МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Минский государственный лингвистический университет

М А Т Е Р И А Л Ы
ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ И АСПИРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА

19–20 апреля 2018 года

В четырех частях

Часть вторая

Минск МГЛУ
2018

УДК 800
ББК 81.2
М34

Р е к о м е н д о в а н ы Редакционным советом МГЛУ

Р е д а к ц и о н н а я к о л л е г и я : Н. П. Баранова, Л. А. Тарасевич (*ответственный редактор*), Е. П. Бетеня, Н. П. Баранов, Н. Т. Ерчак, В. А. Капранова, Т. П. Карпилович, Н. Е. Лаптева, П. М. Леонтьев, Л. М. Лещёва, Д. И. Тупик, В. А. Павловский, В. В. Пашкевич, А. П. Пониматко, Т. В. Поплавская

Материалы ежегодной научной конференции преподавателей
М34 и аспирантов университета, 19–20 апреля 2018 г. : в 4 ч. Ч. 2 / отв. ред. Л. А. Тарасевич. – Минск : МГЛУ, 2018. – 280 с.
ISBN 978-985-460-880-8 (Ч. 2).
ISBN 978-985-460-876-1.

Вторая часть сборника содержит материалы четырех секций конференции – «Лингвострановедение», «Проблемы межкультурной коммуникации», «Перевод и обучение переводу», «Проблемы прикладной лингвистики», «Язык и культура», «Актуальные вопросы языковедения», «Контрастивные исследования германских и славянских языков», а также круглого стола «Испанский язык и культура: теория и практика преподавания».

Для специалистов в области лингвистики, преподавателей иностранных языков, аспирантов гуманитарных специальностей.

УДК 800
ББК 81.2

ISBN 978-985-460-880-8 (Ч. 2)
ISBN 978-985-460-876-1

© УО «Минский государственный лингвистический университет», 2018

ЛИНГВОСТРАНОВЕДЕНИЕ

А. В. Бельская

СРЕДСТВА УСИЛЕНИЯ АРГУМЕНТАЦИИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Для анализа используемых в политическом дискурсе средств мы выбрали предвыборные дебаты Дональда Трампа и Хиллари Клинтон.

В речах обоих политиков, как правило, высок уровень патриотизма. Лидеры чувствуют принадлежность своей стране и народу, что доказывается высоким уровнем соотношения местоимений *я*/*мы*. Для русскоязычных текстов свойственно сохранение данного контраста.

В отличие от Хиллари Клинтон, которая воздерживается от употребления метафор, Дональд Трамп делает на них больший упор, таким образом приближая себя к аудитории, повышая степень ее доверия и рисуя более яркую картину в глазах обычных людей. На русский язык метафоры были переданы в основном с помощью полного перевода или замены.

Речь Дональда Трампа наполнена множеством слов с отрицательной семантикой: *trouble*, *disaster*, *bureaucratic red tape*, *fraud*, *mess*, которые многократно повторяются, усиливая эмоциональность сказанного. На русский язык лексика с отрицательно семантикой была передана соответствующими эквивалентами.

Как нами было подсчитано, в ходе дебатов Хиллари Клинтон 34 раза использовала модальный глагол *should* и 29 раз модальный глагол *have to*. Дональд Трамп отличился гораздо более частым использование модальных глаголов: глагол *should* он использовал 54 раза, а глагол *have to* – 73. Таким образом, как мы видим, Дональд Трамп с помощью модальных глаголов стремился произвести на аудиторию большее эмоциональное воздействие, чем его оппонент. В зависимости от контекста модальные глаголы переводятся по-разному и с использованием разнообразных приемов. Например, с помощью приема модуляции или с помощью повелительного наклонения. Также часто при переводе встречаются частицы (*может*, *хоть*, *разве*). Предположения, граничащие с уверенностью, могут передаваться с помощью антонимического перевода.

Риторический вопрос является еще одной особенностью политического дискурса обоих политиков. Дональд Трамп и Хиллари Клинтон используют данную фигуру речи достаточно часто. При переводе на русский язык риторический вопрос обычно сохраняет свою структуру.

В речи Дональда Трампа было отмечено большое количество семантических повторов. В большинстве случаев семантический повтор при переводе на русский язык был сохранен. Такие переводческие решения позволяют передать заданный эмоциональный тон высказывания и способствуют достижению запланированного коммуникативного эффекта.

Необходимо отметить еще одну особенность политического дискурса Дональда Трампа – тенденцию к выражению чувств с помощью синтаксических средств, таких как парцелляция, эллипсис, градация. Данные синтаксические средства усиливают эмоциональность высказывания, поэтому сохраняются при переводе на русский язык.

Т. А. Дерман

BRITAIN AND THE OUTSIDE WORLD

For 200 years until the 1950s Britain's view of the world was dominated by its overseas territorial possessions and trade. Since the disappearance of its empire and the comparative decline in its power Britain had to adjust to the new world.

All these developments drew Britain more closely to the US both for political and financial reasons. Ever since the Second World War Britain has believed in a "special relationship" with the US. This relationship is based upon a shared language and Anglo-Saxon culture and a particularly strong relationship between its leaders at different historical stages: Churchill and Roosevelt during WW2, between Thatcher and Reagan during the 1980s, Blair and Clinton at the end of the 20th century. Obama and Cameron have frequently posed in front of TV cameras stressing "special relations" between their countries. For Britain this relationship was vital to its world standing since 1945, for the US – it was useful for the strengthening of the European commitment to NATO.

True to its special relations' obligations Britain supported the US boycott of Moscow Olympics in 1980 after the Soviet Union invaded Afghanistan, it allowed US aircraft to use British air fields from which to attack Libyan capital Tripoli in 1986, supported the US invasion in Iraq and sided with the US in other foreign policy matters.

Britain remains a keen advocate of American involvement in Europe. During the 1990s Britain seemed increasingly to act as the partner of the US in ensuring that US policy prevailed in the Security Council, particularly with regard to the Middle East, being one of the permanent members of the Security Council of the UN, Britain also plays a leading role in NATO, realizing its strategic concerns.

It is this "special relationship" that encouraged the US along with other anti-Russian sanctions and actions to side with the recent "highly likely" British spy case. Hopefully the real motives and initiators of the "Scripal case" will be made known. But currently both countries are escalating the anti-Russian hysteria and gathering its allies under their umbrella to weaken their political and economic rival. Having contributed to the collapse of the Soviet Union and the Warsaw bloc, bringing NATO troops close to the Russian border, hogging the limelight in the flow of the Baltic states' leaders oaths of allegiance to the US and NATO cause the US and its close ally are bringing the world to a very fragile explosive situation.

In relation to its closest neighbour Europe, Britain has long balanced between the insular pride for sovereignty and the financial and political circumstances that

were drawing it to closer links with Europe. Let us recall the long way to the EU membership Britain has made to crown it with Brexit which has come about and is questioning British authority.

After 1945 British opinion favoured the creation of new European links and strongly promoted the establishment of the Council of Europe. But in 1951 when 6 countries set up the European Community by signing the Treaty of Rome, Britain stayed outside. Concern with Commonwealth and dislike of common import tariffs and the agricultural policy were serious obstacles. As its financial and economic difficulties increased, Britain could not afford to stay out of Europe. But when it tried to join the European Community in 1963 and again in 1967, the French president General de Gaulle refused to allow it. France's veto postponed Britain's joining the EU to 1973 when Britain became a member after de Gaulle's retirement. De Gaulle's misgivings were not based only on his dislike of 'les Anglo-Saxons', he believed that Britain could not make up its mind whether its first loyalty, now that its empire was rapidly disappearing, was to Europe or to the US. Britain has had an ambivalent attitude to the rest of Europe and lack of enthusiasm about accepting some implications of EU membership. This has led the Prime Minister David Cameron to questioning Britain's membership in the EU, announcing the intention to hold a referendum on the issue of Britain remaining within the EU due to disagreements on the EU economic policy. Brexit was the result of the referendum and now that "Brexit is Brexit" Theresa May has to tackle it.

As was quite often the case, the internal problems need to be diminished by having to overcome external threats. To diminish the after-Brexit drift away from Europe and in pursuit of building up new partnerships and finding new markets and resources in the parts of the world where "the sun had long ago set" for the former colonial power, the current British Prime Minister is breaking away from common sense and principle of "fair play" extending the principle of "collective responsibility" in British parliamentary politics to embrace its ex-EU partners and encourage them to follow in defense of British interests. Theresa May seems to be so obsessed with following in Margaret Thatcher's footsteps to prove her political sustainability (the 1982 Falkland crisis strengthened the image of the "Iron Lady" as an effective PM, "leader of a nation opposing an act of unprovoked aggression") that she missed the first alarming signal of the results of Parliamentary elections she herself had initiated. Hopefully traditional British common sense along with the necessity "to keep to the rules of the game" set up in a number of treaties and statutes of international organizations will triumph and British foreign policy will regain consciousness and the attempts to reassert British influence in a new context will take reasonable forms.

The referendum on EU membership initiated by the conservative leader cost David Cameron his premiership. Theresa May who stepped in to retain conservative leadership in Parliament is currently heading the uphill Brexit struggle.

Beyond its immediate foreign policy priorities, its ties with Europe and the US, Britain has important relations across the rest of the world, primarily through the Commonwealth. Transition of the British Empire into the Commonwealth of

independent nations began in 1867 with the establishment of Canada as a fully self-governing country. Australia and New Zealand followed. In the 1920–1930s the continued mistrust and misunderstanding between the British rulers and the Indian people as well as a growing nationalist movement skillfully lead by Mahatma Gandhi have lead to Britain leaving India in 1947 which then divided into a Hindu state and a smaller Muslim state – Pakistan.

Britain also left Pakistan where it was unable to keep its promises to both the Arab inhabitants and the new Jewish settlers. Ceylon became also independent. In 1997 Britain relinquished sovereignty of Hong Kong. Many viewed Hong Kong as the final end of empire but in fact Britain retains another 16 "dependent territories", the largest being Bermuda.

Britain claims all these territories may freely exercise independence and self-government. The Commonwealth is a voluntary association of members of the former British Empire and colonies which allows for a new relationship between Britain and its former possessions. Its purpose is the promotion of international understanding and cooperation by working in partnership with each other. The Commonwealth enables Britain to play a responsible part alongside other nations in aiding the development and stability of the Third World. Britain participates fully in all Commonwealth activities and welcomes it as a means of consulting and cooperating with people of differing cultures. Britain believes that the structure, history and ethos of the Commonwealth with its principles of democracy and the rule of law, provides an example in international relations through dialogue, negotiation and peaceful settlement of disputes.

There are no legal or constitutional obligations involved in membership of the Commonwealth which is mainly concerned with consultations between governments and the large number of organizations which cooperate in areas such as agriculture, the environment, health, law, economics, education. In most dependent territories there is considerable self-government with a legislature and civil service. Britain has general responsibility for defense, internal security and foreign relations. British policy is to give independence to those dependent territories that want it, and not to force it on those who do not.

The Commonwealth Secretariat is the central coordinating body. The Queen has been acknowledged as head of the Commonwealth, even though half the member-states are republics. This definition was first adopted at a Prime Minister's meeting in 1949. In April 2018 this function has been given over by her Majesty to Prince Charles.

Meetings of Commonwealth Heads of Governments are held every two years to discuss international developments and consider ways in which cooperation between members can be improved. Diplomatic representatives exchanged by the Commonwealth countries are called High Commissioners and are equal in status with ambassadors.

The main areas of cooperation between the Commonwealth countries are: international and economic affairs; education and health; export market development; legal matters; food production; rural and industrial development;

economic and financial matters; the separately funded youth programme; women and development; science and technology. There is also an information and publication programme. The official Commonwealth organizations include the Commonwealth Secretariat, the Commonwealth Institute, the Commonwealth Agricultural Bureau, the Commonwealth Science Council.

A chief reason for the popularity of the Commonwealth is that it is an international forum that lacks the formality and the pomposity of the UN, at its meetings prime ministers of member states have direct contact with each other. The Commonwealth operates rather by consensus than by voting. In many independent countries of the Commonwealth the British cultural influence survives and some of the educational systems still reflect this influence. Britain tries to hold onto its international position through the Commonwealth which the former colonies were invited to join as free and equal members. This partnership allows all members to follow own policies without pressure.

Britain no longer "rules the waves" but still remains an influential industrial power playing an important role in world politics and the position it takes on crucial international issues matters for the stability in the world.

It is mutual respect and once proclaimed principle of peaceful co-existence of states irrespective of their religious and political allegiances and affiliations that can save the world from being blown out of existence. Nowadays it is impossible to "keep your head when all the others are losing theirs", it can very well result in the loss of one in the inflammable world.

D. Kozikis

CONTEMPORARY SOCIO-POLITICAL VACILLATIONS: THEIR SOCIO-CULTURAL CONNOTATIONS AND CHALLENGES OF TRANSLATION

Language being one of the characteristic constituents of national culture is an independent social phenomenon which reflects and conveys common traits of humankind as well as specific features of national culture. Background knowledge embraces information inherent of all humankind and of the specific region which any member of the given ethnic and linguistic community possesses. Thus in teaching a foreign language and the process of interpretation one should be well aware of the rapid changes which occur within a given society, or beyond it.

As a result of the UK referendum on Britain's membership of the European Union held on 23 June 2016 Leave supporters won by 52 %. The former Home Secretary Theresa May took over from David Cameron who resigned thus becoming the new Prime Minister of the UK. The incumbent Prime Minister was set to tackle awesome problems which the country faced with its departure from the European Union (Britain joined the Common Market only in 1973). Moreover, one should remember that in the 2016 referendum Northern Ireland and Scotland voted to remain. About 33 % of the British public according to the latest-opinion

polls want the UK to leave the EU. They believe Britain is being held back by the EU which they say imposes too many rules on business and charges billions of pounds a year in membership fees for little in return. They also want Britain to take back full control of its borders and reduce the number of people coming to Britain to work. Today in the UK 3,2 million EU citizens live and work and the estimated 1,2 million Britons live in the EU countries. Among those living in Britain the Poles are most numerous (over one million) followed by those from the Irish Republic, Romania, Portugal, Italy and other European states, especially from Eastern Europe. Perhaps the greatest uncertainty associated with leaving the EU is that no country has ever done it before so no one can predict the exact result.

As regards big business it tends with a few exceptions to be in favour of Britain staying in the EU because it makes it easier for them to move money, people and products around the world. Many small and medium-sized firms want a cut in red tape and what they see as petty regulations imposed by the EU, thus leaving it.

The border issue between the Irish Republic and Northern Ireland where there was free movement of people and goods between the two countries is another headache to be dealt with as the Republic of Ireland remains in the European Union while the UK withdraws.

The UK government cannot also disregard the fact that in the UK referendum Northern Ireland voted to remain in the European Union while the UK withdraws. Thus the border issue is to be tackled to the interests of all parties involved.

In the meantime, as the clock keeps ticking to the March 29 2019 deadline there is much talk about the future status of English in the European Union as every country is deemed to retain its right to maintain its language as one of the official languages accepted in the European Union. With Britain's departure this issue remains to be solved, though British English is widely spoken in Europe, as well as among the staff and employees servicing the European Union organizations.

Any person involved in interpreting, mastering, or teaching English is well aware of the new challenges associated with the rapid changes taking place in contemporary Britain due to the fundamental objectives pursued by the British government concerning its relationship with the European Community and beyond. A major problem is to keep pace with the changes experienced by languages associated with neologisms and acquisition of new meanings of traditional words. These changes occur on all stylistic levels and in every sphere of language usage. Tony Thorne, the reputed researcher of non-traditional English, was correct to observe that "attitudes to the use of language have changed profoundly over the last three decades, and the perceived boundaries between "standard" and "unorthodox" are becoming increasingly fuzzy" (T. Thorne Dictionary of Contemporary slang, 2007).

No wonder leading politicians when dealing with unpopular policy issues revert to non-traditional lexicon to attain a positive approval of pursued policy targets by the audience.

As a result of the June 2017 general elections in Britain the Conservative party failed to attain an absolute majority in the House of Commons and thus it

was forced to sign a “confidence and supply agreement” with the minor Unionist party in Northern Ireland reducing the prime minister to becoming “damaged goods” surviving on borrowed time.

Jeremy Corbyn, the leader of the Labour party referring to Shelter figures concerning contemporary Britain, noted that “rough sleeping” among Children had increased considerably – another important reminder of the changing social scene in Britain which is to be adequately interpreted by the student mastering contemporary English. Referring to the inadequate social security reform in Greece one comes across such an evaluation as the “Greece Scrooge Card” reminding the reader of Charles Dickens and his character Scrooge.

During tense political campaigns, elections, hearings of scandals one comes across numerous examples which should be adequately interpreted and translated: “a basket of deplorables”, “a basket-case president”, “to be in the cross-hairs” etc. The failure of the talks between David Cameron and the European Union President was interpreted as a “Catch 22” taken from Joseph Heller’s wartime novel, which related a deadlock.

The given examples coupled with other numerous references which saturate the language of contemporary mass media and everyday speech should be in the fore of professionals immersed in the mainstream of English in the twenty-first century.

А. В. Ломовая

СПЕЦИФИКА ДВУЯЗЫЧИЯ В РЕСПУБЛИКЕ ИРЛАНДИЯ
(на материале антропонимов)

Официальное двуязычие существует во многих странах мира, в том числе и в Республике Ирландия. Согласно статье 8 Конституции Ирландии, ирландский язык как язык национальный объявляется первым официальным языком, а английский язык признается вторым официальным языком. Однако та же статья разрешает исключительное пользование одним из указанных языков в одной или нескольких официальных отраслях на всей территории государства.

Одна из общественно значимых сфер, где применяется этот закон, касается антропонимов – имен собственных, идентифицирующих человека. Большинство ирландцев использует английские формы или аналоги своих имен в англоязычном контексте, а ирландские – в целях национальной самоидентификации и при общении на ирландском. При этом **ирландские фамилии** имеют свою специфику, которая отражается лишь частично или вообще не отражается в английской версии.

1. Для различения отца и сына, носящих одно и то же имя, к личному имени может прибавляться прилагательное *Mór* ‘старший’ или *Óg* ‘младший’. В английском языке им соответствуют аббревиатуры *Sr* (*senior*)

‘старший’ и *Jr* (*junior*) ‘младший’. Так, двуязычное написание имени *Патрик Райан-старший* выглядит следующим образом: *Pádraig Mór Ó Riagháin* (ирл.) – *Patrick Ryan Sr.* (англ.).

2. В неформальном общении ирландское личное имя может сопровождаться прилагательным, описывающим цвет волос: *Pádraig Rua* ‘Патрик рыжий’, *Máire Bhán* ‘Мария светловолосая’. Английского аналога этого явления нет.

3. Большинство ирландских фамилий происходят от патронимов (т.е. имени отца или знаменитого предка), что отражено в приставках *Ó/Ua* ‘потомок’ и *Mac* ‘сын’. Например, имена *Джеймс О’Брайен* и *Фрэнсис Маккарти* будут представлены следующими двуязычными аналогами: *Seamus Ó Briain* (ирл.) – *James O’Brien* (англ.) и *Phroinsias Mac Cárthaigh* (ирл.) – *Francis MacCarthy* (англ.).

4. Женские ирландские фамилии отличаются по форме от мужских (английского аналога это не касается, такие фамилии совпадают по форме с мужской):

а) девичья фамилия-патроним образуется при помощи приставки *Iníon Uí* ‘дочь потомка’ или *Iníon Mhic* ‘дочь сына’, которые фонетически преобразуются и сокращаются до *Ní* и *Nic* соответственно: например, *Doireann Ní Bhriain* (*Дорин О’Брайен*), *Fiona Nic Lochlainn* (*Фиона Маклафлин*);

б) если женщина берет фамилию мужа, то приставки *Ó/Ua* или *Mac* в фамилии мужа заменяются на *Uí* (сокращение от *Bean Uí* ‘жена потомка’) или *Mhic* (сокращение от *Bean Mhic* ‘жена сына’) соответственно: например, *Doireann Uí Bhriain* (*Дорин О’Брайен*), *Fiona Mhic Lochlainn* (*Фиона Маклафлин*). Полная форма может использоваться как аналог английского обращения *Mrs* (*миссис*): *Bean Uí Bhriain – Mrs. O’Brien*, *Bean Mhic Lochlainn – Mrs. McLaughlin*.

5. Мужская фамилия-патроним, которая начинается с гласной, фонетически модифицируется после приставки *Ó/Ua*, что отражается также и в английской версии фамилии: например, *Ó hEaghra* (потомок Эагры, короля Коннахта X в.) – *O’Hara*, *Ó hUiggin* (потомок Иггина, говорящее имя со значением ‘викинг’) – *Higgins*. Остальные упомянутые выше приставки *Ní*, *(Bean) Uí*, *Mac*, *Nic*, *Mhic* не меняют фонетического облика фамилий.

При передаче **личных** ирландских **имен** проявляются следующие специфические закономерности.

1. Многие имена кельтского происхождения не имеют аналогов в других языках мира, в том числе и в английском, и поэтому не меняют фонетическую форму при переводе на английский язык (может опускаться диакритический знак долготы гласного): *Sorcha* (*Сорха*) от гэльск. *sorchae* ‘сияющая, лучезарная’, *Aoibhe* (*Ива*, *Ифа*) от гэльск. *aoibhinn* ‘прекрасная’, *Saoirse* (*Сирше*) от гэльск. *saoirse* ‘свобода’, *Lorcán* (*Лоркан*) от гэльск. *lorcc* ‘свирепый, вспыльчивый’, *Ciarán* (*Киаран*, *Киран*) от гэльск. *ciar* ‘темный’.

2. Имена библейского происхождения и агионимы (имена святых) передаются на английский соответствующими традиционными аналогами: *Éabha – Eve* (*Ева*), *Daibhead – David* (*Давид*), *Micheál – Michael* (*Михаил*), *Seoirse – George* (*Георгий*).

3. Популярными являются имена французского происхождения, которые легко соотносятся с соответствующими английскими именами: так, *Seán* (*Шон*), происходит от старофр. *Jehan* (*Жеан*, *Жан*) и соотносится с английским *John* (*Джон*); *Siobhán* (*Шевонн*) от старофр. *Jehanne* (*Жеанна*, *Жанна*) – с английским именем *Jane* (*Джейн*); *Sinéad* (*Шинейд*) от старофр. *Jehanette* (*Жеаннетт*, *Жанетт*) – с английским именем *Janet* (*Джанет*).

4. Многие имена ирландского происхождения видоизменились и стали использоваться в английском языке автономно (особенно в американском английском). Например, имя *Kevin* (*Кевин*) происходит от ирландского имени *Caoimhín* (от древнеирл. имени *Coemgen* ‘благородного происхождения’), причем в ирландском есть и женский вариант этого имени – *Caoimhe* (*Кива*). Носитель имени может и не подозревать о связи своего имени с ирландским прототипом, следовательно, для таких имен перевод на ирландский не применяется.

