнью. И поэтому, сегодня уделяется большое внимание проблеме учебной автономии, потому что она имеет важное место в педагогике, а также имеет актуальность на всех стадиях обучения.

Разбор содержания понятия «учебная автономия» подразумевает исследование значения термина «автономия» и идеи ученых его понимания относительно образования.

В соответствии с этимологическим словарем М.Фасмера, слово «автономия» пришло из польского в русский язык [1]. Это слово широко используется в других языках. Из греческого языка основа *auto* имеет значение 'сам', а *nomos* означает 'закон'. Это понятие в Древней Греции использовали, когда речь шла о независимых городах, полисах. Чуть позже, в эпоху Просвещения, автономию стали понимать как особенность личности. В первые в философии суть автономии объяснил И. Кант. Его объяснения назвали «моральной автономией». Под моральной автономией понимают, что автономная личность сама осуществляет отбор нравственных принципов и, таким образом, берет ответственность за принятый выбор перед собой и людьми.

Еще в средние века, в педагогике наблюдалось возникновение учебной автономии. Например, Галилео Галилей считал, что человека

нельзя научить чему-то, его нужно подтолкнуть, чтобы открыть это в самом себе [1]. Французский мыслитель эпохи Просвещения Жан-Жак Руссо распространял свои взгляды по поводу учебной автономии. Он считал, что нужно сначала заинтересовать учеников по какой-либо проблеме, а решение этой проблемы оставить за ними [1].

На сегодняшний день появляется много предпосылок к возникновению учебной автономии в образовании. В 1960-х годах XX века этими предпосылками послужили такие новшества как развитие всемирного туризма, развитие ИКТ, изменение языковых навыков и умений в состав языкового капитала [2].

В 1971 г. был открыт центр CRAPEL по изучению иностранных языков. Этот центр находился во Франции при университете Нанси. Руководителем центра был Анри Холек. Он первый дал определение понятию «учебная автономия» в своих трудах «Автономия в изучении иностранного языка». Анри Холек определил автономию как способность нести ответственность за свою учебу [1]. Это значит, что учащийся должен сам ставить перед собой цели, устанавливать содержание учебной деятельности, выбирать методы, приемы обучения, а также оценивать результат своей проделанной работы.

Еще один не менее известный ученый Д.Дикинсон изучал понятие термина «учебная автономия». В своих трудах он отметил, что те ученики, которые самостоятельно и активно учатся, а также проявляют инициативу в обучении, будут успешнее тех, кто ждет пока ему что-нибудь расскажут, научат. Под учебной автономией Дикинсон рассматривает самостоятельное изучение учеником чего-то нового, а также распределение учебного процесса [4].

Что касается определения, данного Д.Литтлом, то оно значительно отличается от взглядов Холека, Дикинсона. Литтл рассматривает автономию не только как способность самостоятельно учиться, но и как способность взвешивать все свои решения самостоятельно, а также анализировать полученные результаты. Кроме этого в своих научных трудах Литтл дает три педагогических принципа, которые нужны для создания педагогической автономии: 1) привлечение учащихся в учебную деятельность (демонстрация ответственности за учебную деятельность); 2) рефлесия (анализ плана учебной деятельности, анализ полученных результатов); 3) применение целевого языка как средства обучения [2].

Биммель и Рампиллон [3] считают, что учащиеся, которые занимаются учебной деятельностью автономно должны решать свои вопросы, задачи самостоятельно, без помощи учителей. Автономные учащиеся решают вопросы, касающиеся того как проверить свои результаты, какие учебные

стратегии предпринять, как лучше учиться, как рассчитать учебное время, какие лучше материалы использовать в процессе учебной деятельности.

Для М.Тассинари [4] учебная автономия основана на общих навыках, действиях, которые ученик может продемонстрировать и исполнить в разных учебных контекстах и ситуациях. Тассинари воспринимает учебную автономию как совокупность способностей учащегося осуществлять контроль над своей учебой в разных ситуациях и формах. Она утверждает, что основой автономии являются знания. Можно сделать вывод, что Тассинари воспринимает учебную автономию как сложный объект.

Первое представление о том, что такое автономия и для чего она нужна, в методике преподавания связано с компьютерными программами для самообучения. Для таких программ присутствие учителя не нужно, потому что в материалах курса есть различные инструкции. Принимая во внимание вторую трактовку автономии, ученики имеют влияние на процесс обучения, его материалы, методы, содержание. Третья трактовка автономии связана с рефлексией учебной деятельности.

Барбара Шменк предъявляет свое видение классификации учебной автономии. Она выделяет шесть положений автономии: 1) ситуативно-техническая, 2) стратегически-технологическая, 3) деятельностно-теоретическая, 4) конструктивистская, 5) направленная на психологию формирования человека, 6) общепедагогическая [2].

Ситуативно-техническая концепция включает в себя самообучение. Это самообучение осуществляется не на уроках. Оно состоит из применения иноязычного материала в процессе самообучения, который представлен в виде компьютерных программ.

Вторая концепция характеризуется тем, что ученики являются автономными тогда, когда они имеют большой спектр учебных подходов, которые они используют при изучении иностранного языка. Процесс обучения будет результативным тогда, когда ученик освоит эти учебные подходы для определенного использования, чтобы добиться положительного итога.

Деятельностно-теоретическая концепция характеризуется тем, что ученики овладевают всеми нужными знаниями, умениями, навыками. И на всех стадиях обучения ученики самостоятельно отвечают за учебный процесс.

Не будем забывать и об российских специалистах. Наши специалисты уделили много внимания изучению понятия «учебная автономия».

Н. Ф. Корявцева рассматривает автономию в качестве способности учеников к результативной деятельности, которая ориентирована на формирование личностного образовательного результата, к оцениванию этой деятельности [2].

У Е. Н. Солововой похожие взгляды по отношению к учебной автономии с зарубежным ученым Д. Литтлом. Под учебной автономией она подразумевает, что ученик несет ответственность за свою учебу. Учителя в процессе обучения она рассматривает в качестве партнера или консультанта по иноязычному общению. Она считает также, что учитель несет ответственность с учениками за итог учебного процесса [1]

Одним из неоднозначных моментов, касающихся идеологии учебной автономии, является роль преподавателя в автономном обучении. При традиционном обучении именно преподаватель транслирует знания, занимается постановкой целей и задач обучения, организует проведение рефлексии касательно выполненной обучающимися работы, в то время как концепция учебной автономии предусматривает выполнение этих действий самими обучающимися. Однако это не означает, что обучение в условиях учебной автономии может успешно протекать без участия преподавателя.

Китайский исследователь Ш. Ян выделяет следующие роли преподавателя в автономном обучении [5]:

1) Организатор – преподаватель занимается организацией учебной деятельности в классе, предлагая учащимся интересные и эффективные задания. Преподавателю важно четко формулировать указания к работе.

2) Фасилитатор – преподаватель оказывает обучающимся психосоциальную и техническую поддержку. Под психосоциальной поддержкой понимается способность создавать положительную мотивацию у учащихся. Техническая поддержка направлена на оказание помощи обучающимся в планировании и осуществлении учебного процесса, в оценке проведенной деятельности и в приобретении знаний.

3) Консультант – преподаватель должен выступать примером эффективной коммуникации, пытаясь сблизить намерение, с которым совершается высказывание с одной стороны и интерпретацию услышанного с другой стороны.

Рассмотрев существующие варианты трактовки термина «учебная автономия», мы пришли к выводу, что учебная автономия – это способность учащегося брать на себя ответственность за свой учебный процесс, которая выражается на нескольких стадиях: 1) постановка необходимых для разрешения целей и задач; 2) выбор индивидуальной образовательной стратегии; 3) промежуточная и контрольная рефлексия, касающаяся поставленных целей обучения. Важно отметить, что учитель занимает определенную роль в обучении иностранному языку в условиях учебной автономии, являясь консультантом, организатором, фасилитатором. Ценность формирования учебной автономии у обучающихся заключается в развитии самостоятельности при достижении поставленных целей, что необходимо каждому ученику вне зависимости от образовательной ступени.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аникина Ж. С, Агафонова Л. И.Развитие учебной автономии при обучении иностранному языку: к истории вопроса в зарубежной педагогике// Вестник Томского государственного педагогического университета. 2009. №4 (82). С.23-27.

2. Коряковцева, Н. Ф. Автономия учащегося в процессе изучения иностранного языка и культуры // Автономность в практике обучения иностранным языкам и культурам: сб. науч. тр. МГЛУ; вып.461.М., 2001. – С. 16–17.

3. Bimmel P., Rampillon U. Lernautoonomie und Lernstrategien. Fernstudieneinheit 23 / P. Bimmel, U. Rampillon. – München, Goethe-Institut. – 2000. – 208 s.

4. Dickinson L. Autonomy and motivation. A literature review. System, 23(2). 1995, pp. 165–174.]

5. Yan S. Teachers' roles in autonomous learning. Journal of Sociological Research. 2012. Vol. 3, No. 2, pp. 557–562.

УДК 378

М. А. НЕСТЕРЧУК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии Ю. А. Тищенко

ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ УЧАЩИХСЯ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТЕХНОЛОГИИ ОБУЧЕНИЯ ДАЛЬТОН-ПЛАН

Самостоятельная работа учащихся в средней общеобразовательной школе есть следствие правильно организованной их учебной деятельности на уроке, что мотивирует самостоятельное ее расширение, углубление и продолжение в свободное время. Соответственно, организуемая и управляемая учителем учебная работа школьников должна выступать в качестве определенной присвоенной им программы его самостоятельной деятельности по овладению иностранным языком. Это означает для учителя четкое осознание не только своего плана учебных действий, но и осознанное его формирование у школьников как некоторой схемы освоения языка в ходе решения ими новых учебных задач.

Для самого школьника самостоятельная работа должна быть осознана как внутренне мотивированная деятельность. Она предполагает выполнение школьником целого ряда действий: осознания цели своей деятельности,

принятия учебной задачи, придания ей личностного смысла, самоорганизацию в распределении учебных действий во времени, самоконтроль в процессе выполнения.

Анализ методической литературы по проблеме организации самостоятельной работы по английскому языку в средней школе позволяют предположить, что Дальтон-план представляет собой эффективную технологию, с помощью которой учитель может вовлекать учащихся в систематическую самостоятельную работу.

Как отмечают исследователи, Дальтон-план – это не только технология, но и «образ жизни», в рамках которого создаются условия, обеспечивающие оптимальное раскрытие каждого ученика. Создатель Дальтон-плана американская учительница Е. Паркхерст полагала, что его цель – развитие познавательной активности, инициативы и организаторских способностей учащихся, при этом индивидуальная работа – лучший путь для овладения механизмами и техникой приобретения знаний [1].

Современная дидактика рассматривает в качестве основной цели Дальтон-плана – научить учащихся самостоятельно добывать знания, с помощью методически грамотно составленных Дальтон-заданий, в которых дан обзор определенного раздела, требующих усвоения. Прежде чем он сумеет правильно распределить время и занятия для систематической работы над выполнением заданий, учащийся должен понять, что от него требуется. Т.к. только в том случае, если работа будет доступна для понимания, она будет интересна для выполнения, и заставит расти творческие силы учащихся.

Как отмечают исследователи, на первый взгляд, Дальтон-план в большей степени применим к дисциплинам, связанным с точными, а не гуманитарными науками, так как для него характерна определенная запрограммированность. Однако идея самостоятельности и активности ученика в процессе его четких действий в определенной логике может и должна быть реализованая на всех занятиях в школе, включая и занятия по английскому языку. Обращение к Дальтон-плану, интерпретируемому как современная инновационная технология, обусловлено, во-первых, переходом к новой образовательной парадигме, а во-вторых необходимостью повышения качества образования через индивидуализацию обучения и формирование самостоятельности мышления учащихся.

Сущность Дальтон-плана состоит в сочетании обычных уроков в классах и самостоятельных занятий учащихся. Срок выполнения заданий может быть различным – от нескольких дней до нескольких недель (индивидуальный проект). Одни задания выполняются индивидуально, другие – в форме групповой работы. Большое значение имеет проверка и

самопроверка заданий. Благодаря совместному обсуждению учащимися своей работы у них воспитывается чувство ответственности, умение прислушиваться друг к другу, уважать различные мнения и ценить совместное достижение наилучшего результата, объективно оценивать свою работу [3].

В качестве трех основных принципов Дальтон-плана можно выделить свободу, самостоятельность и сотрудничество. Под свободой понимается свобода выбора. Учитель организует учебно-воспитательный процесс в группе таким образом, чтобы учащиеся с помощью педагога выбирали для себя оптимальные пути овладения знаниями, умениями, навыками. Учащиеся учатся распоряжаться предоставленной свободой и несут ответственность за пользование этой свободой. Результатом такой работы является высокая мотивация к участию в учебном процессе.

Сотрудничество предполагает работу учащегося вместе с другими учениками и учителем. Необходимо отметить, что учащиеся могут обращаться за помощью друг к другу. На первых уроках школьники под руководством учителя определяют важные аспекты сотрудничества: принимать совместные решения; умение прислушиваться друг к другу; разрешать конфликтные ситуации; ясно выражать свои желания и намерения; доверять друг другу, комфортно ощущать себя в группе.

Самостоятельность в свою очередь побуждает учащихся к самостоятельной деятельности, к собственным открытиям. В этом случае весь учебный материал, который подлежит усвоению, запоминается лучше, так как ученик участвует в активном процессе запоминания. Немаловажно при этом то, что ученики учатся эффективно расходовать свое время [2, с. 94].

Рассмотрим подробнее план-содержание Дальтон-задания – основополагающего компонента технологии Дальтон-план для организации самостоятельной работы учащихся на уроке по английскому языку. Срок выполнения задания варьируется от нескольких дней до нескольких месяцев. Можно сказать, что задание такого вида – это своего рода контракт, который заключают между собой учитель и ученик. Учащийся обязуется выполнить определенный объем работы к определенному сроку.

Контрольные сроки выполнения задания (определяются временными рамками сдачи материала).

Тема для усвоения (указываются задания для усвоения темы).

Перечень учебного материала, который ученик должен знать (перечисляются и обозначаются лексические единицы (ЛЕ), грамматические структуры, текст).

Задания на оценку (размещаются задания по уровням).

Индивидуальные задания.

Оценка.

Срок выполнения Дальтон-заданий может быть различным – от нескольких дней до нескольких недель (индивидуальный проект). Одни задания выполняются индивидуально, другие – в форме групповой работы. Большое значение имеет проверка и самопроверка заданий.

Графа, в которой предлагается индивидуальное задание, определяется учителем в том случае, если ученик не подтверждает оценку выбранного им уровня. Здесь представляется целесообразным предложить ему задания более низкого уровня или же несколько дополнительных заданий, выполнение которых помогло бы ему получить желаемую оценку. Графа «индивидуальные задания» на старшей ступени обучения может быть сформулирована по желанию ученика, так как на этой стадии задания могут быть направлены на углубленное изучение материала по данной теме или же на ликвидацию «пробелов» в знаниях учащегося. Также на этом этапе выполняются тесты для самоконтроля. Ученики должны четко знать, сколько ошибок возможно допустить для получения того или иного балла (для этого к тестовым заданиям прикладываются не только ключи, но и «схема контроля знаний».

Карточка с Дальтон-заданием оформляется на английском языке. К карточке выдаются ключи, оформленные на отдельном листе, по которым учащиеся могут проверить правильность выполнения задания. В конце задания учитель обязательно пишет пожелание своему ученику.

К положительным сторонам технологии Дальтон-план можно отнести следующее:

индивидуализация процесса обучения;

развитие способности выбора;

активный способ обучения;

стимулирование развития индивидуальных талантов и способностей;

развитие умения самооценки;

развитие чувства ответственности;

развитие умения сотрудничества;

развитие собственных идей;

возможность экспериментировать в рамках нового образа жизни;

приобретение умения работать со всякого рода справочной литературой.

К отрицательным моментам в организации самостоятельной работы учащихся с использованием технологии Дальтон-план относятся:

трудоемкость в составлении Дальтон-заданий;

необходимость составления заданий для каждого ученика;

большая подготовительная работа учителя [1];

Подводя итог, необходимо отметить, что Дальтон-план представляет собой огромный потенциал для организации самостоятельной творческой работы учащихся по английскому языку. При выполнении Дальтон задания

для самих школьников самостоятельная работа становится осознанной как внутренне мотивированная деятельность, и, следовательно, прививает учащимся навыки самостоятельной работы, что является актуальной задачей школы в современных условиях быстрого накопления и обновления информации [4, с. 3].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Валенская, Е. С. Я работаю в Дальтон-школе. / Е. С. Валенская. – М. : изд-во МГУ им. Ломоносова, 1998. – 45 с.

2. Конышева, А. В. Современные методы обучения английскому языку / А. В. Конышева. – изд. 2-е. – Минск : ТетраСистемс, 2004. –176с.

3. Паркхерст, Е. Воспитание и обучение по Дальтонскому плану / Е. Паркхерст ; пер. с англ. Р. Ландсберг. – Новая Москва, 1994. – 232 с.

4. Сергеенкова, В. В. Управляемая самостоятельная работа студентов. Модульно-рейтинговая и рейтинговая системы. / В. В. Сергеенкова. – Минск, 2004. – 132 с.

УДК 372.881.111

Н. Н. РОМАНОВИЧ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. А. Тарасевич, кандидат филологических наук, доцент

ТЕХНОЛОГИЯ ПОРТФОЛИО КАК ИННОВАЦИОННЫЙ МЕТОД ОРГАНИЗАЦИИ РЕФЛЕКСИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Необходимость модернизации процесса образования продиктована условиями современного времени и реалиями нынешнего информационного общества. Происходящие процессы интенсификации и модернизации не оставляют шанса для блокировки человеческой личности в удобстве и самоутверждении.

Время диктует необходимость изменений в передовом педагогическом опыте, внедрение которых в образовательный процесс становится приоритетом. Вывести учебный процесс на качественно новый уровень призваны инновационные технологии.

Понятие «инновация» предполагает комплексный процесс обновления и развития какой-либо системы и вместе с тем деятельность по внедрению данного процесса. Любые инновации подразумевают

сопутствующие процессы нововведения и развития, направленные на кардинальное преобразование существующего порядка.

Относительно образовательного процесса инновации часто могут трактоваться как введение нового в цели, содержание, методы и формы обучения и воспитания, организацию совместной деятельности учителя и обучающегося. Е. С. Полат дает определение инновациям как «актуально значимым нововведениям, возникающим в результате инициативы и поиска, которые вносят позитивные изменения в современную образовательную парадигму» [3]. Как видно из определения, процессу обновления подвергаются все компоненты системы, что подчеркивает пронизывающий характер инновационных технологий. Инновации в обучении противопоставляются традиционным подходам и методам. В настоящее время любые нововведения учитывают особенности антропологической парадигмы, в центре которой находится человек и его личность. В связи с этим целью инновационных технологий в том числе является положительное изменение личности человека, готового к успешному функционированию в изменяющихся реалиях.

В рамках изучения иностранного языка одной из перспективных технологий на сегодняшний день считается технология языкового портфолио. Она появилась в практике современного образования относительно недавно, хотя с термином «портфолио» общество знакомо уже более полувека, первоначально в значении «чемоданчик, обычно кожаный, для хранения разрозненных бумаг, документов, рисунков и т. д.», впоследствии как «собрание разнообразных деловых вкладов, которыми владеет конкретная личность или компания» [1]. В обыденном понимании понятию «портфолио» скорее присуще последнее толкование: чаще всего под ним понимают собрание лучших работ, образцов, дающих представление о способностях и возможностях специалистов в какой-либо сфере. В области образования дело обстоит несколько иначе. До сих пор понятие «портфолио» неоднозначно. С одной стороны, под «портфолио» может пониматься собрание наиболее удачных работ обучающихся за определенный период времени, однако, в этом случае едва ли можно утверждать о наличии инновационного характера данной технологии, так как отпадает необходимость в особой методической организации учебного процесса.

С другой стороны, сторонники данной технологии делают акцент на том факте, что собрание работ и достижений является не только результатом, но и средством обучения, подразумевающим интерактивный характер взаимодействия между учителем и обучающимся и вместе с тем высокий уровень автономности последнего. Важнейшей целью портфолио в данном случае является повышение саморефлексивности обучающегося.

Безусловно, портфолио представляет собой альтернативную форму контроля и оценивания обучающихся, это средство обратной связи и инструмент оценочной деятельности одновременно.

Мы придерживаемся точки зрения, что это не просто пакет рабочих материалов, где обучающийся фиксирует свои достижения. Портфолио представляет собой инновационный подход к обучению, при котором аспект «папки достижений» не является первостепенным. На первый план выходит рефлексивная деятельность обучающегося по оценке и прогнозированию своей работы, созданию так называемого «образовательного маршрута». Портфолио уже скорее не результат, а процесс, подразумевающий взаимодействие между учителем и учеником, в процессе которого намечаются цели работы и вырабатываются критерии оценки, определяемые по договоренности.

Ученик самостоятельно накапливает набор работ, который связывает отдельные аспекты деятельности обучающегося в более цельную картину, при этом учитель не должен ограничивать его в выборе деятельности, он может лишь предлагать возможные варианты. На основании самоконтроля и самоанализа обучающегося можно отметить изменения в его личности, а также зафиксировать эффективность учебной деятельности в количественном и качественном эквиваленте. Количественной оценке подвергаются такие типы работ как тесты, самостоятельные работы, упражнения различных типов. Этот компонент оценки учебной деятельности является привычным для обучающегося, но для получения результата в виде процесса создания собственной образовательной траектории, нежели обычного накопления рабочих материалов, необходима качественная оценка деятельности обучающегося.

Согласно В. В. Щетининой, «идея технологии портфолио – это:

- смещение акцентов на конкретное достижение по учебному предмету;
- интеграция качественных и количественных оценок;
- установление соотношения самооценки и внешней оценки» [4].

Рассматриваемая технология при обучении иностранным языкам обычно используется в варианте языкового портфолио. Наиболее типичная его структура разработана на основе Общеевропейской системы критериев оценки владения языками. Как правило, данная структура варьируется в зависимости от целей обучения, возраста и уровня владения языком обучающихся, но основными его разделами остаются языковой паспорт, языковая биография и досье. С учетом интеграции ИКТ в учебный процесс языковой портфолио может быть представлен в электронном варианте, так называемый «е-портфолио» или «webfolio».

Первые два раздела языкового портфолио отмечаются ярко выраженным рефлексивным элементом.

Раздел «языковой паспорт» как правило включает в себя перечисление изучаемых языков, факты межкультурных контактов, опыт пребывания в зарубежных странах информацию о личных достижениях обучающихся, а также результаты самооценки сформированности навыков и умений. Также, рефлексивный компонент в данном разделе может быть представлен в качестве ответов на вопросы “Why do I learn English?”, “What must I know and do?”. При ответах на данные вопросы обучающиеся могут ознакомиться с системой уровней владения языком и оценить себя путем заполнения соответствующих таблиц.

Раздел «языковая биография» обычно описывает процесс иноязычного образования с точки зрения обучающегося. Здесь он определяет цели обучения на определенный период (как правило, в рамках темы, предлагаемой учителем), описание конкретных проблемных ситуаций, с которыми сталкивался обучающийся, а также личностные стратегии по успешному разрешению проблемы. В данном разделе также могут содержаться рекомендации психологической службы по наиболее эффективным способам изучения и запоминания нового материала (учебный стиль, тип мышления, особенности темперамента).

В разделе «Досье» представляются материальные свидетельства для иллюстрации языковых умений. Обязательным компонентом здесь является не только количественная, но и качественная оценка результатов учебной деятельности. Качественная отметка может выражаться в следующих оценочных суждениях обучающегося “I am proud of this work because…”, “This shows how much I have improved in …”.

Таким образом, технология портфолио в настоящее время является одной из наиболее перспективных. В силу различных подходов к трактованию данного понятия относительно применения в образовательном процессе учитель может выбрать собственную траекторию для ее реализации. Преимуществом данной технологии, определяющим ~~ее~~ инновационный характер, является смещение акцентов на достижения и успехи ученика на основе самоанализа и рефлексии. Технология также позволяет обучающимся дать оценку своим знаниям, умения и навыкам в соответствии с общепринятой европейской системой критериев. Отличаясь гибкостью и продуктивностью, технология портфолио реализует аутентичный характер оценки и самооценки языковой компетенции.

Важным компонентом в технологии портфолио в целом, и в технологии языкового портфолио в частности является тот факт, что «неизбежно происходит осмысление учеником своих достижений, формирование личного отношения к полученным результатам и осознание своих возможностей» [2].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кукуев, А. И. Портфолио в зарубежном опыте образования взрослых. / А. И. Кукуев // Вестник непрерывного образования. №3-4: научный журнал. – Ростов н/Д : ИПО ПИ ЮФУ, – 2008. – С. 31-34

2. Моисеева, Г. Ю. Портфолио ученика начальной школы / Г. Ю. Моисеева // Начальная школа – 2012. – №8. – С. 23-25.

3. Полат, Е. С. Новые педагогические и информационные технологии в системе образования / Е. С. Полат – М., 2002 – 270 с.

4. Щетинина, В. В. Технология «Портфолио» подготовки студентов к преподавательской деятельности в педагогических колледжах / В. В. Щетинина // Вектор науки ТГУ – № 4(11). – 2012. – С. 339-342.

УДК 371.39

С. Н. СОБКО

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии Ю. А. Тищенко

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕТРАДИЦИОННЫХ ФОРМ УРОКОВ ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ УЧАЩИХСЯ НА УРОКАХ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

Изменения в современном социокультурном пространстве предъявляют достаточно высокие требования к интеллектуальному развитию человека. В настоящее время социальный заказ общества направлен на формирование творческой личности, которая обладает знанием основ наук, общей культурой, умениями самостоятельно мыслить, творчески решать жизненные и профессиональные вопросы. Такая личность начинает формироваться в средней школе, поэтому именно в школе происходит постоянный поиск форм и приемов, который позволяет соединить в единый процесс работу по образованию, развитию и воспитанию учащихся на всех этапах обучения, формируя личность учащегося с учетом его индивидуальных способностей и возможностей.

В связи с вышесказанным встает вопрос о развивающем потенциале иностранного языка как предмета. Английский язык как язык международного общения включает разнообразную тематику для диалога с миром: искусство, образование, глобальные проблемы человечества, среди которых занимают проблемы состояния и охраны окружающей среды, преодоление локальных и региональных конфликтов и войн. Развивающий потенциал процесса обучения английскому языку характеризуется с

помощью следующих целей обучения: формирование уважения и интереса к культуре станы изучаемого языка, воспитание культуры общения и потребности в практическом использовании языка; развитие языковых способностей, интеллектуальных и познавательных умений. Вследствие этого, изучение английского языка в средней школе дает возможность разностороннего развития личности ученика.

Существенным важный фактором, который стимулирует процесс иноязычной коммуникации – это мотивация к изучению усвоения английского языка. Мотивация имеет связь с обнаружением в предмете деятельности субъектом личностного смысла и значимости для жизни. Как отмечает В.К. Вилюнас: «К мотивации относится все то, что побуждает реально совершаемую активность: обобщенные и более конкретные жизненные цели, ради которых человек учится, работает … – достижению которых он посвящает всю свою жизнь» [1, с. 23]. Мотивационная сфера личности, согласно учению А.Н. Леонтьева [2, с. 2], состоит из идеалов, потребностей, мотивов, целей, интересов и др. Разнообразные мотивы деятельности, как отмечает А. Н. Леонтьев [2, с.6], «оценивают» жизненное значение для субъекта объективных обстоятельств и его действий, придают им личностный смысл.

Мотивы могут быть:

внешними положительными мотивами (стремление успешно учиться в школе; иметь потребность в достижении уважения со стороны одноклассников и преподавателей);

внешними отрицательными мотивами (стремление избежать критики со стороны одноклассников и учителей; стремление избежать возможных наказаний);

внутренними мотивами (удовлетворение от самого процесса и результата при изучении иностранных языков; возможность раскрыть свой творческий потенциал и т.п.).

Психологи считают, что внешняя мотивация является непродуктивной и кратковременной. Когда ученик осуществляет учебную деятельность на основе внешней мотивации, он часто испытывает внутренний дискомфорт несогласованности требований деятельности с его внутренними глубинными потребностями и мотивами. При возникновении дополнительных трудностей или снижении интенсивности внешнего фактора (уменьшение угрозы наказания) происходит прекращение деятельности. Внутренняя мотивация – это заинтересованность человека в своей деятельности, т.е. само мотивация. Мотивация зависит от значимости учебной деятельности для учащегося, любопытства, соперничества.