Таким образом, имена ирландцев, проживающих как в Республике Ирландия, так и за ее границами, передаются согласно специфическим правилам, связанным с их двуязычным употреблением. Правильное понимание таких имен на ирландском языке и их адекватное отражение на английском языке необходимо для эффективного межкультурного общения и предупреждения коммуникативных неудач.

С. А. Могилевцев

РЕФЕРЕНДУМ О ВЫХОДЕ ВЕЛИКОБРИТАНИИ ИЗ ЕВРОСОЮЗА: ИСТОРИЧЕСКИЕ ПРЕДПОСЫЛКИ, ПОЛИТИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ДЛЯ СТРАНЫ

Состоявшийся в июне 2016 года референдум в Великобритании был предопределен рядом исторических и политических факторов. Интеграция Соединенного Королевства в европейский проект по объединению традиционно была непростым вопросом для политической элиты страны.

После вступления Великобритании в январе 1973 года в ЕЭС был проведен мониторинг общественного мнения по данному вопросу. Опрос показал, что только 38 % британцев одобряли членство страны в этой организации, 36 % опрошенных были против. Накал страстей в обществе был достаточно высоким, рассматривалась даже возможность выхода Великобритании из единого рынка. В течение года британские политики вели переговоры с представителями ЕЭС о предоставлении стране особого статуса в экономическом союзе. С целью изменения общественного мнения консервативным правительством была развернута массированная кампания в СМИ в поддержку участия Великобритании в европейском проекте. Состоявшийся в 1975 году референдум показал, что эта кампания оказалась успешной.

Однако уже в 1980-е годы британские политики в лице М. Тэтчер начали предпринимать усилия по нивелированию политических, экономических

и социальных последствий нахождения страны в ЕЭС. Ее преемник Д. Мейджор в ходе обсуждения Маастрихтского договора в 1992 году, трансформировавшего ЕЭС в ЕС, добился для Великобритании права не вступать в зону евро и не подписывать Европейскую социальную хартию.

В декабре 2011 года отношения между Великобританией и ЕС вновь обострились, когда Д. Кэмерон наложил вето на инициированное Францией и Германией межправительственное антикризисное финансовое соглашение, предусматривавшее ограничение бюджетных расходов членов ЕС. Британский лидер досрочно покинул евросаммит в Брюсселе, не добившись уступок для финансового сектора Великобритании. Вскоре он сделал заявление о том, что страна выйдет из Европейского Союза, если ее интересы будут и далее игнорироваться.

В январе 2013 года Д. Кэмерон сообщил о своем намерении обсудить с европейскими партнерами новые условия дальнейшего участия Великобритании в ЕС. В случае провала переговоров он пообещал провести национальный референдум по вопросу возможного выхода страны из ЕС.

В феврале 2016 года переговоры о новых условиях членства Великобритании в ЕС завершились. «Новые условия» подразумевали следующее: 1) иной порядок назначения пособий иммигрантам, прибывшим в Великобританию; 2) ограничение въезда на территорию страны иммигрантов из государств, не входящих в Евросоюз; 3) освобождение Великобритании от перечислений в бюджет ЕС финансовых средств, направленных на поддержку проблемных экономик еврозоны; 4) действующие политические соглашения между членами ЕС либо новые договоры, предусматривающие дальнейшее политическое сближение членов этой организации, не будут касаться Великобритании. Однако коллеги Д. Кэмерона в правительстве и в парламенте подвергли критике достигнутые им *предварительные* договоренности, *не имевшие* юридической силы. На политическом горизонте страны замаячила перспектива референдума о дальнейшем членстве Великобритании в ЕС.

Полагая, что победа на евррореферендуме это решенный вопрос (как и в случае с референдумом в Шотландии в 2014 году), Д. Кэмерон назначил плебисцит на год ранее планировавшегося срока, на июнь 2016 года. Однако возглавляемая им агитационная проевропейская кампания проводилась вяло и неубедительно. Результаты референдума, в котором приняли участие более 70 % взрослого населения страны, стали шоком для Д. Кэмерона и его сторонников. Британские избиратели, уставшие от проводившейся консерваторами в течение длительного времени политики бюджетных сокращений, урезания социальных льгот и заработных плат, наступления на права работающих, вынесли вотум недоверия правящей партии и ее лидеру.

Каковы же *политические последствия* референдума 2016 года для Великобритании?

1. Референдум вызвал политический кризис в стране: Д. Кэмерон ушел в отставку, что повлекло за собой поиск нового лидера консервативной

партии и, соответственно, нового премьера. Руководителем партии была избрана Т. Мэй, которая автоматически стала премьер-министром, не одержав победы на парламентских выборах.

2. В течение года британское руководство пребывало в состоянии шока, не понимая, куда двигаться дальше. Возникла необходимость срочной реализации запасного плана развития событий после референдума, так называемого *плана Б*. Однако подобного плана у Т. Мэй и ее сторонников не было. Создание в июле 2016 года министерства по выходу из Европейского Союза, основной задачей которого является осуществление переговорного процесса с соответствующими структурами ЕС, достаточно сложно назвать реализацией этого плана.

3. Поскольку значительная часть населения Шотландии (62 %) в ходе референдума высказалась против выхода Великобритании из ЕС, премьер-министр Шотландии Н. Стерджен заявила о намерении провести второй референдум о независимости этой страны в конце 2018 года, до завершения переговоров с ЕС. Территориальная целостность Соединенного Королевства оказалась под угрозой, поэтому Т. Мэй поспешила сделать заявление о том, что до завершения переговоров о Брексите новый референдум о независимости Шотландии состояться не может.

4. В июне 2017 года в Великобритании прошли досрочные парламентские выборы, с помощью которых Т. Мэй надеялась укрепить свои позиции внутри страны и на переговорах с ЕС. Однако ее расчеты не оправдались: консерваторы потеряли большинство в парламенте, а политический вес и влияние Т. Мэй были значительно ослаблены, чем поспешили воспользоваться представители ЕС на переговорах по вопросу о Брексите.

5. В качестве политического условия для начала переговорного процесса по поводу «бракоразводного процесса» Великобритании с ЕС было предложено внести в бюджет этой организации 50 миллиардов фунтов. Данная сумма включает членские взносы страны и прочие платежи в бюджет Евросоюза до конца 2020 года. Британцы с таким условием не соглашались (министр иностранных дел Б. Джонсон посоветовал европейцам «идти куда подальше»), поэтому переговорный процесс зашел в тупик. Однако в декабре 2017 года Т. Мэй дала принципиальное согласие на выплату страной «бракоразводных денег» при условии снижения данной суммы до 35–39 миллиардов фунтов. Тем не менее коллеги по партии обвинили ее в предательстве интересов страны.

6. Следующим политическим препятствием на пути переговоров о Брексите является проблема статуса границы между Ирландией и Соединенным Королевством. Поскольку Великобритания заявила о своем выходе из Таможенного союза ЕС и единого рынка (что означает реализацию так называемого жесткого Брексита, сторонником которого является Т. Мэй), встает вопрос об установлении таможенного и пограничного контроля между Северной Ирландией и Республикой Ирландия. Евросоюз настаивает на введении пограничного и таможенного контроля между Северной Ирландией

и Великобританией. В этом случае Северная Ирландия остается в таможенном союзе и едином рынке и приобретает особый статус в Соединенном Королевстве. Если это произойдет, на получении подобного статуса настаивает и Шотландия. Однако такой вариант не устраивает британского премьера, поскольку это означает нарушение территориальной целостности страны. Еще одним вариантом рассматривается заключение специального соглашения в отношении Северной Ирландии, что позволит сохранить открытую границу между этой частью Великобритании и ее южным соседом. В этом случае на Северную Ирландию будут распространяться таможенные условия Республики Ирландия и, следовательно, ЕС.

7. В марте 2018 года Т. Мэй заявила, что в ходе переговоров с ЕС она желает обсудить вопрос «таможенного партнерства» с ЕС с целью снижения таможенных пошлин и избежания таможенного контроля на границе. Она также полагает возможным сохранить особый статус в ЕС финансового сектора страны и Лондона как финансовой столицы Европы. Однако эксперты скептически отнеслись к подобной идее, подчеркнув, что Великобритания желает сохранить преимущества членства в ЕС и отказаться от своих обязательств перед этой организацией.

Среди *экономических последствий* референдума для Великобритании можно назвать обесценивание стоимости фунта стерлинга на 10 %; рост инфляции в стране с 0,4 % в июне 2016 года до 3,1 % в декабре 2017 года (что повлекло за собой рост цен на продукты питания и топливо); снижение темпов роста ВВП в краткосрочной перспективе с 2,8 до 1,9 % (что ниже, чем в остальных странах ЕС, кроме Греции и Дании). Прогнозируется также, что вследствие снижения экономической активности Великобритании, вызванной ее выходом из ЕС, ежегодные потери экономики страны до 2021 года составят 72 миллиарда фунтов. Кроме того, снижение уровня миграции (которая в течение года после референдума сократилась на 40 % из стран ЕС) будет означать сокращение ВВП страны еще на 0,1–0,2 %. Многие британские компании уже испытывают проблемы с набором рабочих рук, поскольку ряд польских мигрантов покинули страну.

Достаточно туманно будущее японских и американских автоконцернов, находящихся в Великобритании. В феврале 2018 года посол Японии в Великобритании сделал заявление о том, что в случае повышения таможенных пошлин на собираемые в Великобритании японские автомобили, их производство будет перемещено в другие страны ЕС. Американская компания «Форд» также заявила о своих планах закрыть два автомобильных завода в Великобритании в связи с неясными экономическими перспективами. Это приведет к потере почти четырех тысяч рабочих мест. Парадокс заключается в том, что японские и американские предприятия размещены в регионах Англии, где наибольший процент голосов, отданных за выход страны из ЕС. Владельцы компании «Ровер» в начале апреля также заявили о закрытии одного из заводов в связи с неопределенной экономической ситуацией, складывающейся в стране после референдума 2016 года.

Подобное развитие событий тревожит и рядовых британцев. Проведенный осенью прошлого года опрос общественного мнения компанией YouGov показал, что 46 % опрошенных полагают, что в июне 2016 года следовало голосовать по-иному.

Во второй половине текущего года Т. Мэй и ее правительство ожидают серьезные политические потрясения, поскольку британские парламентарии, в том числе от консервативной партии, не согласятся с политически и экономически опасным вариантом «жестского Брексита», на котором настаивает антиевропейски настроенная группа политиков в руководстве страны.

События могут развиваться по двум сценариям. П е р в ы й вариант – это сокрушительное поражение правительства в ходе голосования в парламенте по вопросу реализации «жесткого Брексита», следствием которого станут политический кризис в стране и созыв досрочных парламентских выборов. В т о р о й вариант подразумевает отказ правительства от жесткого Брексита и заключение соглашения с ЕС о переходном периоде, который будет продолжаться достаточно долго, что позволит британцам пользоваться преимуществами единого европейского рынка.

N. Rogozhkina

POST-BREXIT LANGUAGE EDUCATION IN GREAT BRITAIN

The UK demonstrates the paradox of multilingualism and monolingualism as a great variety of ethnic minority languages (Bengali, Panjabi, Urdu, Polish) are spoken but many English speakers show little competence in other languages. The British National Curriculum was published in 2014, but the four nations of the UK have taken different approaches towards language education appropriate to their linguistic circumstances.

In England compulsory age for foreign language learning is between 7 and 14, and language study is currently not required for either GSCE or A-level.

Scotland has been implementing an ambitious ‘1 + 2’ language education policy, with the aim of introducing every child to two new languages in addition to English by the end of primary school. It is intended that by 2020 every child will be entitled to learn a first additional language from the beginning of primary school (4/5) and a second one at age 8/9. The Scottish Government also has specific policies for the support of Gaelic.

In 2016 the Welsh government introduced its Global Futures strategy with the ambitious aim of making Wales ‘bilingual plus one’ and introducing foreign language teaching in primary schools as part of a new broad curriculum area encompassing both Welsh and English.

In Northern Ireland as in Wales, pupils are currently only required to learn a foreign language between the ages of 11 and 14.

Efforts to bring language teaching into primary schools have produced some good results and there is a growing realisation that an earlier start to language

learning, with clusters of local schools working together, could have far-reaching social, economic and educational benefits. Despite these positive policy developments, entry numbers for language examinations are still dropping in all four countries. Languages are virtually absent from vocational courses, and opportunities to study them beyond GCSE level are in decline.

Despite the reduction in the number of those becoming multilingual through formal education, multilingualism is very strongly present in UK schools. Department for Education statistics show that nearly one in five primary school pupils have a first language other than English. The range of languages spoken by these heritage and minority language speakers is much broader than those traditionally taught, and could represent a significant skill-set for the UK.

Schools in the UK are permitted to teach any language, but they are constrained, among other factors, by the availability of qualifications and of teachers. Although GCSE and A-level qualifications exist in 19 foreign languages, teacher training courses focus almost exclusively on French, Spanish and German. In Scotland, qualifications are also available in Gaelic, Italian, Mandarin, Cantonese and Urdu. Head teachers say their main concern is a plentiful supply of high quality teachers and with very few teacher training routes available for the lesser-taught languages, introducing a new language is a considerable risk. These factors explain why it has been difficult for languages such as Mandarin Chinese, Japanese or Arabic to gain a foothold in the system.

With the UK now poised to leave the EU, it's time to re-examine which languages Britain needs most. All languages are, of course, equally valuable from a linguistic point of view, and the knowledge of any language in addition to the mother tongue expands both cultural understanding and communicative resources. However, those intending to invest time and resources in language learning – whether politicians, taxpayers, parents or learners – seek guidance on where that effort might most effectively be focused. Departure from the EU will mean a greater emphasis on bilateral international relations – this may reduce the extent to which the British can rely on English as a lingua franca, as in a bilateral relationship the languages of both countries need to be tools for communication and diplomacy.

Brexit therefore raises some important questions: will there be more or less need for the languages most commonly taught in UK schools – French, Spanish and German? Will there be demand for a wider range of world languages?

Government figures show that the UK economy loses about £50bn a year in failed contracts because of a lack of language skills in the workforce. The British Chambers of Commerce has called for language teaching to be made compulsory between ages 7 and 16 to help entrepreneurs become more globally-minded and remove barriers to exporting.

Overall language deficit appears to be growing. In addition, the UK's language industry – international translation, interpreting, web localisation and other language services – is highly dependent on native speaker linguists from other EU countries whose expertise may be more difficult to access after Brexit.

Native English speakers cannot simply rely on the rest of the world's desire to learn their language. After Brexit, trade agreements with China, Russia and other developing markets will lead to missed deals for the UK if negotiations are only conducted in English.

There are a lot of factors that determine foreign language policies in the UK: the economic factors (current UK exports, emerging high growth markets, future trade priorities, the language needs of UK business), non-market factors (tourism, diplomatic and security priorities, the public's language interest, international educational engagement) and some balancing factors (level of English proficiency in other countries, languages on the internet).

The report "Languages for the future", which was commissioned in 2017 by the British Council, took all these factors into account and made up a ranking where Spanish is marked as the most important language, followed by Mandarin, French, Arabic and German. Some way behind come Italian and Dutch, followed by Portuguese, Japanese and Russian. The report states that other languages may well grow in importance in future, such as Polish, Malay, Turkish, Hindi and some Indian languages. The position of Polish is due to the large number of Polish speakers in the UK, which results in a high level of travel and interchange, and the potential for the development of UK trade with Poland.

The UK's departure from the EU is unlikely to entail a reduced need for European languages, while the ambition to forge new trading alliances around the world will require a wide range of languages alongside those which form the basis of the UK's existing language capacity. The vulnerability of language provision in many schools and universities, and the lack of vocational pathways, could further erode the UK's already weak language capability just at a time when it needs to expand. The responsibility for addressing this need lies not only with the four UK education departments, but with individuals, business and employers.

А. В. Разумова

СОВРЕМЕННАЯ ИММИГРАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ВЕЛИКОБРИТАНИИ: МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМ ИЛИ АССИМИЛЯЦИЯ?

Политика многих стран по вопросам иммиграции разнообразна и многоаспектна. Каждая страна имеет свои особенности при проведении такой политики. Любое государство, принимающее иммигрантов, прибегает либо к стратегии ассимиляции, либо к мультикультурализму по отношению к прибывающим на ее территорию. В современной Великобритании политика мультикультурализма реализуется на официальном, государственном уровне. В основе такой политики лежит совместное проживание и взаимодействия индивидов, групп, сообществ различной культурной и религиозной ориентации с помощью механизмов совмещения разных ценностей, представлений, традиций, образов жизни в рамках «гражданской» нации.

Сегодня в Великобритании есть и противники такой политики, которые подчеркивают, что она направлена на оказание дополнительной помощи темнокожему населению, выходцам из Азии, что дискриминирует другие этнические сообщества, также проживающие на территории государства. Существует мнение, что ассимиляция иммигрантов провоцирует в обществе атмосферу напряженности и разделенности на этнические и религиозные группы, а в крупных городах появляются такие районы, которые белое население «стремится покинуть как можно скорее».

В 1998 году в Европе появилось понятие *экзотический мулитикультурализм*, или *Boutique Multiculturalism*. Это мультикультурализм, при котором жители Великобритании с удовольствием посещают рестораны или кафе с экзотической кухней других стран (индийской, китайской), заимствуют некоторые элементы культуры, одежды, музыки у иммигрантов. Это в корне отличается от настоящего мультикультурализма, а национальные меньшинства все еще проживают в обособленных частях британских городов.

Никогда проблема иммиграции не притягивала такого общественного внимания, как в последние десять лет. Правительство Великобритании регулярно реформирует и изменяет миграционные законы. Так, с 2006 г. претенденты на получение права на постоянное место жительства должны иметь пятилетний срок проживания в стране, работу, платить налоги, знать язык, традиции и законы страны. В 2010 г новое правительство в лице министра внутренних дел Т. Мэй высказало намерение сократить ежегодную численность иммигрантов до нескольких десятков тысяч человек и подобные тенденции в британской иммиграционной политике лишь усиливались с тех пор.

В 2016 году премьер министр Дэвид Кэмерон подписал указ о владении иммигрантами английским языком, в котором, в частности, говорилось, что через два с половиной года проживания на территории Великобритании, иммигранты обязаны сдать экзамен на владение английским языком. Если уровень владения окажется недостаточным, то иммигранта депортируют, даже если у него или нее в Британии родились дети. Данное изменение коснулось в первую очередь иммигрантов, вступивших в брак с гражданами Великобритании. Этим же указом были запрещены и традиционные женские предметы одежды, скрывающие полностью лицо.

Такими мерами правительство Великобритании стремится стимулировать интеграцию прибывающих в страну иммигрантов в общество и культуру страны, уменьшить сегрегацию по национальному признаку, а также еще больше укрепить в обществе традиционные устои, препятствовать радикализации британского общества.

Из всех перечисленных мер, принятых правительством, и геополитических шагов, сделанных Великобританией за последние 10 лет, можно сделать вывод, что современная политика страны направлена скорее на ассимиляцию иммигрантов, а не на поддержание мулитикультурализма.

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

И. М. Басовец

ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ БЕЛОРУССКОГО БИЗНЕСА И ИХ ЗАРУБЕЖНЫХ ПАРТНЕРОВ

Одной из важнейших сфер общественной и индивидуальной жизни является бизнес, поэтому деловая коммуникация заслуживает внимания лингвистов в свете комплексного изучения особенностей функционирования языка в бизнес-контексте и специфики использования языковых средств в деловом общении. Для современного бизнеса, а следовательно, и для общества, чью материальную основу бизнес создает, становится все более актуальным исследование бизнес-коммуникации с целью повышения ее эффективности и достижения большей деловой результативности, что может внести вклад в модернизацию отечественной экономики и всего белорусского общества. В этом отношении интерес представляет исследование межкультурного делового общения представителей бизнес-среды Республики Беларусь и их зарубежных партнеров при помощи английского языка как международного средства коммуникации.

Материал англоязычной деловой переписки, официальных документов, контрактов, устных переговоров при встрече и по телефону, накопленный автором в ходе выполнения функций переводчика на протяжении десяти лет с представителями крупных европейских компаний, позволяет утверждать, что межкультурная бизнес-коммуникация представителей деловой среды Беларуси и Западной Европы является сложным симбиозом разных стилей, а также синкретичным единством разных прагматических функций, характеризуется положительным вербальным имиджем компаний и преобладанием глобализированной деловой культуры, отличается интенсивностью, информационной насыщенностью и опосредованностью.

Стилевая гибридность межкультурной деловой коммуникации проявляется в одновременном сосуществовании внутри рассматриваемого понятия: а) официально-делового стиля (в международных деловых контактах охватывающего экономические, юридические, таможенные, логистические, товаросопроводительные и другие документы/вопросы, а также сферу рекламы и продвижения товаров и услуг); б) научного, а именно научно-технического (инструкции по применению, сертификаты, техническое описание и характеристики товара, технические рекомендации по проведению регламентных работ и т.д.) и учебно-академического (корпоративная лекция, мастер-класс, обучающий семинар, обучающие курсы, деловая игра и т.д.); в) публицистического (включающего ораторскую речь в ходе презентации или выставки, интервью представителя компании в средствах массовой информации и т.д.); г) разговорно-бытового (в ходе устных бесед и начальных фраз делового письма, поздравлений с праздниками, обсуждений в ходе делового ужина и т.д.).

Полиинтенциональность деловой коммуникации на английском языке между представителями деловой среды Беларуси и европейских стран обусловлена тем, что в процессе межкультурного делового общения реализуется комплекс намерений говорящего. Как в письменной, так и в устной сфере взаимоотношений решается, как правило, одновременно несколько задач с одинаковой или разной степенью важности и срочности. Даже, например, если речь идет о простом согласовании даты поставки товара, короткое сообщение по электронной почте обычно не ограничивается вопросом к поставщику о самой дате, а затрагивает получение детальной информации по товаросопроводительным документам, размеру и весу груза, упаковки и т.п., поскольку по распространенной в деловом общении практике такое письмо ставится в копию ответственным лицам и представителю логистической компании.

Лингвокоммуникативное лицо компании, формируемое за счет создания и системного, многократного применения регулярно повторяющихся слов и фраз в деловом общении, которые связываются в единое целое, конструирует вербальный имидж компании, образуя ее вербально-коммуникативный капитал – актив, который дополняет ряд других ее нематериальных активов (включающих репутацию, торговые марки и т.д.). По нашим наблюдениям, как иностранные, так и белорусские компании тщательно и последовательно формируют свой положительный вербальный имидж благодаря а) использованию лексических единиц с положительной оценочной семантикой, например: *we are pleased to confirm the very special discounts, we need your significant and essential support, in prestigious and important locations all around the world, this exciting project* и т.п., б) соблюдению делового речевого этикета, что проявляется в предпочтении мягких формулировок для решения спорных вопросов и выражения просьб: *please allow me to take the opportunity to forward a question from our accounting department, could you let me know what the background is for the difference, we kindly remind you, would you be so kind to send me a confirmation, we kindly ask to send us, please check and confirm, please be so kind to confirm when received, could you please specify* и т. п, а также в частом использовании клишированных фраз в деловых документах и корреспонденции, например: *hope my mail finds you well, please be informed, please find attached, we remain at your disposal for any further information that you may need, looking forward to hear from you, don't hesitate to contact us for any further information, for urgent matters please contact, have a very nice day and talk to you soon, let us keep in touch, kind/best regards, all the best and good luck* и т.п., в) многократном выражении благодарности по многочисленным поводам: *thank you for your email, thanks for your further information regarding your order, thank you for your feedback, we thank you for your information about, it is thanks to your support and constant help, thanks to you we have made and we will make the history of our centenary brand* и т.п.