В средней школе мотивация к осуществлению учебной деятельности чаще всего выступает в форме интереса. Для формирования такого стойкого

интереса к изучению английского языка целесообразным представляется проведение нетрадиционных форм уроков [3, с. 31]. После усвоения одной темы или нескольких тем нетрадиционный урок английского языка способен к реализации. Такие уроки происходят в необычной и нестандартной обстановке. Смена привычной обстановки на уроке английского языка уместна, также образуется атмосфера праздника во время подведения итогов сделанной работы и снимается психологический барьер, возникающий в традиционных условиях из-за боязни совершить какую-либо рода ошибку. Проводятся нетрадиционные формы урока только при обязательном участии всех учащихся в классе. Нетрадиционные формы уроков происходят с использованием средств не только аудио, но и зрительной наглядности. Происходит достижение разнообразных целей методического, педагогического и психологического характера, а именно: осуществление контроля знаний, навыков обучающихся по определенной теме и появляется рабочая атмосфера.

Таким образом, исследователи считают, что методически высокоэффективными, реализующими нетрадиционные формы обучения, развития и воспитания учащихся по английскому языку являются урок-мюзикл, урок-спектакль, урок-праздник, видео-урок, урок-экскурсия, урок-интервью.

Рассмотрим несколько видов нетрадиционных форм проведения уроков [3, с. 45]. Урок-мюзикл способствует развитию мотивации учащихся и помогает ознакомиться с культурами англоязычных стран. Так же стоит отметить, что песенное творчество имеет методические преимущества, в обучении иностранному языку. Урок-мюзикл способствует развитию эстетического и нравственного воспитания учеников и раскрывает их творческие способности. Благодаря пению мюзикла на уроке, создается благоприятная атмосфера, происходит снижение усталости и языковая деятельность начинает активизироваться.

Урок-интервью – это своеобразный диалог по обмену информацией. На таком уроке ученики могут овладеть определенным количеством клише, используя их в автоматическом режиме. В зависимости от поставленных задач тема урока может включать отдельные подтемы, например: «Свободное время», «Планы на будущее», «Биография» и т.д. Во всех этих случаях осуществляется обмен важной информации [4, с. 234]. Однако необходимо отметить, что при работе с такими темами, как «Моя школа» или «Мой город», равноправный диалог теряет смысл, потому что ученикам не нужно обмениваться информацией. Коммуникация имеет чисто формальный характер. Именно в такой ситуации ученик может прибегнуть к элементам ролевого диалога. Один из участников интервью продолжает оставаться самим собой, например, белорусским школьником, а второй

играет роль его зарубежного приятеля. Безусловно, такой урок нуждается в тщательной и продолжительной подготовке. Ученикам нужно самостоятельно работать над заданием по рекомендации учителя. Участники готовят вопросы, на которые хотят получить ответы. Подготовка и проведение урока подобного типа мотивирует учеников к дальнейшему изучению английского языка, помогает более углубленно изучить его, а также способствует расширению кругозора.

Залог успеха изучения иностранного языка в средней школе базируется на формировании мотивации учеников. Мотивация учебного процесса во многом зависит от умения преподавателя правильно организовать занятие и грамотно выбрать тему и форму проведения урока. Нетрадиционные формы проведения уроков не только поднимают интерес учащихся к изучаемому предмету, но и развивают творческую самостоятельность, обучают работе с различной информацией [5, с. 115]. Такие формы уроков «снимают» традиционность урока и оживляют их. Развивающий и воспитывающий потенциал нетрадиционных форм урока заключается не только в формировании интереса и уважения к культуре страны изучаемого языка, но также в воспитании культуры общения и потребности в практическом использовании языка в различных сферах деятельности, в развитии языковых, интеллектуальных и познавательных способностей, развитие ценностных ориентаций, чувств и эмоций ученика.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Егоров, О. В. Коммуникативная функция учебного занятия. // Учитель – 2001 – №1 – с. 52-54

2. Елухина, Н. В. Роль дискурса в межкультурной коммуникации и методика формирования дискурсивной компетенции. // ИЯШ – 2002 – №3. – С. 9-13

3. Лукьянчикова, Н. В. Обучение иностранному языку на начальном этапе обучения. // – Начальная школа – 2001 – №11 – с. 49-51

4. Подласый, И. П. Педагогика : учеб. для студентов высших учебных заведений / И. П. Подласый. – М.: ВЛАДОС, 2001. – 576с.

5. Рогова, Г. В. Методика обучения английскому языку на начальном этапе в общеобразовательных учреждениях: пособие для учителей и студентов пед. вузов / Г. В. Рогова, И. Н. Верещагина. – М. : Просвещение, 2000. – 232с.

УДК 372.881.111
А. В. ТЕРЕШКО
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. А. Тарасевич, кандидат филологических наук, доцент

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИНОЯЗЫЧНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Современная система образования тесно связана с использованием различных образовательных технологий. Применение новейших технологий позволяет активно использовать в обучении научный потенциал ведущих мировых учебных заведений, обеспечивает большую доступность информации, способствует развитию творческого потенциала учащихся. Каждый ученик учится по-разному, а новые технологии в образовании позволяют преподавателям приспосабливать уникальные стили обучения в каждом конкретном случае.

В то время как образовательные модели прошлого были сосредоточены на предоставлении учащимся необходимых навыков, чтобы превратить их в квалифицированных работников, современные педагоги больше озабочены обучением тому, как учиться самостоятельно.

Согласно мнению Е. А. Дзюба [1] к современным технологиям обучения относят:

- обучение в сотрудничестве;
- проектные технологии;
- использование интенсивных методов обучения;
- информационно-коммуникационные технологии, использование технических средств обучения, дистанционно обучение;
- разноуровневое (дифференцированное обучение);
- модульное обучение.

Процессы информатизации в современном обществе, характеризуются совершенствованием и массовым распространением современных ИКТ. Их активно используют для передачи данных и обеспечения взаимодействия учителя и обучаемого в современной системе дистанционного и открытого образования.

Благодаря научно-техническому прогрессу, в настоящее время в образовательном процессе компьютерно-коммуникационные средства применяются все чаще. Информационные технологии способствуют возникновению все более эффективных программно-дидактических систем, расширяют возможности преподавания и стимулируют познавательную деятельность учащихся. Современная система образования в качестве своей

цели ставит адаптацию личности учащегося к новым социальным ролям, стимулирует саморазвитие и развивает критическое мышление.

В учебно-воспитательном процессе использование информационно-коммуникативных технологий помогает интенсифицировать и индивидуализировать обучение, способствует повышению интереса к предмету, дает возможность избежать субъективной оценки.

В обучении английскому языку использование компьютера и цифровых образовательных ресурсов помогает учащимся преодолеть психологический барьер на пути использования иностранного языка как средства общения.

В качестве средства обученя информационно-коммуникативные технологии могут выступать и как средство подачи материала, и как средство контроля. Они обеспечивают высокое качество подачи материала и используют различные коммуникативные каналы (текстовый, звуковой, графический, сенсорный и т.д.). Новые технологии позволяют индивидуализировать процесс обучения по темпу и глубине прохождения курса. Такой дифференцированный подход дает большой положительный результат, т. к. создает условия для успешной деятельности каждого ученика, вызывая у учащихся положительные эмоции, и, таким образом, влияет на их учебную мотивацию.

В отличие от традиционных методик при использовании интерактивных форм обучения ученик сам становится главной действующей фигурой и сам открывает путь к усвоению знаний. Учитель выступает в этой ситуации активным помощником, и его главная функция – организация и стимулирование учебного процесса.

Методисты выделяют несколько классификаций средств ИКТ. В соответствии с первой классификацией, все средства ИКТ, применяемые в системе образования, можно разделить на два типа: аппаратные (компьютер, принтер, сканер, фотоаппарат, видеокамера, аудио- и видеомагнитофон) и программные (электронные учебники, тренажеры, тестовые среды, информационные сайты, поисковые системы Интернета и т. д).

С точки зрения использования, ИКТ технологии можно разделить на несколько типов: [2]

– технологии для поиска литературы, в Internet с применением браузеров типа Internet Explorer, Mozilla Firefox и др., различных поисковых систем и программ для работы в режиме online (Yandex.ru, Rambler.ru, Mail.ru и т. д) и работы с ней (реферирование, конспектирование, аннотирование, цитирование, создание слайдов-презентаций в режиме online);

– технологии для работы с текстами, используя пакет основных прикладных программ Microsoft Office: Microsoft Word позволяет создавать и редактировать тексты с графическим оформлением; Microsoft Power Point

позволяет создавать слайды-презентации для более красочной демонстрации материала; Microsoft Excel позволяет выполнять вычисления, анализировать и визуализировать данные и работать со списками в таблицах и на веб-страницах; Microsoft Office Publisher позволяет создавать и изменять буклеты, брошюры и т. д;

– технологии для автоматического перевода текстов с помощью программ-переводчиков (PROMTXT) и электронных словарей (AbbyLingvo7.0);

– технологии для хранения и накопления информации (CD-, DVD-диски, Flash-диски);

– технологии для общения (Internet, электронная почта, Skype, Hangout и т. д);

– технологии для обработки и воспроизведения графики и звука (проигрыватели Microsoft Media Player, zplayer, программы для просмотра изображений CorelDraw, PhotoShop), программы для создания схем, чертежей и графиков (Visio и др.).

Широкое применение информационных образовательных технологий дает возможность раскрыть потенциал учащихся, создает благоприятные условия для успешного поиска и получения информации, для развития коммуникативных и познавательных способностей ученика, для формирования умений быстро принимать решения в сложных ситуациях. Когда учителя обладают цифровой грамотностью и обучены использованию ИКТ, эти подходы могут привести к развитию навыков мышления более высокого порядка, предоставить творческие и индивидуальные возможности для обучающихся, и подготовить их справляться с текущими технологическими изменениями в обществе и на рабочем месте. Хотя образование в прошлом было сосредоточено на преподавании и обучении знаниям, умениям и навыкам, информационные технологии повлияли на изменение его целей, поэтому в настоящее время образование все чаще воспринимается как процесс создания, сохранения, интеграции, передачи и применения знаний. Восприятие самого знания также изменилось, в то время как при традиционном обучении знание воспринимается как неизменное, в рамках ИКТ технологий оно определяется как «ревизионное, творческое, личное и плюралистическое».

Обучение с использованием ИКТ направлено на создание благоприятной среды обучения иностранным языкам, что позволяет применять такие формы работы, которые дают возможность учащимся отрабатывать произношение, расширять лексический запас, работать над грамматикой, используя аутентичный учебный материал и творческий потенциал самого учащегося.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дзюба, Е. А. Использование современных технологий обучения в вузе // Северо-Кавказский психологический вестник. 2009. №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie–sovremennyh–tehnologiy–obucheniya–v–vuze (дата обращения: 18.02.2018).

2. Данильчук, Е. В. Информационные технологии в образовании: учебное пособие / Е. В. Данильчук. – Волгоград : Перемена. 2006. – 183 с.

УДК 811.11-112

О. В. ЦАРУК

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии Н. Н. Столярчук

ЛИНГВОКУЛЬТУРНАЯ ИНТЕРФЕРЕНЦИЯ КАК АСПЕКТ ИЗУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

В современной науке все чаще появляются исследования, ориентированные на выявление национально-культурной специфики лексических единиц английского языка и особенностей межкультурной коммуникации, обусловленных особенностями мировосприятия английского языкового сообщества, а также трудностью вычленения культурной коннотации, явной для носителей языка и невидимой для иноязычных пользователей в процессе межкультурного общения. Даже у тех, кто владет английским языком как иностранным и может свободно общаться на английском и читать литературу на языке оригинала, возникают коммуникативные недоразумения, объясняемые отсутствием необходимой коммуникативной компетенции и вызываемой этим лингвокультурной интерференцией.

Расширение международных контактов, интернационализация всех сфер жизни потребовали применения лингвокультурологического подхода к исследованию интерференции. Лингвокультурная интерференция возникает тогда, когда каждый участник коммуникации ведет ее на базе собственной культуры с использованием общего языка общения. В такой ситуации отчетливо проявляется противопоставление своего чужому. Зачастую участники диалога понимают друг друга с позиций собственных культур, которые существенно отличаются друг от друга. Основные причины неудач в процессе коммуникации лежат в ином отношении к миру и другим людям. Восприятие другой культуры под углом своей культуры становится причиной интерференции.

Многие исследователи подчеркивают, что культура является ключом к пониманию и изучению языка. В частности, лексика, характеризующая быт, явления жизни и историю одной страны, часто не имеет точных эквивалентов в языке других народов. За одной и той же лексической формой в каждом языке могут скрываться очень разные понятия. Носители языка обычно этого не осознают, а для представителей иной культуры такие лексические единицы затрудняют процесс коммуникации.

Так, к примеру, для американцев трудным и не вполне ясным является понятие «душа», они в своей письменной и устной речи чаще всего заменяют «душу» *(soul)* на «сердце» *(heart)*: *со всей душой, от души – with all my heart; душа нараспашку – to wear one's heart on one's sleeve*.

Другие, довольно обычные русские выражения со словом «душа» переводятся на английский с опущением слов *soul* и *heart: жить душа в душу – to live in harmony, to get along beautifully; душа не на месте – to feel anxious, worried, troubled.* Высказывая свое мнение о человеке, американцы обычно говорят не о его душе или сердце, а о его уме *(mind)* и интеллекте *(intelligence / intellect).*

Для американца, который стремится не судить о людях слишком жестко, а говорить о производимом ими впечатлении, а не об их личных качествах, симпатичный человек – это *a nice person* («приятный»). Но *He's a nice person* гораздо сильнее дословного русского перевода «Он человек приятный». У американцев *a nice person* – это «хороший/добрый», а не просто приятный или компанейский. «Хороший» в переводе на английский – *a fine person.*

«Он человек веселый» нельзя перевести как *he's a cheerful person*. Лучше сказать, *he's a very positive person* («он оптимист»), *he's always upbeat / in a good mood* («он всегда в хорошем духе / настроении»), *he's got a great sense of humor* («у него прекрасное чувство юмора»).

Таким распространенным русским словам, как «неприятность» и «неприятный», не всегда соответствует английское *unpleasant.* Часто это слово переводится как *problems* или *trouble.* «У него на работе сейчас большие неприятности» лучше перевести как *He's got a lot of problems / He's in real trouble right now at work.*

Что же касается слова *problem,* то оно для англоговорящего означает вопрос, по которому есть серьезные расхождения в позициях сторон или который будет сложно решить. Если таких спорных или сложных вопросов нет, то лучше не пугать собеседника и предупреждать не о «проблемах» *(problems),* а говорить: *the list of items on our agenda / the subjects / topics for our discussion / talks / negotiations.*

Многозначное русское слово *«ничего»* может иметь различные соответствия в зависимости от контекста. Так, русскому разговорному *«Погода сегодня ничего»* соответствует английский вариант *"The weather today is OK /*

quite all right". Предложение «Многие рассказы этого автора, по-моему, очень даже ничего» переводится как *"I rather like some of that author's stories / I think some of that author's stories are really quite OK / interesting / good". Фраза «Ничего подобного»* соответствует английским вариантам *"No, nothing like that / No, I meant something quite different", либо "Nothing of the sort".*

В русском языке есть много способов вежливо обратиться с просьбой. Это сослагательное наклонение с частицей «бы», модальные глаголы, уменьшительно-ласкательные суффиксы, а также русское вежливое слово *«пожалуйста»*. Желание или просьба также часто выражаются с помощью отрицательных конструкций.

В английском в таких ситуациях ключевыми словами являются *please* или *thank you.* Так, обычная русская фраза *«Скажите, пожалуйста»,* переведенная на английский буквально *(Tell me please),* может оказаться грубой или насмешливой. Наиболее уместные английские варианты: *Could you please tell me?* или *Excuse me, could you tell me?*

Отказ выполнить просьбу или предупреждение, что делать что-то не стоит также нуждаются в переосмыслении для того, чтобы подобрать правильное соответствие в английском языке. Если невозможно исполнить просьбу или приказ, лучшим ответом является: *"I'm afraid I'm not up to it / that". «Ни в коем случае!»* по-английски звучит как *"No way"* или *"Out of the question".*

Выражению *«Не за что»* в английском обычно соответствует *"You're welcome"* или более формально *"Don't mention it / My pleasure".* Если человек выражает слишком горячую благодарность, русскому ответу *«Ну, полно, что вы!»* соответствует английское *"Really, that's (a big) nothing! / Come on!"* или просто *"My pleasure".*

В процессе общения смысловую нагрузку несут не только слова, но и паузы, интонация, жесты, которые в большинстве культур неодинаковы и поэтому препятствуют взаимопониманию. Например, свистом в конце театрального представления американские слушатели выражают свое одобрение, тогда как во многих странах подобная реакция была бы проявлением негативного отношения к спектаклю. Жест, интонационная структура, манера поведения за столом, совершенно естественные в одной стране, в другой могут быть восприняты как оскорбление.

Таким образом, прогнозирование лингвокультурной интерференции направлено на создание условий для такого взаимодействия представителей разных культур, при котором возникает гармоничный диалог культур, предполагающий равноправие участников, толерантность, согласие, взаимопонимание, на формирование умений адекватно вербально и невербально реагировать на ситуацию общения.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Wierzbicka, A. Understanding Cultures Through Their Key Words / A. Wierzbicka. – New York and Oxford: Oxford University Press, 1997. – 83 p.

2. Тимачев, П. В. Лингвокультурная интерференциякак коммуникативная помеха: на материале английского языка: дис. канд. филол. наук: 10.02.04 / П. В. Тимачев. – Волгоград, 2005. – 179 с.

КОМПЕТЕНТНОСТНЫЙ ПОДХОД В ИНОЯЗЫЧНОМ ОБАЗОВАНИИ

УДК 376.1

М. К. АЛЕКСАНДРОВИЧ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики А. С. Секержицкая

DIVERSITY IN CLASSROOMS: LEARNING STYLES

Learning style is a popular concept in education and is intended to identify how people learn best. It is often recognized that there are differences in the ways individuals learn. The idea underpinning learning styles is that individuals all have particular approach or style of learning. The theory is that learning will therefore be more effective or more efficient if pupils are taught using the specific style or approach that has been identified as their learning style.

Learning styles can be defined as the characteristics and preferred way which a person uses to gather, identify and process information. For A. Kolb, an American educational theorist, learning style is the process in which a person receives new information and skills.

It’s recognized that each person prefers different learning styles and techniques. And a learning style is a person’s preferred way of learning. This is the basis of the study of the learning styles. Some researchers believe that learners show a preference for using different senses to learn. The term “Learning styles” refers to the concept that individuals differ in regard to what mode of instruction

or study is most effective for them. Each of us has a dominant style of learning with far less use of the other styles.

Taking into consideration that people have preferred various ways of learning, much research has gone into discovering the different styles. Over the years several theories and types of Learning Style Models have been developed. Since the 1970-s researchers have theorized models to describe individual differences in learning. Everyone has a mix of preferred learning styles. These preferences guide the way we learn. They determine the way an individual mentally represents and recalls information. Research shows that different learning styles involve different parts of the brain. Unfortunately, there is no universally accepted model of learning styles. Rather there are dozens of competing models. There are many different ways of categorizing learning styles. The following most widely used models are recognized:

Neil Fleming's VARK Model [1];

David Kolb's Model of Learning Styles [2];

The "Seven Learning Styles" [3].

Neil Fleming's VARK Model is one of the most common and widely used categorizations of learning styles. According to this Model most people fall into four main categories of learners. These four categories are:

V – Visual;

A – Aural;

R – Read/Write;

K – Kinesthetic.

As their names suggest, Visual Learners learn best by seeing, Aural Learners learn best through their listening, Read/Write Learners learn best by reading texts and exercising writing, and Kinesthetic Learners learn best when they can touch and feel or do things they are taught. These four categories of learners have certain characteristics specific to them.

Auditory learners prefer to receive ideas and information by hearing them. They like lectures, tapes, discussions. They often benefit from discussion-based classes and the opportunity to give oral presentations.

Visual learners prefer to receive information by seeing it. Outlines, graphs, maps and pictures are useful in helping these students learn.

Read/Write learners enjoy reading and writing.

Kinesthetic learners tend to learn best via movement and touch. Because they like movement, they may take many notes and learn best when allowed to explore and experience their environment. They prefer active exploration of the world such as science projects, building models, and active experiments.

Learners can also learn through a combination of two, three or even four learning styles.

Despite the criticism and lack of empirical support, the VARK model remains fairly popular among both students and educators.

David Kolb's Model of Learning Styles is one of the best-known and widely used learning styles theories. Kolb's learning theory sets out four distinct learning styles (or preferences) which are based on a four-stage learning cycle. This model classifies students as to how they take information in, through concrete experience or abstract conceptualization, and by how they internalize information, through active experimentation or reflective observation. Thus, the four types of learners in Kolb's Learning Styles Model are:

Type 1 – Concrete-Reflective

Type 2 – Abstract-Reflective

Type 3 – Abstract-Active

Type 4 – Concrete-Active

Type 1 – Concrete-Reflective

Typically asks "Why?";

Responds well to explanations of how course material relates to their experience, their interests and their future careers;

To be successful with Type 1, the instructor should act as a motivator.

Type 2 – Abstract-Reflective

Typically asks "What?";

Responds well to information that is presented in an organized, logical fashion and benefits when given some time to reflect upon the material;

To be most effective for a Type 2 learner, the instructor should function as an expert.

Type 3 – Abstract-Active

Typically asks "How?";

Responds well to working actively on well-defined tasks by trial-and-error in an environment that allows him to make mistakes safely;

The instructor should function as a coach by providing guided practice and feedback.

Type 4 – Concrete-Active

Typically asks "What if?";

Prefers to apply course material in new situations to solve real problems;

The instructor should stay out of the way to let students discover things on their own.

The last mentioned above learning style is ***The "Seven Learning Styles"***. It is the most commonly accepted model. The learning styles are as follows:

Visual;

Aural;

Verbal;

Physical (or kinesthetic);

Solitary;
Social;
Logical (or mathematical).

Visual leaners have an ability to perceive and learn best by seeing. They prefer to learn through pictures, diagrams and images. They create vivid mental images to remember information and enjoy viewing pictures, maps and charts.

Aural (Auditory/Musical) learners learn best through their listening. They tend to think in rhythms and patterns and are particularly sensitive to sounds in the immediate environment. They like lectures, discussions and tapes.

Verbal learners. Words are their strong point. They prefer to use words both in speech and writing.

Physical (or kinesthetic) learners use hands, body and sense of touch to help in learning. They must act things out.

Solitary *learners* like to work alone. They use self-study and prefer their own company when learning.

Social learners like to learn new things being a part of a group. Explaining their understanding to a group helps them to learn.

Logical (Mathematical) learners use logic reasoning systems and sequences to learn. These learners also seek to understand the "why" behind each new concept and like to experiment.

The validity of learning styles theory has been questioned and criticized extensively. Many articles on learning styles presume the validity of the concept. It is believed that understanding learning styles and awareness of learning style differences can help instructors teach in a manner that effectively reaches most students. The "learning style" idea has snowballed – as late as 2014 – more than 90% of teachers in various countries believe it. The popularity of this concept grew dramatically during the 1970s and 1980s despite the evidence suggesting that personal learning preferences have little to no actual influence of learning results. There has been recent controversy regarding the subject of learning styles. Many education psychologists and others involved in researching educational theories are highly critical that students possess fixed learning styles, which teachers must address so that the students can learn. They believe that the idea of different learning styles isn't supported by existing research. The evidence for the lack of impact of using learning styles approaches has been shown in a number of studies. There is evidence that it is unhelpful to assign learners to groups or categories on the basis of a supposed learning style. The lack of impact of learning styles has been documented at all stages of education, but it is particularly important not to label primary age pupils or for them to believe that their lack of success is due to their learning style. And yet many in legal education think of the existence of learning styles as being settled fact. While the existing research has

found that matching teaching methods to learning styles has no influence on educational outcomes, the concept of learning styles remains extremely popular.

REFERENCES

1. The V-A-R-K Learning Styles [Electronic resource]. – Mode of access: www.learnersbubble.com/the-v-a-r-k-learning-styles. – Date of access: 15.03.2019.

2. Learning Styles [Electronic resource]. – Mode of access: www.mbaknol.com/human-resource-management/learning-styles. – Date of access: 15.03.2019.

3. Learning Styles: What are They, Models and Discussion [Electronic resource]. – Mode of access: blog.cognifit.com/learning-styles. – Date of access: 15.03.2019.

4. Bachelor of special education: Self-learning material. Inclusive education [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.bhojvirtualuniversity.com/slm/bedsede/sesld01.pdf – Date of access: 21.11.2018.

УДК 1174

И. Г. БАГАЛЬ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Г. В. Нестерчук, доцент.

АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ЯЗЫКОВОЙ СРЕДЫ НА УРОКАХ ИННОСТРАННОГО ЯЗЫКА

«Аудиовизуальные технологии обучения – это образовательная деятельность, основанная на использовании аудиовизуальных (технических) средств обучения при работе с учебной информацией» – поясняет Шкрабо О. Н. Благодаря современным технологиям использование на занятиях по иностранному языку аудиовизуальных материалов упрощает процесс обучения. Использование аудиовизуальных материалов предоставляет возможность просмотра специализированных учебных фильмов, учебных видеопрограмм, использование различных аудио пособий, а также игровых сценариев. Аудиовизуальные материалы помогают не только услышать элементы речи (паузы, изменения интонации, междометия и т. д.), но и позволяют наблюдать за визуальными элементами (жесты, мимика лица и т. д.). Экспериментально доказано, что информация, полученная одновременно с помощью зрения и слуха, способствует лучшему пониманию и запоминанию. Информация, полученная

посредством слуха и зрения по раздельности, воспринимается менее обостренно. Таким образом, правильно подобранные аудиовизуальные материалы вызывают больший интерес у аудитории, тем самым являясь дополнительной мотиваций [1]. Усвоение звукопроизносительных норм языка и лексико-грамматических единиц упрощается посредством корректно подобранных зрительно-слуховых образцов (звукозапись, видеофильмы, компьютерные программы) [2].

При планировании иностранного урока, одной из основных задач для учителя является погружение в иноязычную атмосферу. Овладение языком вне его среды предоставляет большую трудность. Чтобы корректно уяснить специфику общения и поведения носителей языка нужно их слышать, а также видеть обстановку в которой происходит акт общения. Поскольку изучение иностранного языка проходит вне иноязычной языковой среды, то возникает необходимость компенсации. Отсутствие компенсируется, как принято, использованием аудиовизуальных материалов. Они позволяют погрузиться в иноязычную среду и стимулируют речевую деятельность обучающихся [3]. К числу преимуществ использования иноязычных материалов также относятся:

- способность ускоренного формирования и развития слухового самоконтроля;
- способность выполнения большого количества активных упражнений вместе со всеми учениками одновременно;
- максимально успешное и долгое привлечение внимания, благодаря яркости и неординарности;
- возможность задействования внутренних ресурсов, а именно применение аналитических и имитационных способностей учащихся [4].

Традиционные устные инструкции могут быть не всегда понятны для учащихся. Тем не менее, использование аудиовизуальных средств обеспечивает внутреннюю мотивацию, усиливая их любопытство и стимулируя их интерес к предмету.

В настоящее время учителю предоставляются широкие возможности по внедрению в процесс обучения иностранного языка различных учебных материалов. Они могут быть задействованы из различных английских пособий, журналов и статей, видео фрагментов, а также целых учебных фильмов. Одним из общих условий эффективного применения данных материалов в процессе обучения является соблюдение правил и принципов введения иноязычного материала. К числу общих принципов, Р. П Мильруд относит принцип минимизации. Р. П Мильруд объясняет важность этого принципа тем, что использование слишком большого количества материала пагубно сказывается на его восприятии и последующем усвоении. Р. П Мильруд дополняет: «Тематический минимум должен отражать

основные области изучения страноведения». Р. П Мильруд считает, что необходимо отбирать узко целенаправленный материал для конкретной языковой ситуации и объединять детей в пары или группы. Для лучшего эффекта, предлагается вариант использования метода проектов [5].

Использование аудиовизуальных средств заставляет учащихся запоминать концепцию на более длительный период времени. Они передают то же значение, что и слова, но дают четкие и наглядные понятия, что помогает повысить эффективность усвоения. Они помогают поддерживать дисциплину в классе, поскольку все внимание учащихся сосредоточено на обучении, а именно, на предоставленных материалах. Этот интерактивный сеанс также развивает критическое мышление и рассуждение, которые являются важными компонентами учебно-обучающего процесса.