Сопоставительный анализ межкультурного делового общения на английском языке белорусских компаний и семи иностранных западных компаний из Нидерландов, Германии, Италии и Польши выявил, что вербальный имидж бизнес-руководителей и лингвоинформационная презен-

тация их компаний и продукции детерминируются в большей степени требованиями единой глобализированной деловой культуры и гораздо в меньшей степени спецификой национальных культур. По-видимому, это объясняется тем, что объектом анализа стало деловое общение с крупными западными компаниями, представители которых получили сходное глобализированное образование в ведении международного бизнеса. В своем межкультурном деловом общении они используют универсальный языковой бизнес-код, понятный представителям разных культур. Отмечу, однако, что представители немецких компаний и голландской корпорации при оперативном обмене данными отличаются своим весьма неформальным стилем общения, близким к разговорному. В качестве примера, приведу выдержки из переписки с представителями двух немецких компаний с сохранением авторского правописания и пунктуации: *hi, sorry i missed it! Are u available today???*; *Let us catch up later, Rgds, BR.* Достаточно распространенным явлением в бизнес-среде стало употребление наряду с формальным приветствием *Dear* неформального *Hi, Hello again* + имя партнера. Иногда в деловую коммуникацию проникают национально-специфичные вербальные компоненты, не принадлежащие английскому языку, например, прощание *Ciao* в переписке с итальянским партнером, либо социокультурные лакуны, как в случае с мероприятиями, процедурами или местом, где будет проводиться узкоспециализированная выставка. Следует также подчеркнуть экстралингвистический фактор времени как ценного ресурса в бизнесе, который диктует количественную и качественную интенсификацию текстов межкультурного делового общения, многомерное уплотнение текстового ряда, конкретное и точное формулирование обсуждаемых вопросов, большую информационную насыщенность делового взаимодействия, оперативность в обмене данными.

Опыт работы с представителями компаний из Нидерландов, Германии, Италии, Польши показал, что деловое общение происходит на английском языке, которым уполномоченные вести переговоры и сопровождать различные аспекты взаимоотношений представители иностранных компаний, работающих на рынках разных стран, владеют свободно, но которым зачастую не владеют представители разных отделов белорусских компаний, поэтому часто общение происходит при помощи переводчика, т.е. опосредованно.

Таким образом, изучение основных характеристик межкультурного делового общения представителей бизнес-среды Беларуси и Западной Европы таких, как стилевая гибридность, полиинтенциональность, положительный вербальный имидж компаний, доминирование глобализированной деловой культуры, интенсивность, информационная насыщенность и опосредованность, позволяет учитывать вербально-эффективные направления успешного межкультурного делового общения для наилучшего представления своей организации и ее деятельности в процессе взаимодействия, внедрять коммуникационные модели мирового уровня в белорусский бизнес и создавать положительный лингвокоммуникативный имидж белорусских компаний как ценнейший нематериальный актив, который может служить социально-экономическим интересам страны.

О. В. Бессонова

«ПРАГМАТИЧЕСКИЙ ФИЛЬТР» КАК НЕОБХОДИМЫЙ ЭТАП МОДЕЛИРОВАНИЯ ВЫСКАЗЫВАНИЯ
(на примере англоязычной ситуации «совет»)

В процессе коммуникативной деятельности для решения задач общения у человека появляется необходимость эксплицировать в речи ту или иную денотативную область, представленную в виде своего рода ментальной схемы, которая включает типичных действующих лиц (в широком смысле) и связи между ними. Особенностью отражения денотативных областей, моделирующих межличностное общение, является то, что на поверхностном уровне достаточно редко появляются все структурные элементы сразу, поскольку при реализации в конкретной коммуникативной ситуации некоторая часть информации может оказаться избыточной (например, если она уже присутствует в контексте или же может быть легко восстановлена из ситуации) или даже нежелательной с точки зрения говорящего.

Одной из наиболее часто эксплицируемых в речи денотативных областей является денотативная область «совет», которая может быть описана следующим образом: передавая некое информационное сообщение (=объект), говорящий (=субъект) стремится побудить слушающего (=адресата) к некому действию в интересах самого слушающего (=цель). Анализ нашего фактического материала показывает, что отражение основных конструктивных элементов данной денотативной области – субъекта, адресата, объекта и цели – в структуре предложения английского языка в значительной степени *вариативно*. Так, например, говорящий может предпочесть «завуалировать» следующие компоненты:

а) субъект высказывания: *We were advised to stay longer.* (в предложении представлены адресат + объект + цель);

б) адресат: *My advice is to stay longer.* (в предложении представлены субъект + объект + цель);

в) объект: *I will not advise you.* (в предложении представлены субъект + адресат + цель);

г) субъект, адресат и объект: *That's good advice – I'll follow it.* (в предложении содержится указание только на то, что имел место совет).

Поскольку совет является в первую очередь попыткой побуждения собеседника к действию, в некоторых ситуациях получение совета (особенно непрошенного) может рассматриваться слушающим как оказание на него некого давления, как угроза его независимости и вторжение в его личное пространство, что в английской коммуникативной культуре считается неприемлемым. Данная национально-культурная особенность проявляется в том, что в большинстве случаев говорящий намеренно опускает целевой компонент, убирая из поверхностной структуры *прямое указание* на совет и «маскируя» его под другие, более «безопасные» речевые акты, например, информирование:

а) *If I were you, I'd tell her the whole truth immediately.* (в предложении представлены субъект + адресат + объект);

б) *It's a good idea to stay longer.* (в предложении представлен только объект).

Окончательный выбор представляемых на поверхностной структуре компонентов осуществляется говорящим на основе анализа реальных условий общения, социокультурных характеристик собеседников, социально-статусных отношений между ними, преломляемых через призму языковой картины мира говорящего. Этап отбора компонентов одной или нескольких денотативных областей, актуальных для моделирования будущего высказывания, мы назвали «прагматическим фильтром». В зависимости от осуществляемой деятельности, преследуемых целей и конкретных условий коммуникативной ситуации на данном этапе выделяются компоненты, составляющие *прототип* будущей ситуации, т.е. закладывается структура того, что затем будет оформлено предложением.

А. А. Биюмена

УНИВЕРСАЛЬНЫЕ МЕТАФОРИЧЕСКИЕ МОДЕЛИ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Метафора является весьма востребованным языковым ресурсом в политическом дискурсе, как и в любом другом типе воздействующей коммуникации. Политические лидеры прибегают к ее помощи для того, чтобы сжато и наглядно представить адресату сложные для понимания идеи, а также с целью навязывания аудитории своей оценки явления или ситуации.

Традиционно метафорические модели разделяют на *универсальные* (применимые к широкому ряду объектов) и *специфические* (относящиеся к определенной сфере жизни или деятельности). Мы рассмотрели универсальные метафорические модели *синестезию* и *абстрактизацию* в текстах выступлений российских политических лидеров. Результаты нашего исследования показывают, что на долю данных моделей приходятся 9,7 и 14 % всех метафорических употреблений в материале исследования соответственно.

С и н е с т е т и ч е с к а я м е т а ф о р а, т.е. употребления слов, обозначающих качества, воспринимаемые с помощью органов чувств, для определения рационально познаваемых признаков, используется в политической речи преимущественно для выражения отношения к происходящему и его оценки сквозь призму человеческого восприятия: *Обязаны отстоять миропорядок… не допускающий повторения ни «**холодных**», ни «**горячих**» **войн*** (В. Путин); *Это кровь и слёзы, **горечь** поражений и радость побед* (Д. Медведев); *Прежде всего – за счет **смягчения** мер пресечения до вынесения приговора* (Д. Медведев); *Мы **жестко** стоим за то, чтобы удовлетворить требования… шахтеров* (В. Жириновский); *дети нынешних чиновников занимают все **теплые** места* (С. Миронов); *Нам для этого нужно много работать, собирать силы, готовить **ярких** молодых политиков* (М. Прохоров); *Вы не должны принимать на себя **тяжесть** политического решения, необходимо руководствоваться только законом* (К. Собчак).

У всех ораторов были отмечены случаи употребления *абстрактизации*, т.е. осмысления абстрактных понятий в виде предметных образов: *…изобрести и* ***протащить*** *закон ликвидации образования как такового вообще* (Г. Зюганов); *По сути, мы* ***стоим*** *перед историческим выбором* (Д. Медведев); *Я хочу вам сказать, что мы никого* ***не отталкиваем****… и* ***не цепляем****, наоборот, мы призываем всех объединиться вокруг нашей страны* (В. Путин); *Во-первых, мы считаем себя настоящей компартий и компартией настоящих коммунистов, потому что рождение и создание альтернативной компартии было связано с тем, что, к сожалению, руководящая часть КПРФ в какой-то момент* ***встала на позиции*** *приспособленчества, а потом это их привело просто к коммерциализации политического процесса* (Г. Сурайкин); *Мы* ***закрылись*** *в собственной стране и начали заниматься внутрь, производством, стали думать, как развивать страну* (П. Грудинин).

Проведенное исследование показывает, что метафора активно используется в современном политическом дискурсе как способ создания смысла, при помощи которого ораторы осуществляют конструирование социальной реальности.

Т. В. Еромейчик

К ПРОБЛЕМЕ СТИМУЛИРОВАНИЯ ЗАПОМИНАЕМОСТИ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

Принято считать, что повторение – наиболее эффективное средство воздействия рекламной коммуникации, которое позволяет перенести сообщение из кратковременной памяти в долговременную. Вместе с тем именно с навязчивой повторяемостью связаны основные отрицательные эмоции, вызываемые рекламой. Поэтому для приведения в действие процесса убеждения необходимым становится присутствие особых языковых средств, которые позволили бы привлечь внимание реципиента, а также интенсифицировали бы процесс запоминания, сохранения и последующего воспроизведения рекламной информации.

Анализ англоязычных, а также белорусско- и русскоязычных контекстов дискурса рекламы свидетельствует о наличии некоторых продуктивных коммуникативных приемов стимулирования запоминаемости рекламных текстов.

Наиболее частотным из них является прием обеспечения принципа целостности рекламной кампании как на уровне идей, слоганов, аргументов, так и на уровне эмоциональных и зрительных образов: *Попробовав однажды, он нежностью своей пленит... «Савушкин продукт»* (Премьер-продукт. 2005, № 4); *Начни утро с двойного наслаждения! Паста творожная десертная – это восхитительное сочетание нежного творога, ягод и фруктов. Это настоящий праздник для родных и любимых! «Савушкин продукт»* (Премьер-продукт. 2007, № 3); *Творожное «Аэронаслаждение». Начни утро с воздушного наслаждения! «Савушкин продукт»* (телереклама, 2015).

Не менее распространенным является и прием юмористической реализации текста. Юмор вызывает дополнительный интерес, связывает положительные эмоции с рекламируемым товаром или услугой. Смешные сообщения не только лучше запоминают, но и с удовольствием цитируют, способствуя последующему распространению рекламы: *Please, do not eat the billboard. McDonald's* (наружная реклама, 2016); *The bar soap you've been smelling for. Old Spice* (наружная реклама, 2013); *Раздельный сбор отходов – наша забота, а не енота! Государственное учреждение «Оператор вторичных материальных ресурсов»* (наружная реклама, 2018); *«Не тот… Не тот… А может быть этот?» Если Ваш муж не может вспомнить, каким ключом открывается дверь собственной квартиры, это значит лишь то, что у Вас новая квартира. Кредиты на покупку недвижимости. ОАО «БПС-Сбербанк»* (радиореклама, 2014).

Безусловно, высоким воздействующим потенциалом обладает такой прием, как ритмическая организация сообщения. Слоговой повтор создает рифмическое сцепление предложенных рекламодателем суждений, что, в свою очередь, существенно повышает степень их значимости и запоминаемости: *Что с собой на дачу взять, чтоб туда явился зять? Ай, возьму пакет муки – будут зятю пироги. А с утра на стол оладки – и прополоты все грядки. Мука «Баранавіцкага камбіната хлебапрадуктаў»* (радиореклама, 2011); *Краска для дорожки, окон, крыши, даже кошки, самолета, теплохода и машины, и завода. И раскрашенный цветочек новый выпустит листочек. Расцветет на стенах сад – Ваш ребенок будет рад. Чудо «Лидской лакокраски» для любой пойдет покраски! Торопитесь и купите – радость дому подарите!* (телереклама, 2012).

В целях облегчения процесса восприятия транслируемой информации адресатом, обеспечения ее легкого запоминания рекламодатель может прибегать к включению в рекламное обращение узнаваемых знаков и символов: *Снесет курочка яйцо, но не простое, а Городокское. РУСПП «Городокская птицефабрика»* (Экспорт и Импорт. 2005, № 2–3); *Дазналіся ад роднай зямлі беларусы шмат патаемных прыкмет. Кажуць людзі: «Квас у хаце летам – добрая прыкмета!» Квас «Хатні» ИЗАО «Пивоварни Хайнекен». Калі ласка!* (телереклама, 2014).

Практически в каждом рекламном сообщении обнаруживается прием использования начала и конца, согласно которому наиболее значимую информацию адресант помещает в зоны повышенного внимания адресата – начально-конечные позиции текста, где, как правило, останавливается взгляд реципиента, в связи с чем они лучше запоминаются. Поэтому вполне оправданным представляется расположение в данных местах названия товара или организации: *Coffees you'll find only at Starbucks. And possibly at a tiny farm, thousands of miles away. Experience rare, exotic and cherished coffees we searched the world for you to discover. Starbrucks Coffee* (The New Yorker. 2004, June 28); *Gillette Mach 3. The closest shave in fewer strokes with less irritation. Gillette* (Sports Illustrated. 2000, Dec. 18).

В отдельных случаях рекламодатель прибегает к приему разделения текста на логические части. Подобное информационное акцентирование позволяет облегчить восприятие объемных сообщений, содержащих всестороннюю характеристику рекламируемого объекта: *Supper-blendable Opti-Blend Complex. What's new: Makeup that matches skin's texture and tone. What's true: A unique palette of 24 skin-true shades. What's in: Instant skin enhancement. What's out: No oils. Loreal Paris* (Glamour. 2004, Sept.).

Наконец, стимулирование запоминаемости рекламного обращения осуществляется при помощи использования незаконченных утверждений. Эффект данного приема обусловлен склонностью сознания концентрироваться на незавершенных стимулах. В рекламном дискурсе в целях такой активизации памяти используется вопросно-ответный ход. Рекламодатель задает вопрос, стремясь создать незавершенный образ, который впоследствии вызовет у потребителя определенный психологический дискомфорт, необходимый для надежной фиксации информации в памяти: *Retirement is like a second childhood. Now, what do you really want to be when you grow up? The personal Advisors of Ameriprise Financial work with you face-to-face to help you plan the retirement you want* (The New Yorker. 2005, Nov. 7); *Are you uncomfortable being the center of attention? Not everyone can handle being catered to. Cared for. Protected. But if you feel you can embrace that kind of treatment, there's a good chance you'll appreciate the attentive qualities of the ES 330. Lexux* (The New Yorker. 2004, Jan. 5); *Can your network detect and eliminate security threats before they become security breaches? Whether intruders come from across the world or across the hall, AT&T's proactive networking solutions can identify and neutralize threats long before they have a chance to damage your data* (The New Yorker. 2004, Oct. 18); *Are you settling for less than 100 %? Not if they're Winstons* (Sports Illustrated. 2000, Dec. 18); *О чем говорит Ваше тело? Оно говорит о характере… говорит о нежности… Ваше тело говорит, и никто не понимает его лучше «Serge»* (телереклама, 2010).

Таким образом, грамотное использование свойств человеческой памяти при организации текста позволяет существенно облегчить процесс декодирования предаваемой информации, акцентировать наиболее значимые фрагменты, нуждающиеся в дифференцированном восприятии и осмыслении, и тем самым оптимизировать коммуникативное воздействие, производимое на адресата.

Е. А. Завадская

РОЛЬ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В ФОРМИРОВАНИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА ПЕРЕВОДЧИКА

Для определения роли самопрезентации в формировании профессионального имиджа переводчика было проведено анкетирование специалистов данной области. Полученные результаты можно представить следующими выводами.

1. В ходе анкетирования было опрошено 20 переводчиков-референтов, из которых 15 человек (75 %) работают в качестве фрилансеров и 5 человек (25 %) являются наемными работниками. 40 % респондентов на данный момент совмещают учебу в университете с деятельностью переводчика, остальные 60 % респондентов имеют законченное высшее образование в области перевода и либо совмещают фриланс с официальным трудоустройством, либо работают исключительно как фрилансеры.

2. В качестве инструментов самопрезентации для переводчика-референта могут выступать грамотно составленное резюме и умение хорошо преподнести себя на собеседовании. Мнение переводчиков-референтов именно об этих инструментах самопрезентации было изучено в ходе данного исследования. Мы изучали способы осуществления самопрезентации переводчиками-референтами с целью конструирования благоприятного образа профессионала.

3. Подавляющее большинство респондентов (95 %) высоко оценивают роль резюме и собеседования в формировании благоприятного профессионального имиджа.

4. По результатам исследования наиболее важным для самопрезентации при приеме переводчика-референта на работу является высокий уровень владения иностранным языком. Этот вариант отметили все 20 респондентов. Также опрошенные переводчики-референты высоко оценили значимость информации о высшем образовании (16 респондентов), стаже работы (12 респондентов) и предыдущих местах работы (11 респондентов). Опрошенные переводчики-референты достаточно высоко оценили роль всех перечисленных пунктов в повышении самопрезентации.

5. Все выбранные нами пункты могут служить не только на пользу самопрезентаци, но и оказывать на нее противоположное влияние. Так, например, респонденты, относящиеся к возрастной группе от 18 до 23 лет и совмещающие деятельность переводчика-референта с обучением в университете, считают, что фактор отсутствия оконченного высшего образования в области перевода может понизить их самопрезентацию. Такая же закономерность прослеживается и по отношению к пунктам «Стаж работы» и «Предыдущие места работы»: молодые специалисты, которые не имеют достаточного количества опыта, отметили эти пункты как факторы, понижающие самопрезентацию. Единственным фактором, который не может понизить самопрезентацию, опрошенные переводчики-референты признали прохождение повышения квалификации и курсов.

6. Как переводчики-фрилансеры, так и наемные работники в качестве наиболее важных показателей профессионализма переводчика приводят уровень владения иностранным языком, наличие высшего образования и прохождение переподготовки кадров или других курсов. Наименее приоритетными имиджеобразующими компонентами переводчики, работающие в качестве наемных работников, посчитали стаж работы и ключевые навыки, переводчики-фрилансеры – достижения и личные качества.

Н. А. Залесская

ТЕКСТ ПРОТИВ ИЗОБРАЖЕНИЯ: АНАЛИЗ ПОСТОВ НА TUMBLR

В социальных сетях для выражения различных эмоций и мнений все чаще используются изображения. Анимированные GIF-файлы (короткие отрывки из фильмов и телевизионных шоу) особенно популярны у пользователей Tumblr, где, как правило, они рождаются и распространяются на другие сетевые форматы. Чаще такие изображения встречаются в разделах комментариев блогов и форумов.

Tumblr – это разновидность блога (больше черновик или записная книжка, чем дневник). Пользователи Tumblr имеют свои индивидуальные блоги (тамблелоги/тамбллоги/тлоги), в которых они могут публиковать новый контент или «реблог» (контент, размещенный другими пользователями Tumblr). Все записи делятся на следующие типы: текст (обычный пост блога), изображение (фото, рисунок, картинка), ссылка, аудио, видео, разговор (диалог из чата) и цитата. Tumblr также имеет функцию личных сообщений, которая позволяет пользователям отвечать на полученные сообщения, в частном порядке или публично. Большинство пользователей Tumblr – женщины в возрасте до 35 лет.

Проанализировав вручную корпус постов Tumblr (изображение, текст и их комбинацию), авторы исследования пришли к выводу, что одного анализа изображений недостаточно. Изображение и текст работают вместе. Кроме того, текст иногда встроен непосредственно в изображение, что делает его частью смысла изображения. Таким образом, текст и изображение должны быть проанализированы по отношению друг к другу. Отвечая на вопрос, чем отличается текстовая и графическая коммуникация пользователей Tumblr, авторы фокусируются, в частности, на выражении эмоций в тексте и изображениях.

Для проведения анализа посты кодируются. Каждая часть поста требует отдельного анализа – является ли текст или изображение выражением точки зрения пользователя, другого лица, или комбинацией (выявляется при употреблении пользователями местоимений 1-го и 3-го лица); или это реакция пользователя на что-то (указывают такие выражения, например, как *и потом я такой* или *я напуган*); наличие негативной поляризации и различных типов эмоций (слова, выражающие эмоции в тексте или выражение лица на изображениях); интенсивность эмоций (определяется прописью слов, повторением букв и знаков препинания, жирным или курсивным шрифтом в тексте, интенсивными движениями и мимикой в изображениях); наличие сарказма (является ли общение искренним или нет).

Анимированные изображения человека (персонифицированного объекта или животного) кодируются дополнительно для выявления фактов совпадения того, что произносит человек (персонифицированный объект или животное), и что находится в тексте на изображении. А также – есть ли текст вокруг изображения; является ли изображение постом пользователя или было просто переблогировано и прокомментировано; статические это изображения (обычно в формате JPG или PNG) или динамические (формат GIF).

Результаты исследования показывают, что пользователи Tumblr по-разному общаются в текстовых и графических сообщениях. Имиджевая коммуникация передает больше эмоций – большую интенсивность эмоций, чем текстовая коммуникация. И эмоции, выраженные в изображениях, в основном положительные. Текст, напротив, используется больше для описания личных ситуаций и выражения сарказма, и он передает больше негативных эмоций по сравнению с изображениями. Общение в обоих режимах Tumblr в основном является искренним, хотя и присутствует значительная доля сарказма. Возможным объяснением является то, что большинство пользователей Tumblr (а также в корпусе постов авторов исследования) – женщины. А женщины, как правило, выражают больше эмоций (особенно положительных) в Сети, чем мужчины. Кроме того, наиболее популярные теги, используемые для сбора данных, в основном привлекают более молодую, эмоциональную аудиторию. Различия между двумя наборами данных можно объяснить и с точки зрения природы двух режимов. Изображение является социально более богатым режимом, чем текст: оно может показывать выражение лица и все многообразие эмоций. Кроме того, изображения более эффективны в юмористических ситуациях. Текст, напротив, более дистанцирован, это объясняет, почему текстовый набор данных имеет чаще отрицательную поляризацию. Пользователи намеревались «выпустить» свои чувства быстро, не прибегая к более трудоемкому процессу выбора и вставки изображения в сообщение. Анализ изображений с текстом повышает точность анализа тональности в социальных сетях, а также подчеркивает важность учета не только темы общения, но и демографических данных пользователей.

А. В. Красник

РОЛЬ ЛЕКСИЧЕСКОГО АССОЦИИРОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ КОММУНИКАЦИИ

Особенностью современного этапа в изучении слова является обращение лексикологов к аспектам функционирования значения слова как живого знания в языковом сознании индивида. Представляется перспективным изучение роли ассоциативных связей в процессе коммуникации. Внимание к связям такого рода не случайно, так как именно они дают представление об особенностях лексического значения слова, его прагматических и культурологических возможностях, способности соотноситься с определенными ситуациями общения и так далее.

Ассоциативные связи, получаемые в результате применения различных ассоциативных методик, представляют собой отражение знаний о мире, хранящиеся в сознании человека. Следует отметить, что ассоциации выступают не как пассивное отражение некоторого содержания языкового сознания, а как выражение коммуникативного намерения носителя языка.

Каждое слово вызывает в сознании носителей языка те или иные словесные реакции – ассоциации. В современной гуманитарной парадигме, под ассоциацией понимается связь, образующаяся при определенных условиях между двумя и более образованиями, такими как ощущения, двигательные акты, восприятия, идеи и так далее. Действие этой связи состоит в том, что появление одного члена ассоциации приводит к появлению другого. В каждой конкретной речевой ситуации происходит отражение лишь части коммуникативного потенциала слова, то есть его готовности участвовать в общении в качестве элемента высказывания. Этот процесс определяется интенциями говорящего, своеобразием его концептуальной и языковой картины мира. В первую очередь актуализируется денотативно-сигнификативный компонент лексического значения, отвечающий за определенное смысловое оформление сообщения и обеспечивающий адекватное понимание информации адресатом. Прагматический аспект значения слова и эстетическое воздействие, обусловленные ассоциативными связями, выводят на индивидуальный уровень языкового сознания и делают общение личностно значимым.

Будучи способом существования личности, коммуникация используется и для осуществления профессиональной деятельности. В качестве примера рассмотрим, как происходит актуализация ассоциативных связей в деловой коммуникации. Сегодня день существуют различного рода исследования, посвященные вопросам деловой коммуникации, стратегиям и принципам речевого поведения в условиях различных ситуаций делового взаимодействия, практическим рекомендациям по организации и проведению совещаний, презентаций и переговоров и так далее. Мы можем наблюдать увеличение количества мультинациональных предприятий и активный обмен технологиями между представителями различных стран. Поэтому язык делового общения является важным инструментом межкультурной коммуникации. Изучение особенностей лексического ассоциирования на примере английского языка в процессе делового общения вызывает интерес, особенно если английский язык является неродным языком обеих сторон переговоров.

Для иллюстрации процесса лексического ассоциирования рассмотрим лексические единицы *problem* ‘проблема’ и *issue* ‘проблема’. В Оксфордском толковом словаре данные лексические единицы определяются следующим образом:

Problem – a thing that is difficult to deal with or to understand.

Issue – a problem or worry that somebody has with something.

В обеих дефинициях содержится информация о некоторой задаче, с которой сложно справится. Не смотря на то, что для современной деловой коммуникации характерна симплификация выражений и однозначность толкований во избежание непонимания между партнерами – не носителями языка, для описания сложной ситуации предпочтение отдается слову *issue*, а не *problem*. Для сравнения рассмотрим ассоциативные поля, а именно совокупность реакций на заданное слово-стимул, лексических единиц *problem* и *issue*, полученные по данным Ассоциативного тезауруса английского языка под редакцией Киша:

Problem: *child* 16, *answer* 10, *worry* 9, *difficult* 5, *solved* 5, *difficulty* 3, *maths* 3, *question* 3, *solve* 3, *work* 3, *yes* 3, *help* 2, *me* 2, *none* 2, *sheet* 2, *solution* 2, *trouble* 2, *arithmetic* 1, *baby* 1, *calculation* 1, *case* 1, *crossword* 1, *great* 1, *hard* 1, *is* 1, *mathematics* 1, *my* 1, *now* 1, *of* 1, *page* 1, *patient* 1, *plenty* 1, *predicament* 1, *puzzle* 1, *query* 1, *sex* 1, *sexual* 1, *small* 1, *sum* 1, *think* 1.

Issue: *give* 11, *magazine* 5, *paper* 5, *forth* 4, *stamp* 3, *child* 2, *children* 2, *copy* 2, *distribute* 2, *stake* 2, *a* 1, *argue* 1, *birth* 1, *bleed* 1, *blood* 1, *book* 1, *card* 1, *conflict* 1, *date* 1, *demand* 1, *desk* 1, *discussion* 1, *edition* 1, *effort* 1, *exit* 1, *finance* 1, *first* 1, *general* 1, *give out* 1, *god* 1, *handout* 1, *happening* 1, *involved* 1, *joined* 1, *latest* 1, *library* 1, *matter* 1, *money* 1, *monthly* 1, *new* 1, *newspaper* 1, *next* 1, *notes* 1, *now* 1, *offspring* 1, *pamphlet* 1, *performance* 1, *point* 1, *policy* 1, *politics* 1, *problem* 1, *race* 1, *ruin* 1, *send out* 1, *shares* 1, *sneeze* 1, *spring* 1, *stamps* 1, *story* 1, *talk* 1, *the* 1, *this* 1, *thumb* 1, *tissue* 1, *toilet* 1, *topic* 1, *vital* 1, *without* 1.

При анализе обоих ассоциативных полей можно отметить, что слово *problem* в целом ассоциируется с ситуацией, которая вызывает беспокойство или трудно решаема, например, *worry* 9, *difficult* 5, *difficulty* 3, *trouble* 2, *great* 1, *hard* 1. Данный стимул может быть воспринят нейтрально – это появление ассоциаций, которые могут вступать в синонимические отношения со словом-стимулом, например, *answer* 10, *question* 3, *work* 3, *case* 1, *puzzle* 1, *query* 1. Ассоциации, указывающие на то, что слово *problem* воспринимается как проблема решаемая, могут быть выражены двумя вариантами, а именно *solved* 5, *solve* 3, *solution* 2, либо *help* 2.

В ассоциативном поле слова *issue* явно отрицательных реакций, указывающих на сложность в решении проблемы, меньше. Это ассоциации *argue* 1, *conflict* 1, *problem* 1. Присутствуют и ассоциации, характеризующие ситуацию с нейтральной стороны, например, *discussion* 1, *matter1*, *point* 1, *talk* 1, *topic* 1.

Так как коммуникация носит аксиологический характер, предположим, что высказывания, в которых употребляется слово *problem*, могут быть оценены как сложно решаемые либо нерешаемые вообще в силу ассоциативных связей данной лексической единицы, что может негативно отразиться на ведении переговоров. Знание особенностей ассоциирования той или иной лексической единицы может вызывать сложности, и поэтому их также необходимо учитывать при изучении особенностей делового общения и межкультурной коммуникации в целом.

В. В. Новиков

ОТРИЦАТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА СЛОВ СОБЕСЕДНИКА КАК СРЕДСТВО ВЫРАЖЕНИЯ НЕСОГЛАСИЯ В ТЕЛЕВИЗИОННЫХ ДИСКУССИОННЫХ ТОК-ШОУ ГЕРМАНИИ

Т о к - ш о у (от англ. *talk* – ‘разговор’, ‘беседа’; *show* – ‘зрелище’, ‘представление’) в сфере аудиовизуальных средств массовой информации представляет собой одну из форм организации публичного обсуждения

наиболее важных для данного конкретного общества тем и вопросов. Как телевизионный продукт основывается на конфликте интересов различных социальных групп и представляет собой обмен мнениями специалистов в той или иной области.

М н е н и е в качестве одного из центральных элементов процесса коммуникации, организованного в рамках передач исследуемого жанра, представляет собой некое суждение, выраженное кем-либо из участников программы, которые находятся в студии, или внесенное в ее контекст иным способом (цитата, сюжет, звонок и т.д.). Оно включает в себя личную или экспертную оценку обсуждаемого события, явления, факта и подается не как истина, а как отдельный взгляд.

О ц е н к а при таком подходе представляет собой осознанную интерпретацию говорящим поступающей к нему по ходу дискуссии информации.

В аналитических дискуссионных ток-шоу современных телевизионных СМИ коммуникативный центр обмена суждениями такого рода создают смыслы *согласия/несогласия*, представляющие собой совпадение/несовпадение точек зрения собеседников, принятие/непринятие ими позиций друг друга.

Коммуникативная реализация согласия/несогласия в передачах указанного жанра может носить как имплицитный, так и эксплицитный характер. В качестве объекта оценки и м п л и ц и т н о й актуализации данных коммуникативных смыслов выступает непосредственно обсуждаемое событие, явление, факт безотносительно точек зрения, озвученных другими участниками по данному поводу выше. Особенность же э к с п л и ц и т н о г о указания заключается в том, что частной оценке говорящих подлежат позиции собеседников, обозначенные когда-либо ранее (как в рамках данной конкретной передачи, так и за ее пределами).

К основным *средствам выражения* несогласия в телевизионных дискуссионных ток-шоу Германии относятся:

- отрицательная частица *nein* ‘нет’, ее редуплицированный вариант *nein, nein, nein* ‘нет, нет, нет’, ее разговорный вариант *nee* ‘нет’**,** который тоже подлежит редупликации или многократному повторению;
- конструкции с наречием *doch* ‘все же, все-таки, да’ в ответ на выражение несогласия;
- конструкции с глаголом *widersprechen* ‘возражать’;
- конструкции с существительным *Widerspruch* ‘возражение, несогласие’;
- частица *nicht* ‘не’ с повторением части высказывания оппонента для изменения его модуса;
- частица *nicht* ‘не’ в сочетании с глаголами положительной коннотации/семантики принятия точки зрения собеседника *teilen* ‘разделять’ и *nachvollziehen* ‘принимать, соглашаться’ и т.п.;

Для выражения *отрицательной оценки* слов собеседника говорящими используются:

- существительные отрицательной семантики *Quatsch* ‘чушь, болтовня, вздор, чепуха, ерунда’, *Unsinn* ‘бессмыслица, вздор, нелепость, чепуха, ерунда’;

- определения отрицательной семантики *dumm* ‘глупый’, *falsch* ‘неправильный, неверный’ *unmenschlich* ‘бесчеловечный’ *deplatziert* ‘неуместный’, *irreführend* ‘обманчивый, вводящий в заблуждение’ *einseitig* ‘односторонний, однобокий’ и т.п.;
- частица *nicht* ‘не’ в сочетании с прилагательным положительной коннотации/семантики *gerecht* ‘правильный, справедливый’;
- частица *nicht* ‘не’ в сочетании с глаголом положительной семантики *gefallen* ‘нравиться’;
- глаголы отрицательной семантики *quatschen* ‘нести чушь’, *lästern* ‘клеветать, порочить’ *zwingen* ‘принуждать, заставлять, вынуждать’, *vorschreiben* ‘диктовать, предписывать’, *suggerieren* ‘внушать’ и т.п.

Использование того или иного способа выражения коммуникативных смыслов согласия/несогласия вообще и отрицательной оценки слов оппонента в частности, определяется воздействием разнообразных моментов: речевой интенцией данного конкретного участника обмена оценочными суждениями, его коммуникативным опытом, стилем общения и т.п.

Всестороннее исследование набора средств выражения согласия/несогласия поможет больше понять указанные коммуникативные смыслы, поспособствует более четкому определению их позиции и значения в телевизионных дискуссионных ток-шоу. Итоги этого анализа расширят представления о специфике речевого поведения носителей немецкого языка и будут полезны в его преподавании и изучении.

Г. Л. Руденя

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ ТОНАЛЬНОСТЬ СОБЫТИЙНОГО ДИСКУРСА
(на материале французских средств массовой информации)

Основной задачей средств массовой информации является не только информирование общественности о том или ином событии, но и формирование отношения к нему. Суть этого явления можно заключить в таком емком понятии, как *интенциональная сосредоточенность*, то есть позиция, которую занимает то или иное средство массовой информации. Вся деятельность данного СМИ направляется на укрепление этой позиции, на формирование у потребителя информации именно такого, объективного, по его мнению, взгляда на событие. Одним из способов передачи интенциональной сосредоточенности является тональность событийного дискурса.

Новостное издание, придерживаясь непредвзятости в изложении фактов, формирует определенную точку зрения в отношении события, а тональность подачи информации отражается, прежде всего, в заголовке как наиважнейшей части новостного сообщения, что сказывается на восприятии сообщения получателями.

В качестве примера обратимся к освещению такого события, как террористический акт. В данном контексте интересно проследить интенциональную сосредоточенность разных изданий, а именно, как проявляется отношение к событию, а также как организовано представление фактов.

Прежде всего, приступая к анализу заголовков, мы обращаем внимание на лексическую вариативность в номинации самого события, поскольку эмоционально-оттеночная лексика позволяет выразить тональность и сформировать отношение к событию.

Газета « Le Parisien » в день теракта пишет о событии как *Un massacre sans précédent en France. **L'état d'urgence** est décrété* (*Беспрецедентная бойня во Франции. Объявлено **чрезвычайное положение***), *Paris **en état de siège*** (*Париж **в осадном положении***). Впоследствии накал эмоций сохраняется*: Martyrisé, Paris entre **en résistence*** (*Истерзанный Париж начинает **сопротивление***). Четкое описание ситуации проявляется в заголовке *Dans **l'enfer** du Bataclan* (*В **аду** Батаклана*). В это время в заголовках используются такие слова, как *l'horreur* ('ужас'), *meurtrier* 'смертоносный', *des amas de corps* ('груды тел'). Кроме того, новостные сообщения снабжены фотографиями с мест событий, что также является одним из средств выражения тональности. В заголовках прослеживается преобладание номинативных предложений и отсутствие действий, выраженных глаголом. Такую ситуацию можно объяснить стремлением описать события, а не продемонстрировать их динамику. Следует отметить, что использование номинативных конструкций – весьма распространенное явление в заголовках, поскольку этот прием позволяет в значительной мере сократить заголовок, что будет способствовать его запоминаемости, ведь в среднем эта часть сообщения содержит в себе 7 ± 2 слова. Такая экономия не отражается на содержании заголовка, поскольку отглагольные существительные выражают действие, некоторое развитие ситуации. Таким образом, заголовки новостных сообщений в этом периодическом издании характеризуются эмоционально-окрашенной лексикой, а также лексикой, связанной с концептом «война», что способствует усилению тревожной тональности. Важно отметить, что информация о теракте в газете « Le Parisien » построена по стандартной для таких случаев схеме от эмоций к фактам. Эмоционально-окрашенная лексика несет в себе резкое осуждение организаторов происшествия, описывает теракт как явление страшное, неправильное и недопустимое, создавая тревожную тональность, с помощью которой журналисты, возможно, не до конца целенаправленно, создают негативное к ним отношение у читательской аудитории, но вместе с тем и способствуют распространению паники.

Для сравнения обратимся к газете « Le Monde ». На следующий день после теракта в газете опубликована статья-передовица *L'effroi et le sang froid* (*Ужас и хладнокровие*), которую можно расценивать как эмоциональный призыв к тому, чтобы сохранять самообладание и не поддаваться панике. Интересно то, что в основу заголовка положена рифма, что, безусловно, привлекает к нему большее внимание. Этот заголовок – наиболее яркое выражение некоторой патриотической тональности, которая призывает людей сплотиться перед лицом опасности, быть готовыми к борьбе и не падать духом. Это подтверждается тем, что, как и в случае с « Le Parisien », в заголовках данного издания много лексики, связанной с концептом

«война». Эта лексика появляется с самого первого дня и четко выражает позицию газеты по отношению к произошедшим событиям: *François Hollande* : *« **L'état d'urgence** est décrété »* (*Франсуа Олланд: «Объявлено **чрезвычайное положение***»), *Manuel Valls : « Nous devons anéantir **les ennemis** de la République »* (*Мануэль Вальс: «Мы должны уничтожить **врагов** Республики»*). Мы видим употребление таких выражений, как *détruire cette armée terroriste* ('разрушить эту террористическую армию'), *état de guerre* ('состояние войны'), *guerre* ('война'). Если в обоих случаях журналисты употребляют термины, связанные с концептом «война», то в газете « Le Monde » эти слова являются основным способом выражения отношения к терактам в Париже. Взрывы расцениваются как вызов, поэтому издание делает акцент на борьбу и войну, а не на эмоциональное описание событий. Таким образом, уже в первые дни после теракта мы видим различие в тональности двух ведущих новостных изданий.

К. К. Скороскокова, Г. Л. Руденя

СООТНОШЕНИЕ РАЗНОЖАНРОВОЙ ЛЕКСИКИ В СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ
(на материале французских средств массовой информации)

Спортивная коммуникация является неотъемлемой частью человеческой деятельности. Это объясняет интерес к спорту как социальному явлению, в частности к спортивному дискурсу, при исследовании целостной картины которого выявляется его многофункциональность посредством взаимодействия и пересечения с другими видами дискурса. В качестве примеров выступают заголовки статей из французкой газеты « Le Monde », которая на время проведения Зимних олимпийских игр 2018 года в Пхёнчхане, помимо постоянно действующей рубрики *Sport* («Спорт»), выделила отдельную рубрику *Jeux Olympiques 2018* («Олимпийские игры 2018»).

Как показывает практический материал, основная масса примеров свидетельствует о реализации узкого спортивного дискурса, то есть собственно спортивных достижений и успехов как индивидуальных, так и командных:

*Le couple allemand Massot et Savchenko, **champions olympiques** de patinage en couple*;

***Médaille d'argent** en ski half-pipe pour Marie Martinod*;

*La stratégie **gagnante** du ski de fond français**, en bronze** sur le sprint **par équipes***.

В таких заголовках зачастую реализуется апелляция к гордости за страну: *Le relais mixte de biathlon en or, **Fourcade** devient **le Français le plus titré** des Jeux.*

Как видим, собственно спортивные достижения актуализируются в рамках новостного дискурса в процессе конструирования информационной картины мира, оказывая влияние на индивидуальное восприятие и общественное мнение:

JO d'hiver 2018: pour la France, ***« de grosses satisfactions et pas mal de déceptions »***;

La ***perfection contagieuse*** *de Martin Fourcade*;

Les Françaises *décrochent le bronze dans le relais de biathlon*;

Maurice Manificat ***rate la médaille*** *en ski de fond*.

Семиотическое пространство спортивного дискурса включает в себя также и политический дискурс как неотъемлемую составляющую крупных соревнований международного масштаба:

Corée-Japon, *un match devant l'histoire*;

Le président sud-coréen, grand vainqueur des JO.

Многочисленны примеры, апеллирующие к такой модели использования спортивного дискурса, которая отражает правовой тип социальной активности личности, то есть юридическому дискурсу, специфика которого заключается в опоре на систему знаний, объективированную правовыми отношениями. С этой точки зрения спорт представляет собой систему норм и правил, несоблюдение которых рассматривается как нарушение, вследствие чего применяются соответствующие санкции:

La ***réintégration*** *de la Russie* ***en péril*** *après le contrôle positif d'un curleur*;

Le skieur Mathieu Faivre ***renvoyé*** *en France* ***pour raisons disciplinaires***;

Premier cas de ***dopage*** *des JO: le Japonais Kei Saito « provisoirement suspendu ».*

Реализацию юридической составляющей в спортивном дискурсе подтверждают предложения по уголовной ответственности за применение допинга:

За употребление допинга президент поручил ввести уголовную ответственность. За нарушение антидопинговых правил спортсменов будут лишать госнаград, а федерации – господдержки. Такие меры содержатся в указе № 201 «О противодействии допингу в спорте», который подписал 24 мая Александр Лукашенко. Об этом сообщила пресс-служба президента (https://sport.tut.by/news/aboutsport/594105.html).

Взаимодействие спортивного дискурса с другими видами дискурса, то есть открытость спортивного дискурса, продолжается и в постолимпийском временном пространстве:

Soupçons de ***corruption*** *dans l'attribution des JO à Pyeongchang*;

Corruption *dans le biathlon : un nouveau* ***contretemps*** *pour la Russie?*.

Как видим, спорт – это состязание, которое в настоящее время выступает мирным аналогом военных действий. А современные средства массовой информации освещение спортивных событий рассматривают как способ выстроить иерархию стран в зависимости от их спортивных достижений:

JO 2018 : et si on revoyait ***le classement*** *?*.

В контексте сказанного выше представляется вполне понятным, почему в спорте так актуально противопоставление «свои» и «чужие», которое зачастую проецируется на иные сферы человеческой и государственной деятельности, доходя до идеализации и демонизации:

Comment ***la Russie a acheté*** *le biathlon*.

Е. П. Хорсун

ОСОБЕННОСТИ ПРЕПОДАВАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «СТРАТЕГИИ КОММУНИКАТИВНОГО ПОВЕДЕНИЯ» ИНОСТРАННЫМ СТУДЕНТАМ

Наличие иностранных студентов, обучающихся в Минском государственном лингвистическом университете, ставит перед преподавателями задачу повышения эффективности преподавания различных предметов данным учащимся. Актуальной проблемой обучения студентов иностранному языку является формирование умения общаться, которое предполагает умение слушать собеседника, вступать в общение, поддерживать его. Задачей студентов является не просто запоминание языкового материала, а развитие беглого применения его в дискуссиях, ролевых играх, дебатах, проектах, написании эссе.

Дисциплина «Стратегии коммуникативного поведения» помогает студентам продвинутого уровня владения английским языком изучать, как адекватно и грамотно использовать коммуникативные стратегии, тактики и языковые средства в различных контекстах профессионального общения.

Книга «Стратегии коммуникативного поведения» является основным учебным пособием для студентов четвертого курса переводческого отделения иностранного отделения Минского государственного лингвистического университета при освоении данной дисциплины.

Целью курса является развитие навыков подготовки устных и письменных высказываний в разных жанрах; сводках новостей, дискуссиях, дебатах, различных видов эссе. Основной акцент делается на тексты, так как коммуникативная грамматика изучается, в основном, контекстуально.

Пособие повторяет и обобщает некоторые наиболее сложные аспекты современной грамматики, фокусируясь на таких областях, как модальные глаголы, косвенная речь, сослагательное наклонение и условные предложения, согласование, порядок слов, эмфатические структуры, вводные слова и предложения. Весь материал обобщается в схематических таблицах, что делает повторение удобным, дает возможность студентам легко находить нужное грамматическое явление.

Каждый грамматический раздел состоит из пяти секций: «Презентация», «Заметки», «Практика», «Воспроизводство» и «Самостоятельная работа». В первой секции грамматические явления вводятся на основе текста. Вторая секция содержит объяснения и описания с примерами. Третья секция включает определенное количество практических упражнений, многие из которых базируются на разных жанровых текстах, в основном на коротких рассказах, взятых из британской и американской прессы и художественной литературы. Четвертая секция предлагает устные и письменные коммуникативные задания. Пятая секция содержит задания для самостоятельной работы. Эта часть снабжена ключами, которые даны в конце книги.