Аудиовизуальные материалы являются важными инструментами для проведения успешного учебного процесса. Они помогают преподавателю эффективно проводить урок. Учащиеся в течении длительного времени пребывают в иноязычной атмосфере. Происходит более длительное восприятие и усвоение материала. Использование аудиовизуальных средств улучшает критическое и аналитическое мышление учащихся. Тем не менее, неправильное и незапланированное использование этих средств может оказать негативное влияние на результаты обучения. Поэтому учителя должны быть хорошо подготовлены к обучению без отрыва от работы, чтобы максимизировать преимущества использования аудиовизуальных средств. [6] Из всего вышесказанного можно сделать вывод о том, что использование аудиовизуальных средств на уроках английского языка является эффективным средством формирования и совершенствования навыков английского языка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шкрабо, О. Н. Аудиовизуальный метод в обучении иностранному языку в высшей школе / О. Н. Шкрабо // Молодой ученый. – 2013. – №12. – С. 543-545.

2. Фетисова, С. А. Возможности аудиовизуальных средств обучения в создании языковой среды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://urok.1sept.ru/%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D0%B8/642228/. – Дата доступа: 08.03.2018.

3. Беляева, Л. А. Интерактивные средства обучения иностранному языку. Интерактивная доска [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://urait.ru/uploads/pdf_review/03860B89-5D45-455F-97E4-BB68E75AF608.pdf. – Дата доступа: 08.03.2018

4. Носкова, Т. Н. Аудиовизуальные технологии в образовании / Т. Н. Носкова. – 2014. – 326 с.

5. Инфоурок. Аутентичные материалы как средство повышения мотивации у учеников средней школы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://infourok.ru/autentichnie-materiali-kak-sredstvo-povisheniya-motivacii-u-uchenikov-sredney-shkoli-1174772.html – Дата доступа: 08.03.2018.

6. Мамейчик, Г. А. Использование аудиовизуальных средств на уроках английского языка в школе [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/9(48).pdf – Дата доступа: 09.03.2018.

УДК 371.39

О. А. ГЕРАСИМОВИЧ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии Ю. А. Тищенко

ПРИЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ РЕФЛЕКСИИ НА УРОКАХ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

В психологии рефлексию рассматривают как размышление человека, направленное на анализ самого себя (самоанализ), собственных состояний, своих поступков и прошедших событий. При этом глубина рефлексии, самоанализ зависит от степени образованности человека, развитости морального чувства и уровня самоконтроля. Рефлексия, в упрощенном определении, – это «разговор с самим собой». Слово рефлексия происходит от латинского reflexio – обращение назад. Словарь иностранных слов определяет рефлексию как размышление о своем внутреннем состоянии, самопознание. Толковый словарь русского языка трактует рефлексию как самоанализ. В современной педагогике под рефлексией понимают самоанализ деятельности и ее результатов [3, с. 438].

Этап рефлексии является обязательным условием создания развивающей среды на любом уроке в средней школе. Рефлексия помогает ученикам сформулировать получаемые результаты, определить цели дальнейшей работы, скорректировать свои последующие действия. Рефлексия связана с формированием личностных, регулятивных и коммуникативных универсальных учебных действий, с технологией критического мышления. Системообразующим компонентом в подготовке конкурентноспособного, компетентного профессионала выступает сформированность рефлексивных

умений в соотвествии с уровнями от высшего к низшему. Так, М. Н. Демидко описывает рефлексивные умения в соотвествии с психологической структурой педагогического деятельности, представленной в виде следующих элементов: цель – способ – результат [2, с. 23].

В современной дидактике под рефлексией понимают процесс самоидентификации субъекта педагогического взаимодействия со сложившейся педагогической ситуацией, с тем, что составляет педагогическую ситуацию: учащимися, учителем, условиями развития участников педагогического процесса, средой, содержанием, педагогическими технологиями и т.д. Рефлексия включает следующие компоненты: рефлексию учителем деятельности учащихся; рефлексию учителем своей педагогической деятельности; рефлексию учителем педагогического взаимодействия; рефлексию учащихся своей деятельности; рефлексию учащихся деятельности учителя; рефлексию учащимися педагогического взаимодействия. Так как педагогический процесс организуется и осуществляется учителем для создания условий развития учащихся, то и все компоненты рефлексии в педагогическом процессе обусловлены рефлексией учащихся своей деятельности в педагогическом процессе. Именно этот компонент делает целесообразным рефлексию деятельности учителя, рефлексию взаимодействия.

В педагогическом процессе рефлексия выполняет ряд функций. Так, диагностическая функция констатирует уровень развития участников педагогического процесса и их взаимодействия, уровень эффективности этого взаимодействия, отдельных педагогических средств. Среди других функций, присущих рефлексии в педагогическом процессе, исследователи отмечают проектировочную (рефлексия предполагает моделирование, проектирование деятельности, взаимодействия участников педагогического процесса, целеобразование в деятельности); организаторскую (рефлексия способствует организации наиболее продуктивной деятельности, взаимодействия учителя и учащихся); коммуникативную (рефлексия является важным условием общения учителя и учащихся); смыслотворческую (рефлексия обусловливает формирование в сознании участников педагогического процесса смысла их собственной деятельности, смысла взаимодействия); мотивационную (рефлексия определяет направленность, характер, результативность деятельности, взаимодействия учителя и учащихся); коррекционную (рефлексия побуждает участников педагогического процесса к корректировке своей деятельности, взаимодействия) [3, с.9].

Организуя рефлексивную деятельность учащихся на занятиях по иностранному языку целесообразно следовать процедуре рефлексии в педагогическом процессе, предложенной С. С. Кашлевым. По мнению

данного исследователя, процедура рефлексии в педагогическом процессе складывается из трех ведущих компонентов: фиксирования состояния развития; определения причин этого; оценки продуктивности развития от состоявшегося педагогического взаимодействия [1, с. 19].

Вначале субъект педагогического взаимодействия вербально фиксирует свое состояние развития в следующих сферах: эмоционально-чувственной сфере (происходило ли нарастание эмоциональной возбудимости; испытывал ли положительные или отрицательные эмоции: радость, огорчение, удовлетворение, разочарование, недоумение, восторг, благодарность, успех и т.д.); сфере потребностей (пассивное или активное состояние; появилось ли стремление, влечение, желание к деятельности, к саморазвитию); мотивационной сфере (какие переживания вызвала деятельность (взаимодействие); насколько деятельность (взаимодействие) оказалась личностно значимой для субъекта; внешние и внутренние мотивы и др.); сфере интересов (какие интересы появились; на что они направлены; уровень развития интереса; познавательные интересы и др.); сфере ценностных ориентаций (что явилось личностной ценностью; как обогатился спектр ценностей; в чем проявилась ценность и т.д.); деятельностной сфере (какую деятельность это взаимодействие провоцирует; какую деятельность корректирует; от какой деятельности заставляет отказаться; насколько обогащает опыт деятельности и т.д.); гностической сфере (что произошло со знаниями; произошло ли наращивание, углубление знаний; систематизировались ли знания; что нового узнал и т.д.); сфере сознания (произошло ли осознание своей деятельности; осознает ли себя субъектом деятельности (взаимодействия); как изменилась «Я-концепция»; самооценка своей деятельности); сфере умений (какие умения приобрел или нет и др.).

Вторым шагом в осуществлении процедуры рефлексии в педагогическом процессе является определение субъектом причин и причинно-следственных связей зафиксированного состояния развития. Среди причин можно отметить: успешность деятельности (взаимодействия); смену видов деятельности; интересное содержание; благоприятную атмосферу общения; возможность творчества; полилог; диалог; личностную ценность; значимость обсуждаемых проблем, осуществляемой деятельности; инновационные педагогические технологии и др. Заканчивается процедура рефлексии в педагогическом процессе оценкой участниками педагогического процесса продуктивности своего развития в результате состоявшегося взаимодействия. Под оценкой имеется в виду мнения самого субъекта педагогического взаимодействия о степени, уровне своего развития и влиянии на него отдельных компонентов педагогического взаимодействия (содержания, деятельности, педагогических технологий, общения и др.); установление самим субъектом

качества, степени, уровня развития, качества реализованного взаимодействия. Критериями оценки при этом являются компоненты состояния развития (т.е. эмоциональное состояние, состояние мотивов, деятельности и т.д.).

Приведем примеры некоторых виды рефлексии, которые можно использовать на уроках по английскому языку [4]:

«Поезд»

На доске поезд с вагончиками, на которых обозначены этапы урока. учащимся предлагают опустить «веселое личико» в тот вагончик, который указывает на то задание, которое было интересно выполнять, а «грустное личико» в тот, который символизирует задание, которое показалось неинтересным. Можно использовать только один жетон усмотрению ученика.

«Поляна».

На доске – поляна из цветов, над каждым цветком – этап урока – (работа с текстом, фонетическая зарядка и т. д.). Перед каждым учеником – бабочка. Учитель предлагает учащимся прикрепить свою бабочку на тот цветок, какой вид деятельности ему понравился больше всего.

«Острова»

На большом листе бумаги учитель рисует «море» с изображением эмоциональных «островов»: о. Радости, о. Грусти, о. Недоумения, о. Тревоги, о. Ожидания, о. Воодушевления, о. Удовольствия, о. Разочарования, и др. Каждому ученику предлагается поставить бумажный кораблик (заранее заготовленный преподавателем) возле одного из островов и объяснить свой выбор. Участники рефлексии имеют право нарисовать на карте и какой-либо новый остров со своим названием, если его не совсем устраивают уже имеющиеся.

«Нарисуй эмоцию»

Всем участникам педагогического взаимодействия раздаются цветные мелки и заранее вырезанные из бумаги «облака», и учитель предлагает учащимся нарисовать эмоцию (радость, грусть, безразличие), которая отражает их состояние во время занятия и прокомментировать свой рисунок. учитель задает алгоритм рефлексии: что нового вы узнали, чему научились; каковы причины этого; как вы оцениваете свое участие на занятии. Затем все участники педагогического взаимодействия поочередно высказываются в соответствии с заданным алгоритмом. Педагог своим высказыванием начинает или завершает рефлексивный круг.

«Цепочка пожеланий»

Каждому участнику состоявшегося педагогического взаимодействия по цепочке (в определенной последовательности) предлагается обратиться с пожеланиями к себе и другим по итогам взаимодействия. Пожелания

могут быть направлены на предстоящее взаимодействие, будущие дела. Заканчивает цепочку пожеланий педагог, подводя определенный итог.

Синквейн (пятистишье).

Синквейн может применяться как заключительное задание по пройденному материалу.

первая строка – название темы (одно существительное);

вторая – описание темы в двух словах, два прилагательных;

третья – строка описание действия в рамках этой темы тремя словами;

четвертая строка – это фраза из четырех слов, показывает отношение к теме (целое предложение);

последняя строка – синоним, который повторяет суть темы.

«Плюс-минус-интересно»

Этот вид рефлексии позволяет учителю взглянуть на урок глазами учеников, проанализировать его с точки зрения ценности для каждого ученика. «Плюс-минус-интересно» можно выполнять как устно, так и письменно, в зависимости от наличия времени. Для письменного выполнения предлагается заполнить таблицу из трех граф. В графу «П» – «плюс» записывается все, что понравилось на уроке, информация и формы работы, которые вызвали положительные эмоции, либо по мнению ученика могут быть ему полезны для достижения каких-то целей. В графу «М» – «минус» записывается все, что не понравилось на уроке, показалось скучным, вызвало неприязнь, осталось непонятным, или информация, которая, по мнению ученика, оказалась для него не нужной, бесполезной с точки зрения решения жизненных ситуаций. В графу «И» – «интересно» учащиеся вписывают все любопытные факты, о которых узнали на уроке и что бы еще хотелось узнать по данной проблеме, вопросы к учителю.

Необходимо отметить, что рефлексия способствует не только развитию теоретических и практических знаний учащихся по английскому языку, но и формированию основных когнитивных процессов. Благодаря рефлексивной деятельности учащиеся лучше усваивают учебный материал. Кроме того у них появляется возможность оценить полученные результаты, определить цели своей работы и способы ее коррекции.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кашлев, С. С. Современные технологии педагогического процесса: Пособие для педагогов. / С. С. Кашлев. – Минск : Высшая школа, 2002. – 95 с.

2. Кожуховская, Л. С. Рефлексия в вопросах и ответах: технологии, методы, приемы анализа педагогической практики. / М. В. Никитин // Народная асвета. – 2009г. №2. – С. 24-26

3. Толковый словарь иноязычных слов / Л. П. Крысин. – 3-е изд., доп.- М.: Рус. яз., 2005. – 1210 с.

4. Учебно-методический материал «Рефлексия на уроках иностранного языка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://урок.рф/library/refleksiya_na_urokah_inostrannogo_yazika_182224.html. – Дата доступа : 15.02.2019

УДК 372.811.111

Н. Н. КРАЧКО
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики Т. В. Василюк

РАЗВИТИЕ МЕТАПРЕДМЕТНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ НА УРОКАХ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Главное изменение в обществе, влияющее и на ситуацию в образовании, – это ускорение темпов развития, при котором школа должна готовить своих учеников к той жизни, о которой сама еще не знает. Поэтому сегодня важно не столько дать ребенку как можно больший багаж знаний, сколько обеспечить его общекультурное, личностное и познавательное развитие, вооружить таким важным умением, как умение учиться, что является главной задачей новых образовательных стандартов, которые призваны реализовать развивающий потенциал общего среднего образования. Новые требования к результатам учащихся средней школы вызывают необходимость в изменении содержания обучения на основе принципов метапредметности как условия достижения высокого качества образования [1].

Метапредметность подразумевает перевод образовательного контента не как информации для запоминания, а как готовность к знаниям для применения. Принцип «метапредметности» состоит также в обучении школьников общим приемам, техникам, схемам, образцам мыслительной работы, которые лежат над предметами, но которые воспроизводятся при работе с любым предметным материалом. Одними из важнейших метапредметных умений являются навыки переработки информации (анализ, синтез, интерпретация, оценка, аргументация, умение сворачивать информацию). Благодаря этому развиваются базовые навыки у учащихся: мышление, воображение, постановка целей, понимание, действие [2].