Учебное пособие используется преподавателями на занятии, а также студентами для самостоятельного обучения.

На занятии создается поэтапный алгоритм разработки стратегии коммуникативного поведения для повышения эффективности общения и достижения целей, которые ставят перед собой все участники коммуникации.

Для разработки стратегии коммуникативного поведения необходимо четко определить цели и поставленные задачи предстоящей коммуникации. Затем следует обратить внимание на нормы и традиции общения, как вербального (связанные с речевым оформлением, тематикой и особенностями организации общения в определенных коммуникативных условиях), так и невербального общения (связанные с невербальными сигналами – жестами, мимикой, взглядами, позами, дистанцией, расположением относительно собеседника и т.д.). Необходимо также спрогнозировать возможные конфликтные ситуации и пути их решения.

После применения стратегии на практике важным этапом является анализ результатов, на основе которых сделаются выводы для корректировки поведения в будущем.

На занятиях обсуждаются проблемы современного общества, такие как глобализация, эвтаназия, терроризм, цензура и т.п. Данная тематика дает студентам возможность применять теоретические знания на практике, создавая презентации, подготавливая выступления, участвуя в круглых столах. Студенты активно участвуют в дискуссиях, дебатах, выражают свое мнение в эссе.

Исходя из вышеизложенного, можно заключить, что дисциплина «Стратегии коммуникативного поведения» является новой и интересной для студентов. Таким образом, преподавание дисциплин по межкультурной коммуникации иностранным учащимся направлено на развитие способностей данных студентов к построению логичных и связанных по форме и содержанию собственных высказываний на любые темы.

ПЕРЕВОД И ОБУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДУ

Ю. В. Белобрудова

HOW TO AVOID VERBOSITY WHEN TRANSLATING FROM RUSSIAN INTO ENGLISH

Every translator should edit his work for conciseness, tightening up the translation, because Russian tends to be up to 30 percent longer than English. Some constructions in Russian are long and many Russian words are polysyllabic, and Russian texts often have words that would be superfluous in English. This results in texts that can be longer than an original English equivalent.

Sometimes texts turn out even longer than the original, because the translator:

- failed to take advantage of the more compact English constructions;
- didn't go over his work to weed out repetition, tautology, redundancy;
- was lax in spotting: unnecessary identifiers, prepositions, transitions, etc.; combinations using process nouns and prop verbs; roundabout ways of saying things.

In order to avoid an excessively long and clumsy text in English, a translator can compress sentences and text:

By omitting an unnecessary identifier or prop word:

(Винтовка) (типа) "Ремингтон" давно – ***много лет****, как стала главным спутником охотника. – The Remington(rifle) has been the hunter's principal companion for years.*

By using a shorter construction in English instead of the initial participial phrase in Russian; either compress the participial phrase itself or substitute a prepositional phrase itself or substitute a prepositional phrase or absolute construction, etc.:

*(****Выступая****) в субботу на пресс-конференции, он призвал покончить с… –* ***At*** *Saturday's press-conference, he called for an end to… .*

By reducing an introductory prepositional phrase to a single word:

Во время того, как происходит *данный процесс –* ***During*** *this process.*

By using a *-ly* adverb: *Таково самое лаконичное содержание нового предложения.* Instead of: *This is the briefest possible summary* write: *This, briefly, is the new proposal*.

By ridding the sentence of an unnecessary identifier or prop word: *Американский* ***вариант*** *английского* ***языка*** *: American English*.

By combining sentences or clauses, tossing out empty verbiage:

Инициатором выступил *X,* ***предлагая****… – At the urging of X/On X's initiative/X was the first to propose*.

Detecting and dealing with tautology:

Работа ***построена*** *на* ***основе*** *единой концепции – The work is based/built on a single concept.*

Я. А. Брухан

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

В настоящее время общественно-политический перевод является одним из самых востребованных видов перевода, что обусловлено активным развитием международных контактов, многочисленными преобразованиями в обществе и возрастающей важностью политических событий в мире. Основной целью общественно-политического дискурса является формирование, изменение общественного мнения и достижение согласия в обществе. Так, перевод общественно-политического дискурса приобретает особое значение, выступая как средство пропаганды и орудие идеологической борьбы. К текстам общественно-политической направленности относятся: предвыборные дебаты, заявления, обращения к избирателям, интервью, предвыборные программы, диалоги в прямом эфире, лозунги, выступления государственных, партийных и общественных деятелей на саммитах и пресс-конференциях, речи по особым случаям, актовые речи. Специфика общественно-политического дискурса требует определенного подхода при переводе. Необходимо учитывать следующие особенности, чтобы повысить качество перевода таких текстов:

• использование профессиональной политической терминологии, например *partisan divide* – ‘межпартийный раскол’, *economic expansion* – ‘экономический рост’, *to advance the agenda* – ‘продвигать программу’, *the Dow Jones Industrial averages* – ‘средние значения промышленного индекса Доу – Джонса’;

• изобилие метафор и идиом, например *a lame duck* – ‘хромая утка’ (так в США называют политиков, срок пребывания у власти которых подходит к концу и которые практически не в состоянии из-за сильной оппозиции влиять на ситуацию), *the vast gulf between the two parties* – ‘огромная пропасть между двумя партиями’;

• частое использование паремий, пословиц, антипословиц – например для создания антипословицы *What’s good for me is good enough* (‘Что хорошо для меня, достаточно хорошо’) используется прием замены компонентов традиционной паремии: в первой части осуществлена лексическая замена одного элемента (*one – me*); вторая часть подвергается полной замене (*is good for another – is good enough*). Так, в полученной антипословице высмеивается недальновидность влиятельных финансовых деятелей, ослепленных властью и стремлением получить как можно большую прибыль; *All men are created equal* – ‘Все люди созданы равными’;

• использование аллюзий – например в дискурсе Б. Обамы значительное место занимают мессианские мотивы: *Do unto others as you would have them do unto you* (‘Как хотите, чтобы с вами поступали люди, так поступайте и вы с ними’);

● частое использование устойчивых сочетаний, риторических структур клише и штампов, например *in the long run* – в долгосрочной перспективе, *with reference to* – ‘в связи с’, *according to* – ‘по словам’;

● наличие общепринятых сокращений, например *ANSI* – Американский национальный институт стандартов, *ACA* – Закон о доступном медицинском обслуживании, *NPR* – Национальное государственное радио, *ISIS* – Исламское государство;

● множество имен собственных (названия стран, географических объектов, названия учреждений, периодических изданий), например *Gitmo* – ‘тюрьма в Гуатанамо’, *Chatham House* – ‘Чатем-Хаус’ – Королевский институт международных отношений;

● наличие неологизмов, например *reset button* – ‘кнопка перезагрузки’, *Obamacare* – закон о доступном медицинском обслуживании, *Tea Party* – консервативно-либертарианское движение в США;

● использование безличных оборотов, например *it is announced/reported that…* – ‘сообщается, что…’;

● использование конструкций типа «глагол + *that*» при изложении чужого высказывания, например *Steven Schier*, *Professor of Political Science from Carleton College in Northfield*, *United States*, *also stressed that...* – ‘Профессор политических наук Карлтонского колледжа Стивен Шир также подчеркнул, что...’.

Таким образом, можно прийти к выводу, что общественно-политический дискурс действительно обладает рядом специфических особенностей, представляющих определенную трудность при переводе. Для успешного перевода общественно-политического дискурса необходимы знания общих принципов переводческой деятельности, ее лингвистических и экстралингвистических аспектов, а также жанрово-стилистических особенностей переводимых материалов. Переводчик общественно-политических текстов должен иметь высокий уровень базовой компетентности в политике и политических, социальных науках, понимать суть научных дискуссий в этой области, должен вникать в смысловое содержание, структуру и коммуникативную задачу текста, рассматривать целостную ситуацию в тексте оригинала. Важным также представляется осознание переводчикам того, что не всегда возможно максимально полно передать весь смысл, заключенный в исходном высказывании. Часто допускаются значительные отступления от оригинала.

Д. А. Валянская

МУЛЬТИМЕДИЙНЫЕ ПЛАТФОРМЫ В ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ

Ресурсы Интернета сегодня практически безграничны, в то же время обучение вышло за рамки аудиторий. Современные образовательные стандарты, присоединение Республики Беларусь к Болонской системе,

актуальная проблема формирования компетентного специалиста и связи образовательного процесса с профессиональной деятельностью меняют подходы к образовательному процессу. Значительная часть обучения ложится на плечи студентов в виде самостоятельной работы. Сегодня образовательный процесс не может не включать в себя современные информационно-коммуникационные технологии. В организации аудиторных занятий по переводу используется множество информационно-коммуникационных технологий, однако самостоятельная работа студентов может стать еще более разнообразной, за счет использования онлайн-ресурсов Сети, которые невозможно было бы использовать в аудиториях, не имеющих доступа в Интернет.

Интерес представляют мультимедийные платформы, предназначенные для продвижения контента в социальных сетях. Относительно новым понятием являются цифровые истории, которые можно создавать при помощи таких мультимедийных платформ. Цифровое повествование – это форма производства цифровых медиа, которая позволяет людям делиться аспектами своей истории. Повествование может включать в себя различные средства мультимедиа – изображения, видео и аудио, статичные изображения и подвижные GIF-изображения, веб-публикации, которые люди могут использовать, чтобы рассказать историю или представить идею. Как и традиционные повествования, большинство цифровых историй сосредоточены на конкретной теме и содержат определенную точку зрения. Однако, как следует из названия, цифровые истории, как правило, содержат элементы компьютерных изображений, текста, записанного аудиоповествования, видеоклипов и/или музыки. Цифровые истории могут варьироваться по продолжительности, но большинство историй, используемых в сфере образования, как правило, длятся от 2 до 10 минут. Перечень тем, используемых в цифровом диапазоне повествования, бесконечен. Такую форму представления материала применяют компании, издательства, информационные агентства для продвижения своей продукции.

На базе таких онлайн-платформ можно создавать цифровые публикации, добавлять текстовые, аудио- и видеоматериалы, создавать опросы и голосования, флеш-карточки, рейтинги, статьи, сопоставления, викторины, обсуждения и публиковать их в социальных сетях, на сайтах и в блогах.

Цифровые истории могут использоваться и создаваться как преподавателями, так и студентами. Истории, созданные преподавателями для студентов, могут служить способом привлечения внимания к изучаемой теме, расширять знания студентов, оказывать помощь в освоении сложного материала, сохранять в одном месте новую информацию, к которой всегда можно обратиться. Цифровое повествование также является удобным инструментом для студентов, которые могут создавать свои собственные истории. Этот вид деятельности может носить проектный характер. Он вызывает интерес и мотивирует студентов «цифрового поколения». По желанию, цифровые истории публикуются в Интернете, и студенты имеют возможность поделиться своей работой с другими студентами.

Изучение опыта использования цифровых повествований в преподавании показало, что зарубежный опыт намного опережает отечественный. Так, например, Университет Хьюстона реализует проект по созданию и размещению цифровых рассказов студентов.

Одной из платформ, с помощью которой можно вполне удобно организовать самостоятельную работу студентов, можно назвать Playbuzz. Playbuzz позволяет организовать и представить мультимедийный материал. Студенты могут узнавать информацию, тренировать отдельные навыки, обсуждать результаты в этой удобной платформе для организации разнообразного контента в одном месте.

Для того, чтобы полно раскрыть вопрос можно представить его в виде интерактивной цифровой истории и вложить в нее текстовую информацию, видео из других сайтов, изображения, добавить опрос перед прочтением материала при помощи функции Trivia, Quiz, Flipcard. Платформа позволяет создавать цифровые истории (Story) и использовать следующий набор инструментов.

В историю можно добавить текстовую информацию и форматировать ее по необходимости. При использовании изображений можно добавить эффект размытого изображения и для того, чтобы его увидеть, необходимо нажать на изображение. Таким образом, можно скрыть запрашиваемую информацию и прежде, чем узнать ответ, студент может ответить на вопрос самостоятельно и только после открыть изображение.

Встроенный видеоплейер позволяет импортировать видео с сайтов YouTube, Vimeo либо загружать собственные видео. В программе Playbuzz Video можно отредактировать видео, обрезав его или сделать доступной лишь его часть. Видео можно создать и самостоятельно в Video Creator. Доступны шаблоны, которые упростят этот процесс.

Convo используется для того, чтобы представить текст в форме диалога. Convo позволяет представлять любое интервью, беседу или последовательность событий таким образом, чтобы они идеально соответствовали сегодняшним потребностям потребления контента. Он обеспечивает ощущение, напоминающее мгновенный или текстовый обмен сообщениями. Используя формат наиболее распространенного сегодня способа общения, Convo дает вам возможность превратить контент в более простой и интересный опыт для читателей. Такую форму можно применять для представления интервью, реальных или вымышленных разговоров между разными людьми, для демонстрации хронологии событий, для дробления больших историй на более мелкие куски информации.

Флеш-карточки можно использовать для представления положительных и отрицательных сторон явления, для демонстрации причин и результатов, до и после, вопросов и ответов на них, а также функции «нажмите, чтобы узнать» и др. Playbuzz позволяет создавать опросы в виде серии вопросов. Эти вопросы могут включать текст и изображения. Такие опросы можно использовать после текста для проверки его понимания либо для контроля знаний по определенной теме. Можно организовывать известные multiple-choice тесты.

Викторины Trivia используются для создания вопросов, на которые можно дать положительный или отрицательный ответ, и ответов в виде утверждений. После окончания викторины представляется результат, который покажет студентам, насколько они хорошо ее выполнили. Викторины можно использовать для презентации новой информации в контексте. В таком опросе есть несколько вариантов ответа на вопрос и при выборе правильного ответа можно расширить информацию, а если был выбран неправильный вариант, то тут же будет даваться разъяснение. Такой интерактивный вариант организации материала с элементом игры вызовет интерес к проблеме и при этом материал будет усваиваться более естественно. Таким подходом пользуются современные СМИ и компании при продвижении своей продукции. Геймификация мотивирует студента и позволяет разнообразить образовательный процесс.

Информацию, добавленную в историю, в любое время можно переорганизовать. Готовую цифровую историю можно опубликовать на самой платформе либо включить в страницу в социальных сетях, блогах, приложить ссылку к письму с домашним заданием.

Преимущества использования такой платформы в том, что она позволяет организовать самую разнообразную информацию в одном месте. Платформа Playbuzz бесплатная. Она имеет привлекательный современный интуитивно понятный интерфейс. Playbuzz позволяет не только представлять информацию, но и проверить свои знания. Недостаток в использовании этой платформы состоит в том, что для доступа к контенту необходимо пройти регистрацию. Это онлайн-платформа, которая не функционирует без Интернета.

Таким образом, такие платформы для создания цифровых историй, как Playbuzz, являются доступным инструментом преподавателя для организации самостоятельной работы студентов, служат средством повышения мотивации студентов и позволяют разнообразить образовательный процесс.

А. В. Вдовичев

ДИПЛОМАТИЧЕСКИЙ ПЕРЕВОД: ПОЛИТКОРРЕКТНОСТЬ VS. НЕЙТРАЛИЗАЦИЯ

В общей, частной и специальных теориях перевода стараются не выделять отдельные виды переводов, связанных с той или иной сферой деятельности, но в последнее время как в академическом сообществе, так и среди практикующих переводчиков все чаще появляются ссылки на медицинский, юридический, военный, экономический и другие виды перевода. Эти виды переводов можно отнести к специальному переводу, ранее обозначаемому в научной и учебной литературе как научно-технический перевод, так как, учитывая разные жанры текстов, одной из основных особенностей является использование специальной лексики, или терминологии, которая в свою очередь формирует отдельную терминоситему, или

терминобазу. Принимая во внимание, что общепринятая классификация терминов предусматривает деление на общенаучную, отраслевую и узкоспециальную терминологию, можно предположить, что и классификация переводов по жанрово-стилистических особенностям текста будет включать специальный, отраслевой и узкоспециальный перевод. При этом есть специфические отрасли, в которых переводчикам приходится работать в междисциплинарной среде, так как некоторые тексты нельзя однозначно отнести к тому или иному виду перевода. Иногда определение дискурса в целом и жанра исходного текста в частности помогает специалисту выбрать необходимые способы и приемы транскодирования текста с исходящего языка (ИЯ) на язык перевода (ПЯ) с соблюдением всех норм (если речь не идет о переводе разговорного дискурса) ПЯ.

Дипломатический перевод – это вид специального перевода, так как он предполагает использование специфических грамматических конструкций, лексических единиц, стилистических элементов. Ранее указанный перевод относили к общественно-политическому, военному и юридическому. Сегодня международные отношения претерпевают значительные перемены. Появились понятия *цифровой* и *народной* дипломатии, которые включают в процесс коммуникации многочисленных участников с разным уровнем образования, разным социальным статусом, обеспечивая равенство и соблюдение всех прав человека. Это полностью изменяет дипломатический дискурс, который уже включает не только официально-документальный (дипломатическая переписка, официальные документы внешнеполитических ведомств и дипломатических миссий, международно-правовые документы международных организаций и т.д.) и обиходно-деловой (пресс-релизы, стенограммы заседаний и брифингов, интервью дипломатов, первых лиц государств и т.д.) форматы, но и неформальную коммуникацию, которая влияет на восприятие получателя информации. Информационная война, которая, казалось бы, относится к сфере средств массовой информации, а, значит, к общественно-политическому дискурсу с особенностями публицистического стиля, считается составной частью народной дипломатии, и практически каждый может выразить свое субъективное мнение при обсуждении любой глобальной или межгосударственной проблемы. Языковая агрессия стала одной из самых актуальных тем в лингвистике, и переводчики чувствуют необходимость ее изучения, ведь им в первую очередь придется принимать решение о том, как будет звучать то или иное сообщение, направленное в адрес властей другого государства.

Переводчики осознают, что ценности современной дипломатии уже сводятся не только к разрешению споров путем переговоров и ориентации на многовекторное сотрудничество: на конференциях, приемах на разных уровнях, пресс-брифингах часто можно услышать реплики, которые ранее не допускались дипломатическим протоколом.

В дипломатическом общении используется ряд речевых стратегий, направленных на отстаивание интересов своего государства и поддержание его высокого имиджа. Необходимо отметить, что одной из характерных черт

дипломатического дискурса и дипломатической коммуникации являлся консерватизм, т.е. использование типичных клише, стандартных форм обращения и формул этикета, установленных правил перевода международно-правовых документов (прежде всего, документов ООН). Переводчики, которые задействованы в дипломатической коммуникации, владеют всеми необходимыми приемами, чтобы сохранить статус переводимого текста. Например, переводя фразу *to renew our assurances of high consideration*, переводчик сразу понимает, что между государствами сейчас не самые лучшие отношения и передает ее ‘возобновить уверения в своем высоком уважении’ или ‘вновь заверить в своем глубоком уважении’. Если в отношениях государств не наблюдается никакой напряженности, то на английском языке используется *to renew assurances of our highest consideration*, что в русском звучит как ‘вновь заверить в своем глубочайшем уважении’.

Переводчики, которые работают с дипломатическими обиходно-деловыми текстами, сейчас сталкиваются с проблемой, которая выходит за рамки владения особенностями дипломатического подъязыка. Периодически из средств массовой информации, включая социальные сети, которыми пользуются многие современные политики, звучат фразы, которые далеки от дипломатии, а иногда вызывают бурю эмоций, выражающихся в ответной, зачастую агрессивной, реакции политиков и дипломатов. Достаточно вспомнить некоторые заседания Совета Безопасности ООН, на которых противопоставлены позиции России, США и Великобритании, резкую критику и даже обвинения российских властей в отравлении граждан на территории Великобритании или вмешательство в избирательный процесс на президентских выборах в США. Например, реплика премьер-министра Великобритании Т. Мэй «*We will never tolerate a threat to the life of British citizens and others on British soil from the Russian government*» с однозначным обвинением России в преступлении или цитата из газеты «Гардиан» бывшего чрезвычайного и полномочного посла Великобритании в России Родерика Лайна: «*It is not sensible to mud-wrestle with a gorilla*». Белорусская дипломатия также сталкивается с такими выпадами и пытается тактично на все реагировать.

Но в последнее время отмечается изменение стратегий дипломатической коммуникации, когда отказываются от политкорректных форм и стандартных формул общения, например, отрывок из выступления официального представителя МИД России М. В. Захаровой 29 марта 2018 года: «*Министр иностранных дел Великобритании Б. Джонсон в ходе выступления 28 марта сравнил т.н. «дело Скрипалей» с действиями, описанными в романе Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание». <…> Б. Джонсон, скажите, а Вы «Преступление и наказание» до конца все-таки дочитали или так на начале и остановились? Раз уж Вы решили вспомнить творчество Ф. М. Достоевского, давайте тогда обратимся к образу и мыслям пристава следственных дел (следователя) Порфирия Петровича, который весьма придирчиво и, в отличие от Вас, дотошно вел дело об убийстве процентщицы и ее сестры. В отличие от Вас, мы Ф. М. Достоевского читали, мы*

его любим и знаем…». Дипломатические переводчики отлично владеют приемом нейтрализации, который позволяет стилистически скорректировать текст, чтобы он оставался в формате обиходно-делового или официально-документального. Но если политики и дипломаты перешли на другой уровень общения, нейтрализация станет переводческой ошибкой, каковой она является, например, в художественном переводе. В переводе сохраняется политкорректность, присущая дипломатическому дискурсу, но отсутствует нейтрализация (*тактика вуалирования*). В качестве примера приведем официальный перевод вышеуказанного выступления М. В. Захаровой: «*UK Foreign Secretary **Boris Johnson**, speaking on March 28, compared the so-called "Skripals' affair" with actions described in Fyodor Dostoyevsky's novel Crime and Punishment. <…> **Mr Johnson**, have you ever read Crime and Punishment to the end or you stopped reading at the beginning? Since you **evoked** Fyodor Dostoyevsky, then let us turn to the image and thoughts of magistrate (prosecutor) Porfiry Petrovich, who, **unlike you**, investigated the murder of a pawnbroker and her sister in a very meticulous and scrupulous way. We, **unlike you**, have read Dostoyevsky and we love him and know him*». Как видим, никакой нейтрализации нет; более того, переводчики все чаще прибегают к дословному переводу ведущих политиков, к примеру, фраза В. В. Путина с цитатой из романа «Двенадцать стульев» советских писателей Ильи Ильфа и Евгения Петрова, написанного в 1928 году: «*Скучно, девочки!*», которая переведена (как и в художественном произведении) как «*It's boring, girls!*», хотя речь шла о ракетном ударе США по Сирии и можно было предложить стилистически более нейтральные варианты: «*They have nothing else to do!*» или «*They'd better think about other problems!*», «*As if they have no any other troubles!*» и т.п.

Таким образом, при соблюдении политкорректности мы наблюдаем, что толерантность, языковая нейтрализация сейчас в дипломатическом дискурсе отошли на второй план, что ставит перед дипломатическими переводчиками новые задачи в выборе стратегий и тактик трансляции исходных сообщений с учетом новых внешнеполитических реалий.

Т. И. Гаранович, Д. И. Бондарчук

ОСОБЕННОСТИ НАИМЕНОВАНИЯ ТОРГОВЫХ МАРОК БЕЛОРУССКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ

Согласно словарю Американской ассоциации маркетинга название бренда – это название, используемое для того, чтобы отличить один продукт от всех остальных. Это название может относиться к одному продукту, линейке продуктов или компании. В данной работе под названием бренда и/или торговой марки мы понимаем название, под которым продается продукт.

В теории маркетинга наименование бренда выделяется как один из этапов создания бренда. Этот этап обозначается термином *нейминг* и предполагает создание уникального имени бренда, которое будет выделять его среди конкурентов, подчеркивать основные качества/преимущества и запоминаться потребителям.

Как отмечают специалисты в области маркетинга, названия брендов воспринимаются потребителями как важные информационные сигналы, при этом, согласно Л. Чернатони, автору учебника «Брендинг. Как создать мощный бренд» (2006), информация, получаемая потребителем из названия бренда, часто является основной. Именно этим обусловлена высокая значимость эффективного наименования бренда и актуальность проводимого исследования.

С целью анализа особенностей наименования торговых марок нами рассмотрено 74 названия торговых марок белорусских производителей молочной продукции. В ходе анализа мы попытались определить, насколько и как именно производители придерживаются основных принципов эффективного наименования бренда, описанных в специальной литературе по маркетингу.

Суть этих принципов сводится к тому, что название должно быть простым и коротким, благозвучным, отличным от других и запоминающимся, отражать суть бренда, соответствовать продукту и представлять его потребительские выгоды, вызывать положительные эмоции и ассоциации у потребителя.

Примечательно, что если большинство белорусских предприятий, производящих молочную продукцию, имеет традиционные и однотипные названия, построенные по модели «прилагательное + прилагательное + существительное», где первое прилагательное указывает на город, второе – на род деятельности предприятия, а существительное – на тип предприятия, например, «Светлогорский молочный завод», «Слуцкий сыродельный комбинат», «Пружанский молочный комбинат», «Лунинецкий молочный завод», «Мстиславский маслодельно-сыродельный завод», то названия брендов и торговых марок отличаются разнообразием и творческим подходом к их созданию.

В о - п е р в ы х, в ходе анализа был рассмотрен размер названий. Их состав не превышает двух слов. 27 названий (36 %) являются однокомпонентными, например, «Активил», «Калинка», «Беллакт», 47 (64 %) – двухкомпонентными, например, «Ласковое лето», «Славянские традиции», «Молочные берега».

В о - в т о р ы х, исходя из того, что в наименованиях торговых марок отражается суть бренда, мы рассмотрели лингвистические средства представления в них концепта «молоко». Концепт «молоко» отражен в 22 из рассматриваемых названий (30 %) и представлен:

1) существительным *молоко* или *сыр*, например, «Віцебскае малако», «Слуцкие сыры»;

2) прилагательными *молочный*, *сырный*, например, «Молочные горки», «Молочная капелька», «Молочный мир», «Сырная долина»;

3) существительным *milk*, например, «Complimilk»;

4) существительным *сыродел*, например, «Знатный сыродел», «Ян-сыродел»;

5) наименованиями посуды для хранения молока, например, «Бабушкина крынка», «Клецкая крыначка», «Дедушкин горлачик».

В-третьих, некоторые из проанализированных названий торговых марок можно отнести к так называемым описательным названиям. Это значит, что в них прямо представлены качества и преимущества продукта, в частности:

1) вкус («Я вкусный», «Радуга вкуса», «Сузор'е смаку», «Нежная королева»);

2) польза для здоровья и фигуры («Идеал Силуэт», «Крепость здоровья»);

3) исключительность («NaDivo», «Юник»);

4) высокое качество и свежесть («Знатный сыродел», «Свежие новости»);

5) подчеркивается то, что продукт потребителю подходит («Оптималь», «Удачный выбор»).

Всего было выделено 13 названий торговых марок такого рода, что составляет 18 % от общего числа проанализированных наименований.

В-четвертых, поскольку белорусские пищевые продукты в целом характеризуются высоким качеством, мы предположили, что в названиях торговых марок отражается связь с Беларусью. В ходе анализа было выделено 24 названия торговых марок (32 %) такого рода. На белорусское происхождение продукта указывают:

1) использование белорусского языка, например, «Віцебскае малако», «Калі ласка», «Раніца», «Сафійка», «Сузор'е смаку»;

2) прилагательное или существительное, обозначающее город-производитель, например, «Кобринские сыры», «Минская марка», «Новогрудские дары», «Поставы городок», «Глубокое», «Брест-Литовск»;

3) слова, производные от названий белорусских городов, например, «Молодея» («Молодечненский молочный комбинат»), «Ляховичок» («Ляховичский молочный завод»), «Берёзка» («Берёзовский сыродельный комбинат»), «Вильюша» («Вилейский городской молочный завод»); «Калинка» («Калинковичский молочный комбинат»);

4) прилагательное или существительное, обозначающее регион Беларуси, например, «Полесские сыры», «Золото Полесья»;

5) слово *славянский* и производные от него, например, «Славянские традиции», «Моя Славита», «Славяна».

В-пятых, о качестве пищевого продукта может свидетельствовать то, что он изготовлен дома, т.е. для себя. Указание на такой характер производства и, соответственно, качество продукта, содержится в названиях «Бабушкина крынка», «Дедушкин горлачик», «Веселые внучата».

И наконец, еще одной особенностью названий торговых марок белорусских производителей молочной продукции является использование уменьшительно-ласкательных форм существительных, вероятно, призванных вызвать положительные эмоции, создать ощущение теплоты. Нами выделено 11 названий такого типа (15 % от общего числа проанализированных наименований). К ним относятся такие названия торговых марок, как «Сафійка», «Ляховичок», «Лепелька», «Вильюша», «Молочная капелька», «Мумуся».

Таким образом, проведенный анализ показал, что при наименовании торговых марок белорусских производителей молочной продукции учтены общие принципы нейминга, однако потенциал этих принципов реализован не полностью. Так, только в 30 % названий отражена суть бренда, т.е. концепт «молоко», лишь в 18 % названий прямо представлены качества и преимущества продукта, 32 % названий указывают на белорусское происхождение продукта.

Т. И. Гаранович

ЗООНИМЫ *PIES* И *KOT* В ПОЛЬСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

На материале словаря фразеологизмов Słownik frazeologiczny PWN издания 2005 года нами рассмотрены польские фразеологизмы, в состав которых входят зоонимы *pies* и *kot.* Нашей целью было проанализировать отражение восприятия собаки и кота носителями польского языка в фразеологии.

В словаре представлено 36 фразеологизмов с зоонимом *pies*, они содержат от 2 до 6 компонентов. В группу двухкомпонентных фразеологизмов входит 3 единицы (*pies ogrodnika*), трехкомпонентных – 12 единиц (*wierny jak pies*), четырехкомпонентных – 9 единиц (*ni pies*, *ni wydra*), пятикомпонентных – 6 единиц (*żyć jak pies z kotem*), шестикомпонентных – 6 единиц (*znaczy tyle*, *co dla psa mucha*). Таким образом, наиболее широко представлена группа трехкомпонентных фразеологизмов, их доля составляет 1/3 от общего числа.

Распределение проанализированных фразеологизмов по семантико-грамматическим классам выглядит следующим образом:

1) количественные фразеологизмы – 1 единица (3 %) (*ludzi jest jak psów*);

2) предметные фразеологизмы – 2 единицы (5,5 %) (*ni pies*, *ni wydra*; *pies ogrodnika*);

3) модально-междометные фразеологизмы – 2 единицы (5,5 %) (*na psa urok*; *pies z tobą tańcował*);

4) процессуальные фразеологизмы – 5 единиц (14 %) (*wieszać psy na kimś*; *zejść na psy*);

5) призначные фразеологизмы – 12 единиц (33 %) (*pogoda jest pod zdechłym psem*; *zmarznięty jak pies*);

6) качественно-обстоятельственные фразеологизмы – 14 единиц (39 %) (*coś znaczy dla kogoś tyle*, *co dla psa mucha*; *zabierać się do czegoś jak pies do jeża*).

С учетом того, что и призначные, и качественно-обстоятельственные фразеологизмы обозначают признак, в первом случае лица или предмета, во втором – действия или состояния, можно рассматривать их как в определенной степени схожие. Отметим, что суммарная доля этих двух классов среди рассмотренных фразеологизмов высока и составляет 72 %. Таким образом, можно сделать вывод, что фразеологизмы с зоонимом *pies* главным образом выражают признак.

Анализ содержания польских фразеологизмов, в состав которых входит зооним *pies*, показал, что в них отражаются следующие аспекты:

- физические особенности собаки (*goi się jak na psie*; *potrzebne coś komuś jak psu piąta noga*; *coś jest jak psu z gardła wyciągnięte*);
- ее характер и особенности поведения (*wierny jak pies*; *zły jak pies*; *pies ci mordę lizał*; *pies ogrodnika*; *kochać kogoś jak psy dziada w ciasnej ulicy*);
- типичные состояния (*głodny jak pies*; *czuć się jak zbity pies*; *zmarznięty jak pies*; *zdychać jak pies*);
- отношение к собаке людей (*traktować kogoś jak psa*; *wyrzucić kogoś jak psa*; *zabić kogoś jak psa*; *coś jest psu na budę*; *coś się nie zda psu na buty*; *pogoda, że psa by nie wygonił*; *należy się coś komuś jak psu zupa*);
- отношения собаки с другими животными (*żyć z kimś jak pies z kotem*; *coś znaczy dla kogoś tyle, co dla psa mucha*; *zabierać się do czegoś jak pies do jeża*);
- общая ассоциация, вызываемая собакой (*zejść na psy*; *wieszać psy na kimś*; *pogoda jest pod zdechłym psem*).

Собака в польской фразеологии представлена как верное животное, которое часто испытывает дискомфорт, голодает, терпит побои и может быть очень злой. Собак в представлении говорящих на польском языке много, собака воспринимается как животное, которое можно не принимать во внимание, а также с которым плохо обращаются. С собакой часто ассоциируется что-то негативное. И наконец, у собак традиционно плохие отношения с котами.

По количеству в словаре фразеологизмов с зоонимами *pies* и *kot* собака в 3 раза популярнее кота – в словаре мы находим 36 фразеологизмов с зоонимом *pies* и 12 фразеологизмов, в состав которых входит зооним *kot*.

Фразеологизмы с зоонимом *kot* длиннее, чем с зоонимом *pies*: первые в среднем состоят из 4,5 компонентов, вторые – из 4. Большая часть фразеологизмов с зоонимом *pies* относится к трехкомпонентным, а с зоонимом *kot* – к пятикомпонентным.

Что касается принадлежности к семантико-грамматическим классам, то распределение фразеологизмов с зоонимом *kot* выглядит следующим образом: количественные фразеологизмы – 1 единица (8,5 %) (*tyle*, *co kot napłakał*); призначные фразеологизмы – 1 единица (8,5 %) (*kochliwy jak kot w marcu*); качественно-обстоятельственные фразеологизмы – 4 единицы (33 %) (*biegać jak kot z pęcherzem*; *spaść jak kot na cztery łapy*); процессуальные фразеологизмы – 6 единиц (50 %) (*odwracać kota ogonem*; *dostać kota*).

Таким образом, большинство фразеологизмов с зоонимом *kot* относятся к классу процессуальных (6 единиц, 50 %), в то время как с зоонимом *pies* – призначных и качественно-обстоятельственных. Суммарная доля призначных

и качественно-обстоятельственных фразеологизмов с зоонимом *pies* составляет 72 %, а с зоонимом *kot* – 41,5 %. Кроме того фразеологизмы с зоонимом *kot* не представлены в классах модально-междометных и предметных фразеологизмов.

В польской фразеологии отражается хорошая координация кота, способность быстро перемещаться, любвеобильность в марте, наличие хвоста и почти полное отсутствие слез. Кот ассоциируется с сумасшествием и сильным интересом. Кроме уже упомянутых собак, кот не любит мышей и, пользуясь физическим преимуществом, издевается над ними. Человек может прогнать кота, а для продажи посадить его в мешок.

В отличие от собаки, в случае с котом во фразеологизмах, за исключением *popędzić komuś kota*, не отражается негативное отношение со стороны человека. Кроме того, не представлено ни одного фразеологизма, в основе которого лежало бы плохое состояние кота, в то время как для зоонима *pies* это характерно.

Таким образом, собака представлена в польской фразеологии значительно шире, чем кот, однако отношение к ней со стороны людей намного хуже, чем к коту.

Т. И. Голикова

ИМИДЖ ПЕРЕВОДЧИКА ГЛАЗАМИ ТЕОРЕТИКОВ ПЕРЕВОДА

Слово *имидж* давно и прочно вошло как в обиходную речь, так и в научные исследования, начиная с курсовых, дипломных, магистерских работ, заканчивая появлением целого направления к науке «имиджелогия». Появление научных работ, посвященных имиджу политических и общественных деятелей, натолкнуло на необходимость изучить профессиональный имидж переводчика, обеспечивающего межъязыковой и межкультурный диалог. Имиджу переводчика посвящены работы И. С. Алексеевой, Р. К. Миньяр-Белоручева, Г. Мирама, В. Н. Комиссарова и других. Диссертационное исследование Ю. И. Матюшиной посвящено разработке модели формирования профессионального имиджа у будущего переводчика. Модель включает в себя такие взаимосвязанные и взаимообусловленные компоненты, как лингвистический интеллект, развитый эмоциональный интеллект, культура речи, знания делового этикета, внешний вид, соответствующий ситуации, месту и времени профессиональной деятельности переводчика.

Под имиджем в первую очередь понимают образ, внешность человека, а также его репутацию. В диссертационном исследовании Ю. И. Матюшиной представлен научный подход в определении имиджа как компонента профессиональной культуры переводчика. Профессиональный имидж переводчика – это комплексное понятие, обусловленное внешними и внутренними качествами личности специалиста, целенаправленно формирующееся в процессе профессиональной деятельности, реализующееся как самопрезентация специалиста – представителя определенной профессиональной среды.

Профессиональный имидж – это облик человека, отражающий специфику его профессиональной деятельности, социального статуса, уровень карьерных достижений и притязаний. Имидж переводчика – это еще и наше оценочное восприятие профессионально выполненных требований к осуществлению перевода, согласованного с требованиями заказчика. Оценка профессиональной деятельности переводчика происходит, как правило, по шкале «хороший – удовлетворительный – плохой» перевод. Перевод и, соответственно, переводчик выступают связующим звеном в осуществлении межъязыковых и межкультурных контактов. Сегодня от переводчика ожидается не только хорошее знание иностранного и родного языков, но и владение соответствующими переводческими стратегиями в зависимости от того, какой вид перевода осуществляется. Более того, переводчика часто воспринимают как представителя компании, осуществляющего международные контакты. От облика, вербального и невербального поведения переводчика, зависит оценка деятельности компании. В настоящее время мы наблюдаем расширение функций переводчика. Отсюда вытекает, что меняются требования, предъявляемые к переводчику, а значит, меняется и его профессиональный имидж.

Сегодня имидж современного переводчика рассматривается как явление, связанное с требованиями, предъявляемыми к современному переводчику и кругом изменившихся, расширенных обязанностей. Это не только осуществление качественного перевода, устного или письменного, устного синхронного или последовательного, с листа, но и безусловное выполнение коррекции и редактирования собственного перевода, с использованием современных компьютерных средств верстки текста, организационная, консультативная, аналитическая работа, связанная с подготовкой и составлением резюме, аннотаций, пресс-релизов и других материалов из разных сфер деятельности. Это и работа переводчика-менеджера в качестве связующего звена между заказчиком, исполнителем и получателем перевода.

Нельзя определить единую модель имиджа переводчика. Для переводчика-синхрониста – это одна модель, для переводчика художественной литературы – это другая модель. Примем во внимание и разнообразие таких направлений в переводческой деятельности, как переводчик-референт, переводчик интернет-сайтов, видеофильмов, гид-переводчик, технический переводчик, которые предполагают следование своим особым, специальным требованиям. Например, для синхронного перевода важен автоматизм владения клише, быстрота переключения с одного языка на другой, высокая степень стрессоустойчивости. Для переводчика художественной литературы – наличие творческих способностей, умение облекать слово в образные средства, литературный талант. Для переводчика, сопровождающего деловые переговоры, важен безупречный внешний вид, в то время как для письменного переводчика, работающего дистанционно, данный компонент имиджа не играет столь существенной роли.

Подчеркнем, что свободного владения языками сегодня недостаточно, языковые и речевые компетенции – это скорее основа профессионального

имиджа переводчика, которая дополняется знаниями и владением нормами поведения и этикета, культуры речевого общения, соблюдения принятого делового дресс-кода. Лингвистический интеллект – это способность выражать и интерпретировать мысли. Эмоциональный интеллект – способность осознавать и управлять эмоциями для достижения поставленных целей. Эмоциональный интеллект переводчика включает также стрессоустойчивость, креативность, интуицию, гибкость восприятия, контактность. Культура речи – соблюдение орфоэпических, лексических, грамматических, стилистических, связующих текст элементов и других норм языка. Знание и следование правилам делового этикета, а также внешний вид переводчика – также важные компоненты его имиджа, создающие положительный или отрицательный тип.

Современный рынок переводческого труда отличается конкуренцией и непредсказуемостью, тендерскими условиями, необходимостью убедить клиентов, кому именно можно и нужно доверить выполнение качественной работы в ограниченный, как правило, ускоренный срок. А для этого переводчик должен иметь свое собственное портфолио, где обозначено его образование: важно, где учился переводчик, какой имеет диплом, специализацию по переводу, повышение квалификации, стажировки, дополнительно указывается учеба в наиболее престижных переводческих школах, демонстрация своего облика, подкрепленная фотографией, характеристиками от других заказчиков. Иными словами, в портфолио содержится все, что демонстрирует компетенции и качества, востребованные в данной переводческой деятельности. Поэтому вопросу формирования делового имиджа переводчика уделяется столь пристальное внимание. Трудно добиться профессионального успеха без соответствующего имиджа. А имидж формируется, приобретается и обогащается с опытом работы.

Можно утверждать, что существует прямая зависимость между карьерой и сложившимся имиджем. В качестве примера рассмотрим имидж доцента кафедры теории и практики перевода МГЛУ Плютова Вячеслава Сергеевича. Выпускник переводческого факультета МГПИИЯ (г. Минск), В. С. Плютов закончил курсы переводчиков ООН при МГПИИЯ им. Мориса Тореза (г. Москва). В качестве устного переводчика и переводчика-синхрониста (английский, французский, итальянский языки) принимал участие в многочисленных международных конференциях в Беларуси и за рубежом. Повышал квалификацию в Высшей школе перевода в Париже (Франция), работал в Администрации Президента Республики Беларусь, активно работает переводчиком-синхронистом и передает свой богатый переводческий опыт молодому поколению будущих переводчиков на переводческом факультете и факультете межкультурных коммуникаций в МГЛУ.

Большой вклад в создание позитивного имиджа вносит культура речи, включающая четкую артикуляцию, линейность устной речи, умение сформулировать мысли на родном и иностранном языке, поставленный голос с пониманием, что есть громкость, темп и тембр голоса. Владение деловым этикетом, формулами вежливости, обходительными манерами, соответствующий ситуации внешний вид, приветливость и расположение к коллегам,

подкрепленное невербальными средствами общения и многие другие атрибуты, которые составляют положительный образ любого специалиста, и в особенности того, кто обеспечивает успешную межъязыковую и межкультурную коммуникацию. Сказанное относится и к В. С. Плютову.

На факультете межкультурных коммуникаций уделяется внимание формированию облика будущего переводчика. В период изучения теоретических дисциплин «Введение в специальность: перевод и переводоведение», «Теория перевода» на первом и втором курсах студенты знакомятся с требованиями к устному и письменному переводчику, моральным кодексом переводчика, согласно которому переводчик несет ответственность за качество перевода, гарантирует конфиденциальность информации. При переводе известных политиков переводчик наделен еще и дипломатическими полномочиями, студенты знакомятся с понятием «профессиональный имидж переводчика», под которым понимается внешне ориентированный символический образ профессионала, представляющий собой один из компонентов профессиональной культуры будущего специалиста.

Т. И. Голикова, А. А. Рыбицкая

ПЕРЕДАЧА СОВЕТСКИХ РЕАЛИЙ НА АНГЛИЙСКИЙ И НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫКИ
(на материале кинофильма «Москва слезам не верит»)

Период существования СССР оставил свое материальное и культурное наследие, до сих пор находящее свое отражение в материальной, политической и бытовой культуре, а также в чертах менталитета народов, ранее входящих в состав Советского Союза. Советский период, наряду с чередой разительных исторических событий, был ознаменован множественными открытиями в сфере науки и техники, образования и культуры, а также появлением новых направлений в искусстве.

Кинематограф как один из самых доступных видов искусства для широкой аудитории дает возможность зарубежному зрителю познакомиться с основными культурными традициями, обычаями народа, увидеть основные тенденции общественной мысли и узнать о стандартных условиях жизни в определенную эпоху. Советский кинематограф предлагает зрителю большое количество качественных кинофильмов, при помощи которых возможно познакомиться с реалиями жизни советского человека. Одной из ярчайших работ советского кинематографа является мелодрама Владимира Меньшова «Москва слезам не верит» (1979), получившая в свое время американскую премию «Оскар» как лучший зарубежный фильм.

Фильм был переведен на английский и немецкий языки, что послужило материалом для исследования особенностей передачи советских реалий на указанные языки. Перед переводчиками была поставлена комплексная задача передачи не только семантики языковых единиц, но и сохранения их национального колорита.

Несмотря на значительное количество исследований отечественных и зарубежных лингвистов и переводчиков, посвященных вопросам реалий, а именно трудностям их передачи на иностранные языки, до сих пор остается нерешенной, следовательно, актуальной проблема переводимости непереводимого в процессе воспроизведения национальных особенностей оригинального произведения.

К реалии мы относим элемент безэквивалентной лексики, отражающий культурную специфику носителей языка и обозначающий специфические предметы или явления, свойственные только определенной культуре. Советизм − это слово или словосочетание, появившееся после 1917 года, несущее в себе информацию, характерную для жизни людей во всех ее сферах в период существования Советского Союза. В советизмах заключены фоновые знания, которыми обладают только жители постсоветского пространства, советизмы также являются маркерами советской культуры.