Учебный предмет «Английский язык» предоставляет много возможностей для развития метапредметных умений. Метапредметными результатами изучения иностранного языка в школе являются:

развитие умения взаимодействовать с окружающими, выполняя разные роли в пределах речевых потребностей;

развитие коммуникативных способностей школьников, умения выбирать адекватные языковые и речевые средства для успешного решения коммуникативной задачи;

развитие познавательной, эмоциональной сфер учащихся;

овладение умением работы с учебно-методическим комплексом.

Школьники учатся самостоятельно определять цели своего обучения, ставить и формулировать для себя новые задачи в учебе и познавательной деятельности. Используя средства интеграции английского языка с другими учебными предметами (историей, биологией, географией, русским языком и литературой, отечественной и мировой художественной культурой и др.) учитель помогает в развитии мотивации и интереса к познавательной деятельности.

Метапредметные умения и навыки должны быть сформированы у учеников как можно раньше, чтобы в дальнейшем их отсутствие не сказывалось на усвоении все новых и новых материалов. Метапредметные результаты являются связующим звеном, благодаря которым учащийся может преодолеть трудности при освоении знаний. Совершенствование метапредметных умений по английскому языку в начальной, а затем и в средней школе будет более успешным при наличии у школьников мотивации, которая формируется за счет привлечения дополнительных инструментов обучения.

Какие же технологии может использовать учитель, чтобы способствовать развитию метапредметной компетенции школьников при изучении английского языка?

Во-первых, может быть использована проектная деятельность, которую очень любят учащиеся. Она способствует успешной социализации за счет создания адекватной информационной среды, в которой учащиеся ориентируются самостоятельно. Более того, актуальность таких проектов позволяет учащемуся ярко и наглядно познакомить аудиторию с результатами своих поисков. Метод проектов помогает достигать конкретную цель через детальную разработку проблемы, которая должна завершиться вполне реальным, осязаемым практическим результатом. Чтобы добиться такого результата, необходимо научить детей самостоятельно мыслить, находить и решать проблемы, привлекая для этой цели знания из разных областей, умения прогнозировать результаты и возможные последствия разных вариантов решения, умения устанавливать причинно-следственные связи. Метод проектов всегда ориентирован на самостоятельную деятельность учащихся. Более того, при создании проектов у школьников появляется привычка мыслить и действовать в

соответствии с принципами метапредметности, происходит интеграция знаний, приобретается опыт творческой деятельности, опыт публичного выступления, учащиеся больше не боятся выступать на публике на новом для них иностранном языке, с каждым разом они стараются все лучше и лучше подготовиться и представить информацию намного интереснее, креативнее, подойти к выполнению проекта ответственно и самостоятельно, без помощи родителей и старших родственников.

Во-вторых, на уроках английского языка могут использоваться личностно-ориентированные технологии. В центре внимания – уникальная целостная личность растущего человека, которая стремится к максимальной реализации своих возможностей, открыта для восприятия нового опыта, способна на осознанный и ответственный выбор в разнообразных жизненных ситуациях. Ключевыми словами личностно-ориентированных технологий образования являются «развитие», «личность», «индивидуальность», «свобода», «самостоятельность», «творчество». Что касается заданий, то это могут быть «мозговой штурм», интеллектуальные командные игры, творческие совместные задания, лабораторная работа, деловые игры.

В-третьих, на уроках можно использовать интегративные технологии. Интегрированные уроки дают ученику широкое и яркое представление о мире, в котором он живет, о взаимопомощи, о существовании многообразного мира материальной и художественной культуры. Основной акцент в интегрированном уроке приходится не столько на усвоение знаний о взаимосвязи явлений и предметов, сколько на развитие образного мышления.

Итак, при выполнении различных типов заданий дети учатся самостоятельно планировать пути достижения целей, в том числе альтернативные, осознанно выбирать наиболее эффективные способы решения учебных и познавательных задач.

На уроке иностранного языка учащиеся овладевают основами самоконтроля, самооценки, принятия решений и осуществления осознанного выбора в учебной и познавательной деятельности. Они организовывают учебное сотрудничество и совместную деятельность с учителем и сверстниками. Дети работают индивидуально и в группе, находя общее решение и разрешая конфликты на основе согласования позиций и учета интересов. Они формулируют, аргументируют и отстаивают свое мнение, осознанно используют речевые средства в соответствии с задачей коммуникации для выражения своих чувств, мыслей и потребностей, планируют и регулируют свою деятельность; овладевают устной и письменной речью, монологической контекстной речью. Обобщая изученный

материал, учащиеся выполняют задания, ориентированные на интеграцию всех отработанных стратегий.

Таким образом, метапредметный подход в образовании способствует развитию культуры мышления и формированию научного мировоззрения у учащихся, которым предоставляются большие возможности для использования полученных знаний на уроках в реальных ситуациях. Учебный предмет «Иностранный язык» позволяет создавать условия для достижения широкого спектра метапредметных компетенций. Основная задача учителя при подготовке к уроку – проанализировать, выделить и подобрать содержание таким образом, чтобы урок был ориентирован на целенаправленное достижение метапредметных результатов, выбранных в качестве приоритетных при изучении конкретной темы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Образовательные стандарты общего среднего образования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://adu.by/images/2019/01/obr-standarty-ob-sred-obrazovaniya.pdf. – Дата доступа: 28.02.19.

2. Хуторский, А. В. Дидактическая эвристика. Теория и технология креативного обучения / А. В. Хуторский. – М. : Изд-во МГУ, 2003. – 416 с.

УДК 811.111-26

Н. С. КУЛЬБЕДА

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии М. В. Гуль

ГРЕКО-ЛАТИНСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В АНГЛИЙСКОЙ ЛИНГВИСТИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Проблема заимствования является весьма актуальной в современном языкознании. Известно, что развитие словарного состава происходит главным образом за счет внутренних ресурсов. Однако источником обогащения словарного состава могут быть и заимствования из других языков. Заимствование лексических средств вообще является естественным явлением истории каждого языка, оно отражает культурную, государственную и хозяйственную связь между народами.

Важнейшим источником становления и развития лингвистической терминологии английского языков являются ранние научные и литературные памятники, созданные на этих языках. Научные произведения, учебники, грамматики, двуязычные и многоязычные

толковые словари или глоссарии, сыгравшие значительную роль в становлении и развитии лингвистических терминов.

Одна из самых первых дискуссий по лингвистике обнаружена на страницах труда «Кратил» древнегреческого философа Платона, созданного в диалогической форме о происхождении языка и натуры значения – сначала между родоначальником философской диалектики Сократом и Гермогеном, затем – между Сократом и Кратилом.

Приблизительно в 100 г. до нашей эры Дионисий Тракс составил первую грамматику греческого языка. Это произведение станет своеобразным эталоном на следующую тысячу лет. На протяжении «греческой» эпохи в центре внимания оставался письменный язык. Интересно отметить, что термин *грамматика* (англ. grammar и греч. grammatike) вначале имел значение ‘the art of writing’ (искусство письма). Язык Гомера и других писателей древности был признан в качестве лингвистического стандарта.

Приблизительно в 995 г. появляется первая в истории германских языков лингвистическая работа, написанная на английском языке под названием «Грамматика латинского языка», автором которой является Эльфрик. При написании «Грамматики» Эльфрик стремился не составить английскую лингвистическую терминологию, а скорее, описать грамматику латинского языка при помощи английского. Поскольку «Грамматика» была составлена как учебное пособие по латинскому языку для изучающих грамматические правила, автору удалось подробно описать классические категории грамматики древнеанглийского языка. Первые грамматические труды появились в Англии на латинском языке и принадлежали философам Альдхельму (650–709 гг.) и Беде Достопочтенному (674–735 гг.).

Если взглянуть на формирование лингвистической терминологии английского языка, то стоит отметить, что период активизации использования лингвистических терминов в работах, написанных на английском, берет свое начало от завоевания норманнов, т.е. с начала XI в. до второй половины XIII в. Начальная стадия развития английской лингвистической терминологии начинается в XV в., когда английский язык в Великобритании приобретает статус национального, межнационального и общелитературного языка. Английская грамматика была написана Б. Джонсоном в 1637 г. и посвящена основным проблемам грамматики английского языка той эпохи.

Многие английские грамматические термины пришли из латинского и греческого языков:

numeral← Lt. numerous;
preposition ← Lt. praepositio;
pronoun ← Lt. pronomen;

subject ← Lt. subjectum;
verb ← Lt. verbum.
Часто греческие заимствования приходили через латынь:
adjective ← Lt. adjectivum ← Gr. epitheton;
aphaeresis ← Lt. aphaeresis ← Gr. aphaeresis;
archaism ← Lt. archaismus ← Gr. arkhaismos;
noun ← Lt. nomen ← Gr. onoma.
Многие фонетические термины имеют греко-латинское происхождение:
fricative ← Lt. fricativus;
sound← Lt. sonus;
syllable← Lt. syllaba← Gr syllabē;
reduction ← Lt. reduction.
Таким образом, одним из основных источников становления и развития английской лингвистической терминологии в первую эпоху существования являлось заимствование. Многие английские лингвистические термины имеют греко-латинское происхождение.

УДК 371.39
Д. М. МАТЮХ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – преподаватель кафедры английской филологии Ю. А. Тищенко

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ГРУППОВОГО МЕТОДА ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ РАБОТЫ УЧАЩИХСЯ НА УРОКАХ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

Деятельность учащихся по усвоению содержания образования в средней образовательной школе может быть осуществлена в различных формах. Под формой обучения как дидактической категорией в теории и практике обучения понимают внешнюю сторону организации учебного процесса, которая зависит от целей, содержания, методов и средств обучения, материальных условий, состава участников образовательного процесса и других его элементов. В настоящее время существуют различные формы обучения, которые подразделяются по количеству обучающихся, времени и месту обучения, порядку его осуществления. В современной дидактике организационные формы обучения подразделяют на фронтальные, индивидуальные и групповые [5, с. 115].

При фронтальном обучении учитель управляет учебно-познавательной деятельностью всего класса, работающего над единой задачей. Он организует сотрудничество учащихся и определяет единый для всех темп работы. Однако фронтальная работа не рассчитана на учет их индивидуальных различий. Она ориентирована на среднего ученика, поэтому, как отмечают исследователи, отдельные учащиеся отстают от заданного темпа работы, а другие – изнывают от скуки [4, с.214]. Данный факт является существенным минусом фронтального обучения.

Что касается индивидуального обучения учащихся – оно не предполагает их непосредственного контакта с другими учениками. По своей сущности индивидуальное обучение есть не что иное, как самостоятельное выполнение одинаковых для всего класса или группы заданий. Только ученик, в этом случае, замыкается на себе, на своих удачах и неудачах. Его абсолютно не интересуют результаты других учащихся, их победы и поражения [4, с. 215].

Групповая форма обучения предполагает иной подход к процессу усвоения знаний. Групповое обучение строится на принципе сотрудничества. Ученики, работая в группе, пытаются совместно выполнить поставленную задачу. При этом задание строится таким образом, чтобы ученик не смог выполнить его без помощи остальных участников группы. Исследователи отмечают, что социальное взаимодействие учеников приводит к заметному улучшению психологического климата в классе: ученики получают качественно новые социальные роли по сравнению с традиционным обучением, они уже не соперники, а члены одной команды. Меняется и роль учителя, который превращается из единственно возможного источника информации и контроля в советника и консультанта, направляющего работу группы в правильное русло. Необходимо отметить, что с каждым обучаемым находятся другие учащиеся, у которых можно спросить, если что-то не понятно, можно обсудить с ними все то, что интересно. Кроме того, если от успеха одного зависит успех и всей группы, то каждый ученик не может не осознавать ответственности и за свои дела, и за успех всех членов группы.

Групповое обучение основывается на четырех основных принципах: социальное взаимодействие; позитивная взаимозависимость; личная отчетность; равная доля участия каждого.

Цель группового обучения состоит в том, чтобы сделать каждого учащегося индивидуально сильнее в его собственной позиции, развить определенные коммуникативные качества личности. Участники группы изучают вместе то, что они могут в последующем лучше использовать индивидуально. В настоящее время в теории и практике образования идет поиск форм и методов, которые могут создавать условия для развития

коммуникативных умений и навыков работы в команде, другими словами, развития социальной компетенции и умения учиться самостоятельно. Такие формы и методы основываются на активности каждого субъекта образовательного процесса, возможности самостоятельно принимать решения и осуществлять выбор, а также на сосуществовании различных точек зрения и свободном их обсуждении. Большой потенциал для реализации этого имеет такая форма организации образовательного процесса, как работа в группе. Во-первых, работа в группе дает возможность чаще вступать в коммуникацию с другими членами группы, формулировать свою позицию, согласовывать действия, что может способствовать развитию сотрудничества, межличностной компетентности, коммуникативной культуре [2, с. 84]. Во-вторых, как можно судить из вышесказанного, групповой метод обучения – один из эффективных способов организации учебной деятельности на уроке. Здесь же необходимо отметить и то, что идея обучения в группе чрезвычайно гуманна по своей сути, а, следовательно, и педагогична. Чтобы осознать эту идею, следует обратиться к понятию слова «ошибка». Скорее всего «ошибку» можно определить, как неверное действие или утверждение, исходящее из неверного суждения, неадекватного знания или невнимания. К этому определению можно добавить следующую фразу: «что указывает на необходимость дополнительной практики и большей тренировки, чтобы овладеть необходимым умением или знанием». Из этого высказывания мы можем сделать вывод, что ошибка – это всего лишь индикатор того, нуждается ли ученик в помощи. Конечно, учитель не в состоянии оказать помощь каждому конкретному ученику в классе. Но эту ответственность ученики в состоянии взять на себя сами, если они будут работать в небольших группах, начнут отвечать за успехи каждого и научатся помогать друг другу.

Учитывая специфику предмета «иностранный язык», групповой метод может обеспечивать необходимые условия для активизации познавательной и речевой деятельности каждого учащегося группы, предоставляя каждому из них возможность осмыслить и осознать новый языковой материал, получить достаточную устную практику для формирования необходимых навыков и умений. Так как одна из важнейших задач, стоящих перед учителем английского языка – обучение иноязычному общению, обеспечение максимальной активизации коммуникативной деятельности учащихся на уроке. В целях достижения наибольшей речевой активности учащихся следует чаще использовать групповые формы работы на уроке [3].