В нашей работе проанализированы способы и приемы передачи реалий на английский и немецкий языки. Наиболее часто используются такие приемы и способы перевода, как описательный перевод с применением слов, которые по своему лексическому значению близки к советским реалиям; а также широко используются приемы калькирования и полукалькирования. Примеры перевода, реалий на английский язык: *генеральша* ‘generaless’, *балтийская килечка* ‘Baltic smoked fish’, *достать билеты* ‘dig up tickets’, *Горько!* ‘Kiss the bride’, *сухой закон* ‘Anti-alcohol policy’, *электричка* ‘commuter train’, *Ленинка* ‘Lenin Library’, *горсовет* ‘municipality’ *товарищи!* ‘ladies and gentlemen’.

Примеры перевода реалий на немецкий язык: *генеральша* ‘Generalin’, *балтийская килечка* ‘frisch geräucherte baltische Sprotten’, *достать билеты* ‘Eintrittskarten verschaffen’, *Горько!* ‘Küsst euch!’, *сухой закон* ‘Antialkoholgesetz’, *электричка* ‘commuter train’, ‘Eisenbahnzug’, *Ленинка* ‘Leninbibliothek’, *горсовет* ‘Stadtsrat`, *товарищи!* ‘Damen und Herren!’. Благодаря сложной грамматике и синтаксису немецкого языка можно практически точно передать грамматическую и синтаксическую структуру ряда русскоязычных высказываний, используя соответствующие конструкции на немецком языке. Кроме того, из-за значительного политического влияния Советского Союза на Германскую Демократическую Республику (ГДР) с 1949 по 1990, многие советские реалии были знакомы жителям данной страны, поэтому к моменту выхода фильма уже существовали готовые варианты перевода советских реалий.

Фильм изобилует «крылатыми выражениями», которые звучат в репликах героев. В одном из своих интервью режиссер картины Владимир Меньшов рассказывал, что на протяжении многих лет записывал самые интересные, колоритные и эмоционально окрашенные, на его взгляд, выражения, которые слышал при общении со своими соотечественниками, представителями различных слоев общества. Такие выражения были использованы как звучащие реплики героев фильма. В качестве примеров «крылатых выражений» с авторскими вариантами перевода на английский язык приведем: *Полюбить так королеву, проиграть так миллион!* ‘Set your sights high, aim

for the sky', *Гулять так гулять!* 'Hang the expense', *Чтобы генеральшей стать, надо за лейтенанта замуж выходить* 'Marrying a general doesn't at all mean becoming a generaless. A true generaless is the woman who married a lieutenant and overcame with him all the difficulties on the way of becoming a general', *Вечер перестаёт быть томным* 'The evening is going to be smashy'. Проанализировав устойчивые выражения и словосочетания, используемые в качестве реплик в диалогах фильма, можно сделать вывод о том, что большинство из приведенных выше высказываний не может быть передано способом калькирования, так как компоненты устойчивых лексических единиц не должны подвергаться дословному переводу. С целью адекватной передачи смыслового компонента высказываний следует использовать прием смыслового развития и описательный перевод.

При просмотре кинофильма для зрителя важно восприятие не только целостной картины и сюжета, но также понимание деталей, которые позволяют режиссеру воссоздать в кадре атмосферу определенного времени. Такими деталями служат образцы архитектуры, виды жилища, общественных заведений, интерьеров жилых помещений. В визуальном ряду кинофильма зритель видит предметы интерьера, быта, одежды, продукты питания, которые указывают на социальный статус, финансовое положение, профессию, интересы и привычки героев своего времени.

Примерами такого вида реалий с авторскими вариантами перевода на английский язык являются *авоська* 'string shopping bag', *Дагестанский коньяк* 'Dagestanian brandy', *компот* 'stewed fruit drink', *пионер* 'young pioneer', *«Советское» шампанское* 'Soviet' sparkling wine'.

В том случае, если выполняется дубляж кинофильма на иностранный язык, описать визуальные реалии не представляется возможным. Однако если предположить, что перед нами стоит задача прокомментировать такие реалии для представителя иноязычной культуры с целью более глубокого погружения в атмосферу советского времени и более тщательного осмысления жизненного уклада того времени, считаем целесообразным обратить внимание на реалии, представленные, в том числе, и в визуальном ряду фильма.

Перевод реалий является частью важной проблемы передачи культурного, национального и исторического своеобразия языка, истоки которой, вероятно, берут начало со времени становления теории перевода как самостоятельной научной дисциплины. Выбор определенного приема и способа перевода реалии обусловлен задачей, поставленной перед переводчиком: сделать выбор в пользу сохранения колорита языковой единицы с неполной передачей лексического значения единицы; либо наиболее полно передать лексическое значение реалии, не сохраняя в достаточной мере национальную специфику и эмоциональную окраску лексической единицы, особенно, если данная реалия не является известной и не имеет возможных вариантов перевода в других корпусах текстов. Однако важнее решить обе задачи: сохранить национально-культурный колорит реалии и передать ее семантику иноязычному получателю, сделав обоснованный выбор в пользу одной из известных стратегий передачи реалий: форенизации, доместикации либо золотой середины.

О. В. Железнякова

ТУРИСТИЧЕСКИЙ ДИСКУРС В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

Говоря о дискурсе, отметим, что В. И. Карасик выделяет два основных его типа: персональный и институциональный. В первом случае говорящий выступает как личность во всем богатстве своего внутреннего мира, во втором случае – как представитель определенного социального института.

Для описания конкретного типа дискурса целесообразно рассмотреть компоненты, его определяющие (участники; хронотоп; цели; стратегии; разновидности и жанры и т.п.).

В иерархии дискурсов основное место принадлежит институциональному дискурсу, который представляет собой общение в заданных рамках статусно-ролевых отношений. Примерами его могут служить политический, педагогический, научный, туристический и другие дискурсы.

Лингвисты относят туристический дискурс к институциональному, поэтому хотелось бы более детально остановиться на основных отличительных чертах и компонентах туристического дискурса, представляющего собой базис туристического дискурсивного пространства.

Главной отличительной чертой туристического дискурса является его ограниченность в плане сферы распространения и общественно-институциональный характер. К институтам туристического дискурса могут быть отнесены различные организации, связанные с данной индустрией: туроператоры; туристические фирмы и агентства; авиа- и железнодорожные кассы; PR и рекламные агентства.

Как и любой другой дискурс, туристический имеет ряд свойств, характеристик и компонентов, отличающих его от множества видов. Прежде всего, представляя собой структуру, туристический дискурс определяется цельностью и связностью, интеграцией и завершенностью, цельнооформленностью, информативностью, хронотопностью и другими свойствами.

Основными функциями туристического дискурса принято считать информативную, регулятивную и аккумулятивную, реализующиеся в определенных видах коммуникаций. Любая туристическая компания или агентство вступают в коммуникативные отношения со своими посредниками, потребителями и общественностью. Посредники при этом вступают в контакт с потребителями, друг с другом и т.п. Весь объем существующих коммуникаций носит название системы продвижения, подразумевающей под собой воздействие на потенциальный банк клиентов с помощью рекламы, личных и общественных контактов.

В туристическом дискурсивном пространстве принято выделять две основные формы коммуникации: *опосредованную*, или косвенную, (через посредников, по телефону, факсу, e-mail и т.д.) и *непосредственную* (вступление собеседников в прямой контакт).

Адресантом туристического дискурсивного пространства могут быть государственные организации по туризму, министерство туризма, туристи-

ческие агентства и фирмы, туроператоры, гиды, работники отелей, ресторанов, музеев, аниматоры и многие другие. Именно они обращаются со множеством предложений, услуг, идей к аудитории. Основным объектом всех вышеперечисленных операций, естественно, является адресат, который может быть представлен как целевой аудиторией, так и потенциальным клиентом, возможны также дискурсы, в которых адресатом будут выступать туристические фирмы, перекупающие туристические пакеты товаров и услуг.

Туристический дискурс характеризуется следующими параметрами:

1) участники: продавец (туроператор) – клиент; экскурсовод – экскурсант; составитель текста – получатель текста;

2) место: офис, туристический автобус, музей, улица города, виртуальное пространство, текстовое пространство;

3) цели: получение прибыли, получение экскурсионно-туристической услуги.

Что касается разновидностей и жанров, можно выделить устную и письменную разновидности туристического дискурса.

В рамках указанных разновидностей мы можем назвать определенные переводческие ситуации (т.е. жанры туристического дискурса), которые предполагают необходимость решения переводчиком разного рода переводческих задач.

Так, в устной разновидности непосредственного общения определяются следующие виды переводческих ситуаций:

- экскурсия (включая общение экскурсантов и экскурсовода);
- диалог с продавцом услуги (офисный или внеофисный диалог между представителем турфирмы и клиентом);
- диалог с представителем принимающей стороны (между клиентом/ сопровождающим группы и служащим гостиницы/шофером экскурсионного автобуса);
- диалог между туроператором и контрагентом (бронирование гостиниц, авиабилетов и т.д.);
- речевое взаимодействие в особых обстоятельствах (переговоры с консульством).

Среди переводческих ситуаций, представляющих собой устную разновидность опосредованного общения, можно выделить работу с такими материалами, как:

- видеопутеводитель (обзорно-географический документальный фильм);
- аудиогид.

Что касается перевода туристического дискурса, представленного письменной разновидностью, отметим, что переводчик имеет дело с разными типами материалов.

Прежде всего, они могут быть представлены печатными текстами. Это путеводитель; туристический проспект; каталог; статья; брошюра; листовка.

Тем не менее в современном коммуникативном пространстве нельзя обойти вниманием другой тип переводческих ситуаций, в которых тексты предлагаются переводчику в компьютерно-опосредованной письменной раз-

новидности: виртуальная экскурсия; сайт туристического бюро; электронное письмо клиента в туристическое бюро; форум туристов и путешественников; электронная переписка служащих туристической; отзыв туриста; блог туриста или путешественника.

Таким образом, туристический дискурс обладает рядом характерных для него особенностей, позволяющих выделить его в отдельный институциональный вид дискурса. Он опирается на определенный набор жанров, сформированных потребностями оптимизации коммуникации продавцов и потребителей туристических услуг в различных переводческих ситуациях.

Эти ситуации характеризуются различными структурно-композиционными, коммуникативно-функциональными и языковыми особенностями, способствующими возникновению особых переводческих трудностей.

С. Г. Зверева

ПОДГОТОВКА ПЕРЕВОДЧИКОВ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В связи со стремительным развитием мира и внедрением новых технологий во все сферы жизни человека прогнозируется, что в ближайшем будущем потеряют работу специалисты различных профилей. Существует мнение, что профессия переводчика с иностранных языков находится в группе риска и может полностью исчезнуть. Рассмотрим, имеют ли под собой основания такие прогнозы, каковы перспективы развития профессии.

Постоянное увеличение информационных потоков и международных связей в современном мире способствует расширению сфер работы для переводчиков. Однако все больше людей изучают иностранные языки, и может показаться, что вскоре услуги переводчиков перестанут быть востребованными. Вопреки прогнозам, специалист со знанием иностранного языка не сможет составить конкуренцию профессиональному переводчику из-за разного уровня языковых навыков. Также перевод не является основной обязанностью специалистов из разных областей, они просто используют иностранный язык для осуществления своей профессиональной деятельности.

Вторая тенденция, которой опасаются многие переводчики, – это развитие машинного перевода. Известный американский изобретатель, писатель и футуролог Рэй Курцвейл предсказывал, что машины смогут выполнять перевод на том же уровне, что и человек, к 2029 году. Тем не менее даже несмотря на внедрение нейронного машинного перевода, результаты которого во много раз превышают результаты машинного перевода, основанного на статистическом алгоритме, качество его далеко от совершенства. Благодаря Google Translate, Yahoo!, Babelfish и Microsoft Bing миллионы пользователей Интернета могут понимать общую суть новостей, размещенных на зарубежных сайтах. Но если необходим точный перевод, то следует обратиться не к машине, а человеку. Машинный перевод с большим количеством погрешностей порождает спрос на качественный перевод, осуществляемый профессиональными переводчиками.

В то время как машинный перевод никогда полностью не заменит человека, технологии становятся неотъемлемой частью работы переводчика. Тенденции развития рынка переводческих услуг диктуют письменным переводчикам требование овладения современными компьютерными технологиями. Перевод особенно востребованной в настоящий момент технической и юридической документации, которая характеризуется большим процентом содержания штампов, клишированных выражений, повторяющихся фраз, не представляется возможным без помощи программ автоматизации.

Сегодня все крупные переводческие проекты требуют владения CAT-инструментами. CAT расшифровывается как ‘Computer-Aided (Assisted) Translation’ – перевод с помощью компьютера или автоматизированный перевод. Эти программы также называют программами переводческой памяти (translation memory). CAT-инструменты облегчают труд письменных переводчиков за счет выполненных ранее переводов. Преимуществами работы с CAT-инструментами являются экономия времени, обеспечение однородности терминологии, проверка качества переводов, сохранение оригинальной верстки. Среди наиболее известных программ можно назвать SDL Trados и Déjà Vu, однако на смену этим дорогим лицензионным программам с ограниченным функционалом приходят облачные, более дешевые и простые платформы – Wordfast, MateCAT, SmartCAT, Memsource. Облачные технологии делают CAT-инструменты мобильными и доступными. Работать в такой программе можно с ноутбука, планшета, стационарного компьютера. Также переводчики могут находиться в разных странах и работать над одним проектом одновременно.

Принимая во внимание тот факт, что умение работать с программами переводческой памяти является одним из главных критериев при приеме на работу письменного переводчика, овладение CAT-инструментами должно стать неотъемлемой частью программы подготовки переводчиков в учреждениях высшего образования. Знакомство с принципами работы CAT-инструментов целесообразно осуществлять на примере доступных облачных переводческих платформ. Студентам необходимо научиться создавать переводческие проекты, проводить анализ текста перед осуществлением перевода, создавать базу терминов и базу памяти переводов, уметь работать в переводческом редакторе, осуществлять контроль качества перевода, экспортировать готовый перевод в разных форматах и многое другое. Обучающиеся должны приобрести опыт работы с узкоспециализированными текстами – контрактами, техническими и медицинскими инструкциями, перевод которых крайне востребован во всех переводческих бюро. Итогом освоения переводческой платформы должна стать созданная каждым студентом всеобъемлющая база памяти переводов, которую они смогут применять на будущем рабочем месте переводчика.

Помимо технологий письменного перевода текста, в последнее время появилось множество новинок по преобразованию устной речи с одного языка на другой. В одной из своих книг – «The Age of Spiritual Machines»

(«Эпоха духовных машин») – Курцвейл предсказал, что автоматический устный перевод будет обычным явлением уже к 2019 году. За последние несколько лет учеными разных стран мира были разработаны различные программы для автоматического синхронного перевода. Многие из них представляют собой наушники для перевода речи. Один пользователь, надев такой наушник, может обратиться к собеседнику, к примеру, на португальском или французском языке. Второй пользователь с таким наушником может услышать его речь, обработанную приложением на смартфоне, на родном языке, допустим, на английском, итальянском или испанском.

Из последних разработок компания «Google» выпустила Google Pixel Buds – наушники, которые якобы могут заменить синхронных переводчиков. Однако у компании «Google» есть много конкурентов. В продажу уже вышли наушники Pilot от компании «Waverly Labs»; наушники, которые переводят с 37 языков в режиме реального времени от Mymanu Clik; работающий оффлайн портативный синхронный переводчик Translate One2One от Lingmo; наушники Dash Pro от Bragi и другие. В то же время в Интернете можно найти много негативных отзывов об этих устройствах. Такие программы допускают большое количество погрешностей, так как системы распознавания речи пока неидеальны. Более того, в целом сегодня данные технологии не получили широкого распространения и вряд ли получат к 2019 году. Возможно, наушники-переводчики используются туристами или для бытового общения, однако если при переводе требуется передать все нюансы речи оратора, то на такие технологии нельзя положиться. Не будут использоваться новомодные разработки и на серьезных деловых или политических переговорах, ведь цена ошибки может быть слишком велика.

Чрезвычайно быстрый ритм жизни объясняет появление устройств для осуществления синхронного перевода. Синхронный перевод является одним из самых востребованных видов устного перевода, так как при его использовании общее время проведения мероприятия сокращается в 2–3 раза. Несмотря на необходимость специального оборудования и высокую стоимость данного перевода, все конференции, семинары, форумы проводятся с привлечением переводчиков-синхронистов. Синхронный перевод стал неотъемлемой частью в обсуждении и принятии решений между представителями разных стран.

Учитывая вышеперечисленные причины, при подготовке будущих переводчиков в учреждениях высшего образования особое внимание должно уделяться именно синхронному переводу. При обучении синхронному переводу на старших курсах должна предусматриваться опора на теоретические и практические знания, полученные студентами в рамках различных дисциплин перевода. Внимание необходимо уделять как переводу с родного языка на иностранный, так и с иностранного языка на родной текстов различной тематики. По окончании курса студенты должны уметь работать с современной аппаратурой для синхронного перевода, принимать оптимальные переводческие решения в условиях жесткого лимита времени, выдерживать

интенсивные физические и психоэмоциональные нагрузки, соблюдать темп речи, заданный оратором. Также студенты должны владеть приемами компрессии, смыслового развертывания, вероятностного прогнозирования и упреждающего синтеза. Только аккумулируя все знания и навыки, полученные в учреждение высшего образования, выпускники смогут осуществлять один из самых сложных видов устного перевода.

Таким образом, не стоит опасаться замены профессиональных переводчиков компьютерными инновациями в ближайшем будущем. Однако необходимо переосмысливать профессию переводчика и адаптироваться к новым тенденциям. Процесс подготовки переводчиков в учреждениях высшего образования должен осуществляться с учетом требований, предъявляемых к современному переводчику. В обучение письменному переводу необходимо внедрять работу с CAT-инструментами, без которых в настоящее время не обходится ни один крупный переводческий проект. Особое место при обучении различным аспектам устного перевода должно быть отведено синхронному переводу как одному из самых востребованных видов перевода на рынке труда. Полученные навыки письменного и устного перевода позволят студентам в дальнейшем стать высококвалифицированными специалистами в своей профессиональной переводческой деятельности.

Т. Ф. Иванова

К ТИПОЛОГИИ ПЕРЕВОДЧЕСКИХ ОШИБОК СТУДЕНТОВ НА ЗАНЯТИЯХ ПО РЕГИОНОВЕДЕНИЮ (немецкий язык)

На современном этапе развития науки о переводе в дидактике обучения выдвигается *понятие междисциплинарности*, которое подразумевает синтез различных предметных сторон переводческой деятельности как некой системы и позволяет переориентировать исследование перевода на раскрытие механизмов, которые связаны между собой системными отношениями, определяющими конечный результат – текст перевода.

Если рассматривать *понятие междисциплинарности как основной принцип дидактики перевода*, то все учебные дисциплины в общей системе обучения будущих переводчиков – как по языковой подготовке, так и дисциплины социально-гуманитарной и общепрофессиональной направленности – в том или ином виде также должны интегрировать в процесс обучения данный подход. Думается, что использование междисциплинарного подхода и возможностей каждой учебной дисциплины для развития профессиональных компетенций представляет собой наиболее насущный вопрос дидактики и методики обучения студентов-переводчиков, который стоит сегодня перед преподавателями кафедр перевода.

На кафедре теории и практики перевода № 2 нашего университета существует в этом плане определенный опыт проведения лекционных и семинарских занятий по дисциплине «Регионоведение». Регионоведение как

научная и образовательная дисциплина понимается как объективно *интегрированный курс*. Его общая цель – формирование у студентов системного представления о реальных региональных процессах, что дает выпускнику переводческого факультета возможность в практической деятельности выполнять функции консультанта по проблемам того или иного региона стран изучаемого языка.

Междисциплинарный подход проявляется на стадии проведения лекционных занятий по регионоведению *путем включения в лекционный материал вопросов переводческого характера*. Уже на одной из первых лекций преподаватель демонстрирует трудности перевода самого понятия *регион* в различных контекстах: топографическом, географическом, культурно-историческом или административно-политическом.

Опыт проведения на семинарских занятиях тестов, включающих задания на перевод, а также контроль таких заданий указывает на наличие типичных проблем переводческого характера, которые связаны с недостаточным уровнем фоновых знаний, недополученных еще на школьной скамье. Сюда относятся, в первую очередь, имена собственные географические: *Golfstrom* (‘Гольфстрим’ – теплое течение в Северной Атлантике) = ‘Гольфстромское течение’, а также официальные названия федеральных земель Германии на немецком и русском языках, при переводе которых встречаются следующие варианты: *Freistaat Sachsen* (‘Свободное государство Саксония’) = ‘Свободная земля Саксен’, *Saarland* (‘Саар’) = ‘Сарланд’, *Die Freie und Hansestadt Hamburg* (‘Вольный и ганзейский город Гамбург’) = ‘Вольный и ганзовский город Гамбург’.

Последний пример неверной передачи имени собственного является свидетельством недостаточного уровня усвоения конкретных знаний страноведческого характера, полученных на предыдущем этапе обучения, а именно, знаний исторических этапов развития немецкоязычных стран и связанных с ними географических названий: *Schlesien* (‘Силезия’) = ‘Шлезия’/‘Шлезин’, *Böhmen* (‘Богемия’) = ‘Бёмин’ *Franken* (‘Франкония’) = ‘Франкия’.

Особенно удручает очевидное отсутствие четких знаний историко-географических реалий, связанных с общественно-политическими событиями последних десятилетий в жизни стран изучаемого языка, что, безусловно, сказывается при переводе на русский язык на неточном представлении соответствующих названий: *Deutsche Demokratische Republik* (‘Германская Демократическая Республика’) = ‘Немецкая Демократическая Республика’/ ‘Демократическая Республика Германии’.

Следует отметить также случаи неверного правописания по-русски названий известных городов немецкоязычных стран: *Stuttgart* (‘Штутгарт’) = ‘Штуттгард’, *Potsdam* (‘Потсдам’) = ‘Поцдам’, не говоря уже о городах, очевидно незнакомых студентам, например, швейцарский город *Lausanne* (‘Лозанна’) = ‘Лозань’/‘Лаузань’/‘Лозанья’.

В тематическом блоке названий, обозначающих географические и исторические реалии, можно отметить при их переводе тенденцию к неоправданному использованию студентами приема транслитерации. Так, например, тип

ландшафта *Marschland* в тестах передается не как ‘марши’, а с помощью обозначения кириллицей ‘маршланд’. Аналогичный процесс наблюдается при передаче на русский язык реалий, связанных с малоизвестными студентам сведениями, например, по истории и социально-политическому устройству немецкоязычной Швейцарии. Так, *Ständerat* (‘Совет кантонов’), являющийся верхней палатой парламента Швейцарии, передается как ‘штендерат’, а обозначение исторического события – основания Швейцарской конфедерации – *Rütlischwur* (‘Клятва Рютли/Клятва на Рютли’) передается транслитерацией ‘Рютлишвур’.