Приведем несколько примеров организации групповой работы учащихся на уроках по английскому языку. Во-первых, это выполнения мини-проектов. Большой интерес для учащихся представляет создание

мультимедийных презентаций, сопровождающих их монологические высказывания, создание различных творческих заданий и проектов. При таком виде работы каждый ученик может выполнять посильную и интересную для него работу, распределив задания между собой. Также можно использовать прием интервью. Суть этого приема заключается в том, что учащийся должен опросить как можно больше членов группы, с тем, чтобы выяснить их мнение, суждение, ответы на поставленные вопросы. Для этого ученики, работая одновременно, свободно перемещаются по аудитории, выбирая ученика, которому адресуют свои вопросы, фиксируя ответы на листе, а затем выбирают другого ученика и т.д. Общие итоги опроса обсуждаются всеми. Данный прием не имеет возрастных или тематических ограничений. Этот прием является средством интенсивной речевой тренировки, так как, если в группе пять учеников, каждый из них четыре раза формулирует свой вопрос и дает четыре ответа на обращенные к нему вопросы. Банк информации представляет собой такую форму групповой работы, при которой учащиеся обмениваются информацией об актуальных событиях. Каждый ученик получает на карточке краткую информацию о тех или иных событиях в стране или за рубежом. Его задача: за ограниченное количество времени расспросить об этих событиях как можно большее число одногруппников, а также сообщить каждому свою информацию. После этого слово предоставляется ученику, который сумел собрать наибольшее количество сообщений. Данная стратегия является полезным способом знакомства учащихся с новым материалом. Используя прием «Пустой стул», учитель выбирает тему, готовит 4-5 высказываний, представляющие разные точки зрения на обсуждаемый вопрос и расставляет стулья в форме «круг». Каждое высказывание пишется на отдельном большом листе бумаги и располагаются на стульях. Ученики переходят от листа к листу, знакомясь с содержанием написанного. Затем каждый выбирает то высказывание, с которым он согласен и занимает место у соответствующего стула. Таким образом создаются группы для дискуссии. Каждая группа в течение 10-12 минут обсуждает содержание высказывания, записывает аргументы, подтверждающие выбор. После обсуждения в группе один из представителей выходит в центр круга и садится на пустой стул, чтобы высказать выработанное совместными усилиями мнение по обсуждаемой теме и начать дискуссию. Время выступления 2-3 минуты. Завершив выступление, он возвращается в свою группу. Любой ученик может продолжить дискуссию, высказывая свое собственное мнение, поддерживая аргументы предыдущего ученика или подчеркнуть некоторые неточности в высказывании. Для того, чтобы включиться в обсуждение, он должен занять пустой стул, стоящий в центре

круга. Учитель завершает дискуссию за 5 минут до конца урока, подводит итоги и, если необходимо, выставляет оценки.

Этот прием позволяет расширить представления учащихся по обсуждаемой теме; обратить внимание на разнообразие мнений на предложенную тему; развить умение студентов осуществлять выбор и аргументировать его.

Следует обратить внимание, что учитель, по возможности, должен предоставить слово каждому ученику. При наличии затруднений у участников дискуссии в определении своей позиции, учитель может предложить выбрать то высказывание, которое ближе всего к убеждениям учащихся. При желании активного участия всех членов группы, учитель может ограничить количество высказываний учеников до 3-4 предложений.

Мы рассмотрели наиболее распространенные групповые формы работы, с помощью которых можно организовывать речевое взаимодействие учащихся на уроках по иностранному языку. В результате систематической и целенаправленной работы в группах удается значительно увеличить время устной и речевой практики каждого ученика на уроке, дать шанс каждому сформировать в своем сознании систему изучаемого языка.

Несомненно, что в условиях реализации перечисленных выше приемов активизируется мыслительная деятельность всех учащихся, повышается мотивация говорения и общий «тонус» занятия по иностранному языку, развивается способность к общению, укрепляются межличностные отношения, обеспечивается обмен знаниями, повышается статус популярности и деловой статус ученика в коллективе. Групповой метод обучения помогает разнообразить урок и сделать его более интересным. В результате учащиеся учатся не только работать самостоятельно, но и помогать другим учащимся овладевать необходимыми знаниями. А так как групповая форма работы основывается на обучении в общении, то, естественно, она способствует реализации методического принципа коммуникативной направленности обучения иностранному языку.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конышева, А. В. Современные методы обучения английскому языку / А. В. Конышева. – Минск : ТетраСистемс, 2004. – 175с.

2. Конышева, А. В. Теория и методика организации самостоятельной работы по иностранному языку студентов технических специальностей. / А. В. Конышева. – Новополоцк, 2006. – 292 с.

3. Павлова, Е. А. Организация групповой формы работы на уроке иностранного языка. [Электронный ресурс] Режим доступа: http://festival.1september.ru/articles/565289/. – Дата доступа: 26.02.19.

4. Сластенин, В. А. Педагогика: Учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений / В. А. Сластенин, И. Ф. Исаев, Е. Н. Шиянов; под ред. В. А. Сластенина. – М. : Академия, 2002. – 576 с.

5. Харламов, И. Ф. Педагогика: учеб. пособие. / И. Ф. Харламов. – изд. 4-е, перераб. и доп. – М. : Гардарики, 2003. – 519 с.

УДК 81 – 811.11

Ю. Н. МЕСНИКОВИЧ

Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – старший преподаватель кафедры английской филологии М. В. Ярошук

СРЕДСТВА МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ КАК ОДИН ИЗ ИСТОЧНИКОВ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НЕОЛОГИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Неологизм, от греческого *neo* «new» + *logos* «word», - это новое слово, которое может быть в процессе ввода в общее использование, но еще не было принято в основной язык. Неологизмы часто напрямую связаны с конкретным человеком, публикацией, периодом или событием. Согласно Оксфордскому словарю английского языка термин «неологизм» впервые был использован в печати в 1772 году и, таким образом, сам по себе является неологизмом [4].

Неологизмы часто становятся популярными через средства массовой информации, Интернет или из уст в уста. Каждое слово в языке было когда-то неологизмом, хотя большинство из них перестали быть таковыми с течением времени и по принятию.

Можно предположить, что неологизмы играют центральную роль в инновациях, а журналистика – в их репрезентации. В подтверждение этому можно привести следующие интуитивные аргументы:

- введение чего-либо нового требует коммуникации;
- коммуникация требует общего языка;
- для того, чтобы стать частью языка, новым вещам нужны новые слова или словосочетания;
- новости являются источником новых слов, и с их помощью новые вещи могут быть включены в наш язык.

Отсюда можно сделать вывод, что журналистика позволяет обществу обсуждать новые вещи и внедрять инновации. Это относится ко всей журналистике, освещающей инновации.

Роль средств массовой информации в создании коммуникационных мостов между разными культурами имеет первостепенное значение. Чем сложнее становится наш мир в результате экономических, технологических и социальных изменений, тем важнее, чтобы средства массовой информации работали должным образом, и качество новостей оставалось максимально высоким. Одной из самых сложных задач современной журналистики является понимание и освещение глобальных и локальных инновационных экосистем. Для этого журналисту нужны хотя бы знания в области науки, экономики, технологии, политических процессов и правовых систем. Этот новый вызов может быть определен как новый журналистский ритм и называется инновационной журналистикой.

Неологизмы, как правило, чаще встречаются в культурах, которые быстро меняются, а также в ситуациях, когда существует легкое и быстрое распространение информации. Новые термины часто создаются путем объединения существующих слов или при помощи присоединения новых и уникальных суффиксов или префиксов к словам. Неологизмы также могут быть созданы с помощью аббревиатуры или акронимов, преднамеренно рифмуясь с существующими словами или просто посредством игры со звуками.

Неологизмы часто становятся популярными благодаря средствам массовой информации и Интернету, включая академический дискурс во многих областях, известного своим использованием отличительного жаргона. Последние акронимы, такие как *Fordism, Taylorism, Disnefication and McDonaldization* сейчас находятся уже в повседневном использовании.

Неологизмы часто становятся принятыми частями языка. В других случаях, однако, они исчезают из общего пользования так же легко, как они появились. Продолжится ли неологизм как часть языка, зависит от многих факторов, вероятно, наиболее важным является принятие общественностью.

Когда слово из фразы больше не «новое», это уже не неологизм. Однако для неологизмов могут потребоваться десятилетия, чтобы они стали «старыми». Мнения расходятся в том, сколько именно лет должно быть, чтобы слово перестало считаться неологизмом; культурное признание, вероятно, играет более важную роль, чем время в этом отношении.

Создание и развитие новых наук невозможно без неологизмов, ведь появляется необходимость в новых словах и новых интерпретациях старых слов, которые описывают и объясняют реальность по-новому. Ведь как мог Аристотель развить логику силлогизмов или Ньютон теорию динамики без новых словарей и определений? Они были неологами, и каждый, кто хочет внести новые знания, должен им быть. Для новых знаний нет способа обойти новые термины и понятия. Отвергать неологизмы, часто презренно, значит отказываться от научных разработок. Никакие признаки научного

консерватизма не являются такими яркими, как отказ от всего, кроме устоявшихся концепций школы мысли.

Создатели языка – это люди, которые иногда одинаково, иногда каждый по-своему, создают повороты речи, которые становятся обычными для выражения разных вещей, эмоций и терминов. Каждый день разные организации и предприятия, ученые предлагают новые слова, словосочетания и фразы, чтобы дать название вещам. Эти новые слова могут быть эквивалентами уже существующих терминов или могут обозначать что-то новое. Например, Международное общество прав животных (ISAR) в США, встретившись с проблемой, которая заключалась в слишком большом количестве больше не нуждающимися кошками и собаками в Америке предложили включить в английские словари новый термин *“pet overpopulation”,* что можно перевести как *«перенаселение домашних животных»*. Этот термин может быть объяснен как – слишком много животных страдают от оставления их владельцами, и они будут подвергнуты эвтаназии [2, с. 79-83].

Generation L (Поколение L) – это «счастливое» поколение, которое (возможно, до недавнего времени) не переживало действительно трудных времен. Гидеон Рахман определил свой неологизм в *The Financial Times:* поп-социологи любят делить людей, родившихся с 1945 года, на разные группы. Есть родившиеся во время демографического взрыва, есть Поколение X, и мы можем относиться к Поколению Y в настоящем времени. Но, насколько мне известно, мы все являемся членами L поколения, то есть L как счастливчики. Те из нас, кто родился в Западной Европе или США, никогда не переживали трудных времен. Наши родители, бабушки и дедушки пережили мировые войны и Великую депрессию. У нас были десятилетия мира и процветания. Может ли это измениться? Возможно, Поколение L только что получило роскошь длительного «отпуска из истории», который сейчас подходит к концу.

Saddlebacking. В 2008-2009 гг. в ответ на выбор Рика Уоррена, избранного тогдашним президентом страны Бараком Обамой, в качестве оправдания при инаугурации Обамы - и в ответ на комментарий Стивена Колберта о том, что седло звучит как половой акт – читателям *«Savage Love»* было предложено проголосовать за определение неологизма, ссылаясь на роль Уоррена как пастора церкви Седлбэк. Уоррен и церковь поддержали предложение 8 о внесении поправок в Конституцию Калифорнии 2008 года, согласно которому брак в штате был определен только как один мужчина и одна женщина [2, с. 125-130].

McWorld – это термин, который иногда используется для описания распространения ресторанов McDonald's по всему миру в результате глобализации и, в более общем смысле, для описания последствий

международной McDonaldization услуг и коммерциализации товаров и услуг как элемента глобализации в целом. Критики утверждают, что рестораны сети быстрого питания, такие как McDonald's, разрушительны во многих аспектах культур коренных народов в странах, где они были представлены. В марте 1992 года в журнале *The Atlantic Monthly*, впервые опубликованном профессором политологии Рутгерса Бенджамином Барбером, была опубликована статья «Джихад против МакМира», которая описывает международную коммерциализацию как одну из двух великих противоборствующих сил 21-го века, другая из которых - племенной фундаментализм. Он был расширен и опубликован в 1995 году и стал бестселлером. Книга 1999 года под названием «Семя горчицы против МакМира», написанная евангелистским министром Томом Синем, призывает христиан отвергать уменьшение религиозных ценностей, которое, по его мнению, является результатом чрезмерной коммерциализации.

Freedom fries был эвфемизмом для картофеля фри, используемого некоторыми консерваторами в США в результате антифранцузских настроений в Соединенных Штатах во время международных дебатов по поводу решения о начале вторжения в Ирак в 2003 году. Франция столкнулась с сильным противодействием в Организации Объединенных Наций такому вторжению. Позиция Франции была отвергнута в Соединенных Штатах, что привело к кампаниям за бойкот французских товаров и предприятий и удаление названия страны из продуктов.

Нет никаких сомнений, что неологизмы получают большую свою популярность в средствах массовой информации и через Интернет. Мир вокруг нас меняется с невероятно быстрой скоростью и СМИ первые замечают и освещают данные изменения, которые касаются различных областей нашей жизни. Так как изменения касаются чаще всего появления и изобретения чего-то нового, то это является предпосылкой создания неологизмов, которые сразу появляются прессой, оцениваются и принимаются либо не принимаются обществом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Bauer, L. English Word-Formation / Laurie Bauer. – Cambridge University Press, 1993. – 311 p.

2. Hoey, M. A New Theory of Words and Languages / Michael Hoey. – Routledge: Taylor & Francis Group, 2005. – 202 p.

3. Safire, W. Safire’s Political Dictionary / William Safire. – Oxford University Press, 2008. – 862 p.

4. Pearsall, J. Oxford English Dictionary / Judy Pearsall. – Oxford University Press, 2001. – 21730 p.

УДК 659.117
А. Ю. ПОЛОВЕЦ
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – доцент кафедры английской филологии Н. А. Тарасевич, кандидат филологических наук, доцент

ЗНАЧЕНИЕ ФОНОВЫХ ЗНАНИЙ РЕЦИПИЕНТА В ИНТЕРПРЕТАЦИИ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

В последнее десятилетие реклама все более настойчиво проникает в различные сферы нашей жизни. Возросшая значимость рекламы в современном обществе, способы ее передачи и распространения стали объектами пристального внимания и изучения со стороны различных областей науки: экономики, психологии, социологии, культурологии, философии. Лингвистика тоже не осталась безучастна, выделив область своих интересов. Проблемы понимания и интерпретации в рекламной коммуникации стали выступать предметом научного исследования сравнительно недавно, но с ростом мирового экономического пространства проблема изучения феномена рекламного текста превратилась в один из наиболее актуальных вопросов современной лингвистики.

Изучение рекламы приобретает особую важность в эпоху тотальной информатизации, когда возникает необходимость нахождения путей адекватной интерпретации рекламных текстов, созданных в некоторой языковой и культурной среде и распространяемых далеко за ее пределами. Сегодня актуальным представляется выявление факторов, оказывающих влияние на интерпретацию рекламных текстов.

Рекламные произведения могут рассматриваться с точки зрения лингвистики текста. По мнению Г. Ф. Калашниковой и Л. Е. Красовицкой, текст является общим составляющим двух процессов – текстопорождения и текстовосприятия. Исходной точкой первого является авторский замысел, некая общая концепция. Затем замысел начинает оформляться в определенную языковую форму, что выталкивает на поверхность некоторую фактическую информацию. Но, так как единицы языка способны порождать ассоциативные и коннотативные значения, в сообщении скрывается и подтекстовая информация. [1, с.2]

Отправитель сообщения всегда имеет представление о том, как бы он хотел, чтобы любой, в том числе и рекламный текст интерпретировался и был понят получателем. Понимание при этом представляет собой максимальное выделение в тексте авторской позиции, а выделение других идей, отличных от авторских, будет являться непониманием.

Результат интерпретации, то есть толкование сообщения получателем, при этом определяется целым рядом как социально-психологических, так и индивидуально-психологических факторов.

Одним из основных факторов верной интерпретации являются фоновые знания реципиентов.

Интерес к феномену фоновых знаний возник примерно в середине XX в. Несмотря на то, что сам термин «фоновые знания» можно отнести к числу одного из наиболее общеупотребительных в современной науке, он не получил однозначного толкования ни в работах российских, ни в работах зарубежных исследователей.

Например, О. С. Ахманова рассматривает фоновые знания как «обоюдное знание реалий говорящим и слушающим, являющееся основой языкового общения». [2]

В работах М. В. Вербицкой под этим термином обычно подразумевается некий набор экстралингвистических сведений, необходимых для успешного взаимопонимания коммуникантов. [3] Эти сведения необходимы для интерпретации и выполняют смыслопорождающую функцию. При этом, отсутствие соответствующих фоновых знаний может оказать влияние на процесс адекватной интерпретации текстов.

При восприятии текста в сознании реципиента активируется информация из запаса фоновых знаний, которая позволяет обрабатывать сообщения, получать новые знания, делать выводы и извлекать из текста имплицитную информацию, необходимую для адекватной интерпретации.

Фоновые знания в процессе коммуникации выполняют особую функцию: «это та общая для коммуникантов информация, которая обеспечивает взаимопонимание при общении». [4, с.34] Поэтому одна из важнейших составляющих медиакоммуникации, к которой относятся рекламные тексты, – предполагаемые автором знания реципиента, и возможные стратегии их использования [5, с.76].

Фоновые знания составляют ту основу, базируясь на которой можно повлиять на восприятие текста реципиентом или на его поведение.

Адресуя рекламный текст массовой или строго ограниченной аудитории, создатель рекламного сообщения исходит из некого общего фонда знаний, которые он разделяет с адресатом. Наиболее наглядно, эта черта языка рекламы проявляется в характере используемых в ней аллюзий, для адекватной интерпретации которых необходимо наличие соответствующих фоновых знаний у представителей целевой аудитории. Без учета этих знаний аллюзия может быть непонятной. Особую значимость подобные явления приобретают в рекламе товаров, представленных на международном рынке, поскольку в данном случае создателем и

отправителем рекламного текста является представитель одной лингвокультуры, а получателем и, соответственно, интерпретатором – представитель другой лингвокультуры.

Достаточно часто в рекламных текстах используется такой прием, как апелляция к высокому социальному статусу. Одним из наиболее распространенных средств реализации этого способа является использование авторитета знаменитых людей или так называемая «апелляция к элите». Так, в рекламных текстах обыгрывается идея, что, если рекламируемым товаром пользуется авторитетное лицо, например, известный актер, спортсмен, музыкант, ученый, то рекламируемая вещь является достойной, ее приобретение ассоциируется с неким приобщением к этой группе людей, обладающих высоким статусом. При этом незнание задействованных в рекламе имен может привести к отсутствию подобного эффекта и неправильной интерпретации рекламного текста.

Сказанное можно продемонстрировать на примере рекламы всемирно известного бренда Adidas.

В рекламном тексте, завершающем видеоряд, происходит апелляция к социальному статусу знаменитых людей. Однако понимание этого приема и адекватная интерпретация всего рассматриваемого рекламного текста предполагают наличие у целевой аудитории фоновых знаний, позволяющих узнать каждое из использованных прецедентных имен знаменитостей. Незнание имен, задействованных в рекламе, может привести к частичному непониманию рекламного текста реципиентом. В частности, отсутствие фоновых знаний, позволяющих узнать все имена знаменитостей, занимающихся кардинально разными видами деятельности, но объединившихся, чтобы показать миру уникальность и многообразие продукции Adidas, может привести к непониманию идеи единства, проходящей красной нитью по всему тексту.

Все многообразие представленных в рекламе имен знаменитостей позволяет интерпретировать весь ролик в целом как «апелляцию к элите» и, соответственно, как скрытый призыв: покупая одежду Adidas, ты приобщаешься к высокому статусу. При этом проследить данный эффект позволяет лишь наличие у реципиента определенных фоновых знаний, позволяющих ему понять, что использованные имена принадлежат именно известным медийным лицам, то есть так называемой элите.

Рассмотренный пример позволяет сделать важный вывод о ключевой роли фоновых знаний в интерпретации рекламы, направленной на международный рынок. Именно необходимый набор фоновых знаний реципиента обеспечивает выявление в тексте рекламы авторской интенции, благодаря чему достигается адекватная интерпретация рекламного текста.

Для создания и интерпретации текстов, необходимо огромное количество информации. То, что люди эксплицитно выражают в процессе коммуникации – лишь «вершина айсберга» по сравнению с тем, что они знают и пытаются выразить. Фоновые знания связаны с понятием имплицитной, подразумеваемой информации, которая может быть восстановлена в памяти реципиента или выведена из контекста в форме импликаций [6, с.294].

Таким образом, фоновые знания участников коммуникации непрерывно воздействуют на интерпретацию общего и глубинного смысла рекламного текста. Именно фоновые знания, формирующиеся постепенно в процессе социализации личности, являются неотъемлемым звеном в интерпретативной цепочке, они позволяют реципиенту верно выявить в рекламном тексте культурно-маркированные и идеологически окрашенные единицы, и понять их, обеспечивая тем самым адекватную интерпретацию рекламных текстов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Калашникова, Г. Ф. Об иерархии текстовых категорий в художественном произведении / Г. Ф. Калашникова, Л. Е. Красовицкая. – Филология, 1995. – №4. – С.2-4.

2. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М., 2007.

3. Вербицкая, М. В. Перевод медиатекстов и проблема формирования фоновых знаний переводчика (на материале журнала “The Economist”) / М. В. Вербицкая, И. Г. Игнатьева // Вестник Московского университета. Серия 19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. – М., 2008. – №4. – С. 46-55.

4. Виноградов, В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – М. : Издательство института общего среднего образования РАО, 2001.

5. Van Dijk, T. A. Contextual knowledge Management in Discourse Production. A CDA Perspective / T. A. Van Dijk // A New Agenda in (Critical) Discourse Analysis. – 2005. – P.71-100.

6. Van Dijk, T. A. Comments on Context and Conversation / T. A. van Dijk // Discourse and Contemporary Social Change. – 2007. – P.281-316.

УДК 372.811.111
Е. В. СТОЛЯРОВА
Беларусь, Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина
Научный руководитель – старший преподаватель кафедры немецкой филологии и лингводидактики Т. В. Василюк

МОДЕЛИРОВАНИЕ СИТУАЦИЙ ИНОЯЗЫЧНОГО РЕЧЕВОГО ОБЩЕНИЯ НА УРОКЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА С ПОМОЩЬЮ АУТЕНТИЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ

Современный уровень социального развития требует качественного подхода к обучению английскому языку в школе, поэтому необходим тщательный поиск эффективных методов преподавания языка. Известно, что целью обучения иностранным языкам является формирование коммуникативной компетенции. Основной смысл принципа коммуникативной направленности заключается в понимании того, что главным объектом обучения является общение на иностранном языке. Поэтому на уроке иностранного языка следует уделять особое внимание таким формам и приемам работы, которые обеспечивают активное участие каждого учащегося, стимулируют речевую деятельность и содействуют формированию интереса к изучению иностранного языка и желания общаться на нем.

Одним из таких приемов является моделирование реальных речевых ситуаций общения на уроке. Реальные ситуации – это ситуации, максимально приближенные к жизни. А для того, чтобы максимально приблизить учебные речевые ситуации к условиям реального общения, необходимо заинтересовать говорящих содержанием разговора, чему способствует применение аутентичных материалов.

Моделирование реальных речевых ситуаций общения на уроках английского языка ставит обучающихся в условия, сходные с естественными, будят воображение, заставляют оформлять свои мысли и чувства иноязычными средствами, позволяют активизировать разговорные формулы, усвоенную лексику и грамматические структуры, не фиксируя на них свое внимание. Аутентичные материалы, подобранные в соответствии с уровнем обученности школьников и затрагивающие их эмоциональную и интеллектуальную сферы, побуждают их к выражению своего отношения к увиденному, прослушанному, прочитанному.

С целью определения эффективности моделирования ситуаций иноязычного речевого общения на уроке английского языка с помощью аутентичных материалов для активизации речевой деятельности учащихся нами было проведено экспериментальное обучение одной подгруппы

учащихся 9 класса ГУО «Средней школы № 3 г. Бреста». Экспериментальная группа состояла из 11 человек. Эксперимент проводился в течение одного цикла уроков по теме «Здоровый образ жизни» в ноябре 2018 года. Все испытуемые данной группы занимаются у одного учителя и изучают английский язык с 3-го класса, имея, таким образом, равный опыт в изучении английского языка в начале исследования.

Нами были найдены в сети Интернет аутентичные аудио- и видеоматериалы, а также разработаны упражнения с целью использования их в качестве средств обучения, которые способствуют развитию не только навыков и умений говорения, но и других видов речевой деятельности. Подобранные материалы соответствуют возрастным особенностям учащихся, а также их речевому опыту в родном и иностранном языках. Кроме того, тематика этих материалов соответствует логике учебного процесса. Все предлагаемые материалы относились к циклу уроков по теме «Здоровье».

Работа на уроке по моделированию ситуаций с использованием аутентичных материалов осуществлялась по следующей схеме:

работа подразделялась на предтекстовый, текстовый и послетекстовый этапы;

на предтекстовом (преддемонстрационном) этапе мы пытались мотивировать учащихся на осознанное желание слушать и извлекать знания, опираясь на уже изученный языковой материал;

вопросы на текстовом (демонстрационном) этапе предусматривали общее и детальное понимание прослушанного текста или увиденного видеофрагмента;

упор был сделан на послетекстовый (последемонстрационный) этап, так как именно на этом этапе задания способствуют высказыванию учащимися своего собственного мнения и эмоционального отношения; стимулируют мыслительную деятельность.

Предтекстовый (преддемонстрационный) этап включал в себя задания следующего типа:

создание ситуации и/или мотива общения;

знакомство с новыми лексическими единицами / грамматическим явлением;

предтектовые вопросы на языковую догадку.

Текстовый (демонстрационный) этап предполагал выполнение следующих заданий:

прослушивание / просмотр ситуативного фрагмента на общее понимание содержания;

постановка коммуникативной задачи, проверка понимания идеи текста;

повторное прослушивание / просмотр фрагмента для более детального понимания содержания.

На послетекстовом (последемонстрационном) этапе выполнялись различного рода задания на развитие продуктивных видов речевой деятельности. Учебные речевые ситуации моделировали жизненные обстоятельства. Например, одним из видов работы на заключительном этапе цикла уроков по теме «Здоровье» было разыгрывание учебно-речевой ситуации в группах по 4 человека. Учащимся предлагалось высказать свое мнение относительно вредной и здоровой пищи, используя как лексический, так и грамматический материал, с которым они познакомились накануне.

Преимущество учебно-речевых ситуаций заключается в том, что они позволяют организовывать различные формы работы: групповую, парную, индивидуальную. Работа, осуществляемая в группе, требует овладения особыми навыками коллективной работы, а также межличностного общения.

Наблюдение за учащимися в ходе проведения уроков с использованием аутентичных материалов при моделировании ситуаций англоязычного речевого общения показало, что учащиеся стали активнее отвечать на уроке и с интересом участвовали в групповой работе, что на наш взгляд, было также обусловлено выбором ситуаций, соответствующих интересам и возрасту учащихся, актуальных для них проблем (любовь к вредной пище, походы в спортзал и т. д). Аутентичные материалы позволили представить учебный материал как систему ярких образов, наполненных структурной информацией, а также позволили разнообразить занятия и сделали их интересными и увлекательными, что также повлияло на внутреннею мотивацию учащихся. Смоделированные ситуаций побудили учащихся к более активной речемыслительной деятельности, они чаще поднимали руки для ответа, более активно задавали интересующие их вопросы. Реплики были более развернутыми, хоть и нельзя сказать, что они содержали меньшее количество грамматических или лексических ошибок.

Результаты исследования отражают положительные изменения уровня сформированности умений говорения, что подтверждает эффективность использования аутентичных материалов на уроках английского языка для моделирования ситуаций англоязычного речевого общения.

В заключение хотелось бы отметить, что моделирование реальных речевых ситуаций общения на уроках английского языка с помощью аутентичных материалов:

служит средством дистантного погружения в естественную среду на всех этапах обучения, тем самым частично компенсируя ее отсутствие;

помогает решать учителю коммуникативные задачи, которые относятся к целевому аспекту обучения и тесно связаны с содержанием обучения;

обеспечивает развивающий, проблемный характер обучения;

стимулирует речемыслительную активность школьников, развитие их любознательности, целеустремленности.

Таким образом, анализ результатов эксперимента показал, что моделирования ситуаций иноязычного речевого общения на уроке английского языка с помощью аутентичных материалов положительно влияет на процесс обучения общению. Полученные результаты дают основание утверждать, что использование аутентичных материалов при моделировании ситуаций англоязычного речевого общения в процессе преподавания английского языка не только позволяет более эффективно решать задачи развития речевых умений, но также способствует повышению уровня мотивации учащихся к овладению англоязычной речью.