Представляется, что вышеприведенные примеры свидетельствуют в пользу необходимости осуществления интеграции заданий переводческого характера в процесс проведения занятий по регионоведению. Подобные задания способствует развитию профессиональных компетенций будущих переводчиков средствами данной учебной дисциплины. С их помощью создаются благоприятные условия не только для развития личности студентов с целью повышения их эрудиции и мобилизации интеллектуальных ресурсов, но и для развития способности переключения внимания с одного языка на другой язык. В целом использование таких заданий отвечает цели формирования «переводческой» языковой личности, которая должна, обладая достаточным уровнем фоновых знаний, хорошо разбираться в политико-экономических и социокультурных особенностях страны изучаемого языка и быть готовой к выполнению высококачественного перевода.

Е. Г. Карапетова

СОСТАВЛЯЮЩИЕ КАЧЕСТВА ПОДГОТОВКИ ПЕРЕВОДЧИКА

Мы живем в век технологий, и часто приходится слышать, что к 2020 году переводчиков вытеснит машинный перевод, следовательно, снизится потребность в специалистах в области перевода. Но время идет, а потребность в хороших переводчиках сохраняется. Повышаются и требования к сегодняшнему выпускнику со стороны рынка труда.

Рассмотрим составляющие качества практической подготовки специалистов на переводческом факультете МГЛУ на примере кафедры теории и практики перевода № 1.

1. Решающую роль в подготовке переводчиков играют кадры. Во многих источниках, в том числе и в Европейском стандарте гарантии качества образования, этот показатель качества стоит на первом месте и указывается, что «роль преподавателя является главной в высококачественном обучении и приобретении знаний, умений и навыков».

Залог успеха состоит в сохранении отечественной школы перевода, в привлечении для работы на кафедре перевода преподавателей, имеющих богатый опыт перевода, в том числе и в международных организациях. Необходимо также соблюдать преемственность и распределять на кафедру лучших выпускников магистратуры по специальности «Перевод и переводо-

ведение», которые являются носителями традиций переводческого факультета, которые прошли стажировку в службах ООН. Большую роль играет и одновременное наращивание научного потенциала кафедры. Обязательным условием качественной подготовки можно считать владение преподавателями инновационными методами преподавания и использование передовых педагогических и информационно-коммуникационных технологий.

2. Развитие взаимодействия с заинтересованными сторонами, реализация так называемого кластерного подхода.

Приведу примеры. Кафедра добилась неплохого результата работы кластера «МГЛУ – ООН». В рамках реализации Меморандума о сотрудничестве студенты факультета переводят документы для УВКБ ООН (Управление Верховного комиссара по делам беженцев), проходят производственную практику в УВКБ ООН. В 2017 году студенты практико-ориентированной магистратуры проходили производственную практику в Русской службе письменного перевода ООН дистанционно. Ежегодно проводятся встречи и занятия студентов и магистрантов с сотрудниками ООН. Но, пожалуй, ярким примером хорошего взаимодействия являются регулярные занятия (один раз в две недели) с магистрантами в режиме скайп-сессии, которые проводят сотрудники ООН (г. Нью-Йорк).

Студенты магистратуры (реже – студенты 5 курса) ежегодно в феврале – марте и июле – августе проходят стажировку в Русской службе письменного перевода ООН в г. Нью-Йорк. По результатам письменного квалификационного экзамена, который проходил в Москве в 2016 году, 3 выпускника занесены в международный ростер переводчиков. Все трое ныне являются преподавателями кафедры. Такой впечатляющий результат можно объяснить, если проанализировать соотношение часов, отведенных на теоретическое и практическое обучение в магистратуре. Превалирует практическое обучение: лекции – 88 часов, семинарские и практические занятия – 386 часов, производственная практика – 216 часов, самостоятельная работа – 618 часов.

Еще одним примером опыта такого кластера является сотрудничество с журналом «Маладосць». При кафедре создана группа студентов, желающих заниматься художественным переводом англоязычной художественной прозы на белорусский язык. Это сотрудничество вылилось в регулярные публикации переводов ребят в журнале «Маладосць».

3. В педагогике есть понятие готовности к определенной деятельности. Формировать готовность к продолжению совершенствования в профессии необходимо еще в университете, на этапе профессионализации. Системная внеаудиторная работа по дисциплинам перевода, в задачи которой входит в том числе и стимулирование интереса к переводческой деятельности и формирование навыков и умений, составляет еще один компонент качественной подготовки специалистов в области перевода.

Этому способствует проведение викторины по страноведению, конкурс на лучший перевод художественной прозы и поэзии, как на русский, так и на белорусский язык. Проводится конкурс на лучший общественно-полити-

ческий перевод. Не случайной является и победа студентки 3 курса Дарьи Богатовой в конкурсе переводов, который ежегодно проводит ООН. Университет наградил студентку поездкой в Женеву в мае этого года для получения заслуженного приза.

Активизирована работа по повышению мотивации к изучению устного перевода, при кафедре работает кружок устного перевода, который пользуется большой популярностью у студентов. Проводится конкурс устного перевода, его победители едут в лингвистический университет в г. Нижний Новгород представлять нашу страну на аналогичном конкурсе в России.

Еще один заслуживающий внимание проект, который уже три года проводится на факультете, это ролевые игры по моделированию процесса перевода. Формат игры каждый год меняется. В 2018 году в рамках I Республиканского форума преподавателей перевода и практикующих переводчиков кафедра провела игру-конкурс кейсов, где 5 команд продемонстрировали, как они решили вполне конкретную переводческую задачу, а компетентное жюри, состоящее из представителей рынка перевода, оценило представленные решения.

При кафедре работает нидерландский клуб и научные кружки.

Вовлечение студентов в профессию происходит круглогодично. Работает программа «Приглашенный профессор», в рамках которой практически ежегодно приглашаются зарубежные специалисты в области перевода для проведения занятий и мастер-классов: проф. В. Я. Факов, И. В. Зубанова, Д. М. Бузаджи, Д. В. Псурцев, Елена Кидд (Великобритания) и другие. На факультете работает «Лига волонтеров».

4. Особая роль отводится производственной практике. Студенты на 4 и 5 курсах попадают в реальные условия будущей профессиональной деятельности. Университет удовлетворяет заявки всех организаций, желающих предоставить базу практики. Однако со стороны заказчиков не поступало встречных предложений научить студентов тому, чему они не могут научиться в стенах учебного заведения. В данной сфере могли бы также быть совместные проекты, которые приблизили бы выпускников к требованиям современного рынка: разработка глоссариев терминов или рекомендаций по переводу и редактированию, выработка критериев оценивания переводов, знакомство преподавателей с новейшими информационно-коммуникационными технологиями, используемыми в переводе, организация профориентационых мероприятий.

Подводя итог, отмечу, что сегодня в Беларуси формируется новый ландшафт высшего образования. Не исключено, что уже в следующем году подготовка бакалавров-переводчиков будет осуществляться за 4 года, а не 5 лет. И тогда государственным образовательным стандартом по специальности будет определено 50 % объема учебной нагрузки. Остальные 50 % – это вариативный компонент, который будет определяться только учреждением высшего образования, и именно он будет обеспечивать так называемую профилизацию. Как заверяет директор РИВШ Виктор Гайсенок, универси-

теты смогут оперативно открывать любую профилизацию с учетом, естественно, потребностей рынка, пожеланий конкретного заказчика кадров, своих потенциальных возможностей.

На мой взгляд, парадоксальность сложившейся ситуации заключается в том, что академическая система является достаточно замкнутой и только частично учитывает потребности заказчиков кадров, в интересах которых осуществляется образовательная деятельность. Ведь на выпуске оценивается соответствие сформированных у выпускника компетенций требованиям образовательных стандартов. Насколько они увязаны с сегодняшними требованиями профессионального стандарта вопрос открытый. В Беларуси не проводился мониторинг того, насколько уровень присваиваемых квалификаций отвечает требованиям профессиональных стандартов. Эта практика только начинается. Уже несколько лет во все государственные экзаменационные комиссии обязательно приглашается представитель заказчика, который имеет возможность оценить уровень выпускника, высказать свои рекомендации.

Хочу отметить главное достижение внедрения новых европейских стандартов и рекомендаций для гарантии качества высшего образования в странах – участницах Болонского процесса. Оно заключается в том, что произошло полное переосмысление высшего образования. Государство готово инвестировать подготовку специалистов исключительно в том случае, когда результаты обучения соответствуют потребностям рынка. Поэтому работать над сближением системы образования и рынка труда, что необходимо должно стать еще одной составляющей качества подготовки переводчика.

К. В. Каткова

ПЕРЕВОД ПОБУДИТЕЛЬНЫХ РЕЧЕВЫХ АКТОВ НА НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

В определении Л. Л. Нелюбина перевод представляет собой «процесс межъязыкового преобразования или трансформации устного или письменного текста, предъявленного на одном языке, в текст (устный или письменный) на другом языке». Для обеспечения адекватности воспроизводимого при этом содержания оригинала необходимо правильно интерпретировать это содержание и найти оптимальные средства его выражения в целевом языке.

В аспекте исследуемой темы это означает, что переводчик в первую очередь должен знать весь набор средств выражения побуждения белорусского языка и их системных соответствий в немецком языке. При этом важно помнить, что переводятся не изолированные языковые единицы, а смысл высказывания в целом, т.е. важно учитывать и специфику контекста, что требует системного подхода к изучению содержательных структур языка.

В качестве конституентов императивного поля белорусского языка функционируют повелительное наклонение, безглагольные предложения, перформативные глаголы, изъявительное и сослагательное наклонение, псевдопри-

даточные предложения с союзом *каб* и глаголом в прошедшем времени, неопределенная форма глагола, косвенные речевые акты, модальные предикаты и модальные слова в сочетании с неопределенной формой глагола, а также побудительные междометия. Анализ многочисленных научных трудов по проблематике нашего исследования показал, что немецкий язык обладает более богатым инструментарием в плане выражения побудительности. Помимо средств, встречающихся в белорусском языке, побуждение в немецком языке выражают также причастие II, безличный пассив, презенс конъюнктива и конструкция «*sein* + *zu* + Infinitiv». Данные возможности, однако, часто игнорируются переводчиками: из 916 побудительных речевых актов текстов оригинала лишь один переведен средством, не имеющим эквивалентов в белорусском языке – конструкцией «*sein* + *zu* + Infinitiv»:

– *Захапіць языка з санітарнага поезда! – Aus dem Lazarettzug* ***ist*** *ein Gefangener* ***zu holen****!.*

Выраженный в данном примере приказ можно воспроизвести на немецком языке разными средствами; переводчики выбрали конструкцию «*sein* + *zu* + Infinitiv», использовав вариативную подстановку.

Причастие II, одночленный пассив и презенс конъюнктив не были отмечены в текстах опубликованных переводов. Переводчики находили другие средства выражения побуждения в целевом языке, что может объясняться синонимичностью многих языковых средств.

Анализ параллельных текстов позволяет констатировать, что переводчики либо используют при переводе подстановку, переводя форму оригинала эквивалентом, либо прибегают к аналогу, игнорируя, однако, такие инструменты, как причастие II, одночленный пассив и презенс конъюнктив.

Данные тезисы призваны показать, что несмотря на то, что данные средства не зафиксированы в параллельных текстах, они функционируют в языке и использование их при переводе вполне допустимо и обосновано.

1. **Причастие II** употребляется в коммуникативных ситуациях, требующих от адресанта краткости, и чаще всего отличается высокой категоричностью.

В проанализированных текстах некоторые формы, выражающие побуждение, могут быть переведены причастием II. Так, в следующем примере неопределенная форма глагола переведена императивом, при этом степень категоричности несколько снижается:

– ***Маўчаць****, шчанюк! –* ***Sei ruhig****, Grünschnabel!.*

На наш взгляд, более удачным было бы использование при переводе эквивалента – инфинитива либо аналога, выражающего ту же степень категоричности, что и форма оригинала – причастия II:

– ***Stillschweigen****, Grünschnabel!*;

– ***Stillgeschwiegen****, Grünschnabel!.*

Употребление данного средства грамматически ограничено: побуждение должно выражаться глаголом и должно быть нераспространенным либо иметь минимальное количество сопутствующих слов.

2. **Одночленный пассив** используется, в основном, для выражения категоричного приказа.

В следующем примере побуждение переведено косвенным речевым актом, однако нам видится возможным его перевод безличным пассивом:

– ***Не трэба*** *смяяцца – Es besteht keine Veranlassung, zu lächeln.*

– ***Es wird nicht gelacht.***

Данное средство также имеет ограничения в употреблении: как и в случае с причастием II, побуждение должно выражаться глаголом, причем не указывается ни направление действия (отсутствует прямое дополнение, а следовательно, в данной структуре могут употребляться лишь непереходные глаголы), ни исполнитель действия.

3. Специфична семантика формы **презенс конъюнктив**: он выражает предписание, указание, инструкцию, рекомендацию и т.п., адресованное третьему лицу.

Поэтому отсутствие данной формы в текстах переводов не вызывает удивления: ее специфичность предполагает ее употребление лишь в текстах узкого назначения, но никак не в художественных.

Описанные выше семантические и грамматические особенности данных форм объясняют их непредставленность в проанализированных текстах переводов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в арсенале переводчиков находятся широкий выбор средств выражения побуждения, несколько различающиеся как в системах белорусского и немецкого языков, так и по шкале категоричности, однако некоторые из них являются синонимичными.

С. С. Ключенович

СИНОНИМИЧЕСКАЯ АСИММЕТРИЯ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ТЕКСТА

Явление асимметрии известно лингвистам уже давно, об этом говорится студентам, пожалуй, в рамках любого курса языкознания, когда обращают внимание на двусторонний характер языкового знака и отсутствие соответствия по формуле 1:1 между материальной оболочкой слова и его семантикой. Асимметрия оказывается настолько сквозным принципом организации языка, что ее можно проследить на примере многозначности слова, омонимии, синонимии и других уровнях. И все это в одном языке.

В рамках данного исследования речь пойдет о межъязыковом сопоставлении, точнее о переводе с немецкого языка на русский. В качестве эмпирического материала были привлечены тексты из экономических периодических изданий. Рассмотрим в качестве примера следующий текстовый фрагмент:

Ein Gewinnsprung bei der British-Airways-Mutter IAG machte ***Aktien*** *von Fluggesellschaften bei Anlegern beliebt. IAG verdiente im ersten Quartal deutlich mehr als Analysten erwartet hatten, die* ***Anteilscheine*** *schossen in London um 5,5 Prozent nach oben. Die* ***Titel*** *des Rivalen Air France-KLM zogen um 4,4 Prozent an.*

Die in keinem relevanten Auswahlindex mehr vertretenen ***Papiere*** *von Air Berlin stiegen wegen Übernahmespekulationen um 19,1 Prozent auf 0,698 Euro. Lufthansa-Chef Carsten Spohr tastet sich an den Kauf der Krisen-Airline heran* (http://www.wiwo.de/finanzen/boerse/frankfurter-boerse-us-arbeitsmarktdaten-hieven- dax-auf-neuen-rekord/19762424.html).

В приведенном фрагменте автор в прагматических целях (с целью избежания монотонности изложения фактологического и цифрового материала, а также для того, чтобы удержать внимание читателя) использует целый синонимический ряд, состоящий из четырех членов *Aktien – Anteilscheine – Titel – Papiere*. Доминантой этого ряда вполне логично считать интернационализм *Aktien* ‘акции’, с точки зрения относительной четкости семантики к нему примыкает чисто немецкое *Anteilschein*, семантика которого уточняется именно за счет первого компонента *Anteil* в значении ‘доля, пай’ (в этом плане можно сравнить семантику слов *Schein* и *Anteilschein*).

Интересно также использование в этом ряду полисеманта *Titel*, кстати функционирование слова *Titel* в узкоотраслевом значении ‘ценные бумаги’ подтверждается и другими текстами финансово-экономической, прежде всего биржевой тематики. И наконец, четвертый член рассматриваемого синонимического ряда – это *Papiere*, представляющий собой усечение более однозначной конструкции, каковой является композит *Wertpapiere* ‘ценные бумаги’. Использование более компактной номинации стало возможным благодаря такому выстраиванию структуры текста, когда на первой позиции размещена семантически однозначная доминанта, задающая вектор интерпретации для последующих членов синонимического ряда.

Обращаясь к вопросу перевода исходного текста, в частности немецких синонимов, на русский язык можно констатировать определенную асимметрию в плане терминологической «разработанности» этой тематики в двух языках. Так, русский подъязык биржи может предложить нам всего лишь две терминологические единицы номинации, а именно *акции* и *ценные бумаги*. Конечно, при переводе мы можем использовать подход автора оригинала и использовать скомпактированный вариант *бумаги* вместо *ценные бумаги*, однако это допустимо только после предварения более однозначным в плане интерпретации синонимом и не позволяет создать третий синоним в русском языке.

Одним из решений этой проблемы может стать контекстуально поддерживаемая элиминация одного из синонимов в русском переводе. Проиллюстрируем сказанное на практике:

…die ***Anteilscheine*** *schossen in London um 5,5 Prozent nach oben. Die* ***Titel*** *des Rivalen Air France-KLM zogen um 4,4 Prozent an. – …****акции*** *подскочили в Лондоне на 5,5 процентов, в случае с конкурентом Эйр Франс-КЛМ рост составил 4,4 процента.*

Как видим, опущение синонима во втором предложении не только вполне возможно благодаря контекстуальным смысловым связям, объединению предложений и частеречной трансформации глагольного сказуемого, но и весьма желательно в силу межъязыковой синонимической асимметрии.

С. И. Ковальчук

ОСНОВЫ РЕФЕРИРОВАНИЯ И АННОТИРОВАНИЯ В ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Рост объема информации в последние десятилетия привел к возникновению новой дисциплины – информатики, предметом которой является изучение закономерностей научно-информационной деятельности, структуры и свойств информации. Главная составная часть информационной деятельности – переработка документов, составление обзоров информационных источников и библиографий, индексирование, реферирование, аннотирование, перевод, реферативный перевод и аннотированный перевод.

Проблема реферирования и аннотирования, несмотря на кажущуюся простоту, не имеет однозначного решения. Дискуссионность этого вопроса вызвана тем, что до сих пор нет полной ясности относительно места и роли рефератов и аннотаций в общей системе информационного обеспечения, не очерчена граница между функциями рефератов и аннотаций в подсистемах документального фактографического обслуживания. Наблюдается размытость и расплывчатость терминов, используемых для обозначения вторичных текстов. Неоднозначность терминов приводит к тому, что одни и те же проблемы в библиографии и информатике анализируются порой весьма противоречиво.

Умению реферировать, т.е. сокращенно передавать содержание текста, надо специально обучать. Поэтому оно расценивается как составная часть учебной деятельности студентов в курсе обучения переводу в рамках двуязычной коммуникации и предусмотрено программными требованиями для языковых учреждений высшего образования.

Обучение реферированию, представляющему собой смысловое свертывание или смысловую компрессию текста, предполагает следующие этапы: 1) знакомство с основными понятиями лингвистики текста – грамматики текста, супрасинтаксиса (*suprasyntax*); 2) обучение основам смыслового свертывания текста при помощи операций по работе с целым текстом; 3) выполнение комплекса специальных упражнений, направленных на формирование навыков по работе с отрезками текста.

Переводчики, постоянно работающие с материалом на нескольких языках, обязаны владеть специальными компетенциями (академическими, научными и профессиональными), которые сделают их работу эффективной и востребованной. Во всех странах широко распространена практика опубликования научных, технических и общественно-политических статей в журналах, тематических сборниках, на специализированных сайтах на одном языке с реферативным изложением их основного содержания в начале или конце текста на другом языке. При формировании навыков и развитии умений реферирования и аннотирования специальных текстов в разных отраслях знаний, науки и техники, необходимо изучить теоретические основы реферирования и аннотирования, классификацию видов реферирования и аннотирования и требования к указанному виду деятельности переводчика.

О. В. Курилович

РЕАЛИЗАЦИЯ КОММУНИКАТИВНОГО ПОДХОДА В ОБУЧЕНИИ ПЕРЕВОДУ ВТОРОГО ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА

Коммуникативный подход к изучению иностранного языка появился на Западе в 70-х годах XX века как результат процесса демократизации языкового образования и процесса глобализации. Бизнес и торговля стали требовать от своих сотрудников знаний иностранных языков. Возникла необходимость в переводческой деятельности. Основной переводческой реальностью является ситуация общения (коммуникативная ситуация). Устный переводчик всегда взаимодействует с двумя другими участниками коммуникации: автором исходного текста и получателем, обеспечивая межъязыковое посредничество. Однако профессиональный переводчик опирается не только на речь автора и излагаемые им мысли, но и на его чувства, эмоциональное состояние, невербальные средства. Он также принимает во внимание авторитет автора и его положение в иерархии всех участников коммуникации.

Реализация коммуникативного подхода при обучении переводу второго иностранного языка является важнейшей задачей. Она осуществляется в использовании на занятии различных современных технологий обучения, способных воссоздавать ситуации общения и переводческой деятельности. Под технологией понимается совокупность приемов, позволяющих в определенной их последовательности реализовать задуманное на практике. Так, социальные технологии предполагают активное участие в освоении знаний в команде, групповую работу, овладение социальными нормами поведения и т.п. В обучении переводу второго иностранного языка применяются такие социальные технологии, как проектная; учение в сотрудничестве; кейс-технология; интервью; дебаты; игровые технологии (симуляции); видеотехнологии; интернет-технологии; компьютерные технологии.

На занятиях для реализации вышеупомянутых задач используются также многочисленные мнемотехнические упражнения: на речевую компрессию и синтаксическое развертывание; перевод высказываний в парах и малых группах; «снежный ком»; воспроизведение прецизионной информации из текстов различных уровней сложности; восстановление прослушанных текстов с опорой на ключевые слова; реферативный перевод видеофильмов и аудиозаписей; восстановление отсутствующей информации в текстах для чтения и аудирования; определение тематики текста по заголовку (подзаголовку, фотографии, рисунку, ключевым словам); перефразирование высказываний с использованием синонимических конструкций и т.п.

Коммуникативный подход всегда направлен на обучаемого, его цель состоит в том, чтобы заинтересовать в изучении иностранного языка посредством накопления и расширения знаний и опыта студентов. Коммуникативная способность развивается через вовлечение студентов в решение широкого круга значимых, реалистичных, имеющих смысл, достижимых задач, успешное завершение которых доставляет удовлетворение и повышает их уверенность в себе.

Объектом обучения данного подхода является речевая деятельность в таких ее видах, как слушание, говорение, чтение, письмо, перевод. Коммуникативный подход реализует основные требования к современному учебному процессу: коммуникативное поведение преподавателя на уроке; использование заданий, воссоздающих ситуации общения реальной жизни и предполагающих выполнение учебных действий в рамках таких ситуаций. Это особенно важно при обучении переводу второго иностранного языка, так как, помимо собственно переводческих умений и навыков, происходит параллельное усвоение грамматической формы и ее функции в речи, расширение вокабуляра и фоновых знаний студентов.

Методическим содержанием коммуникативного подхода являются способы организации учебной деятельности, связанные в первую очередь с широким использованием коллективных форм работы, решением проблемных задач, сотрудничеством между преподавателем и учащимися.

Основной формой аудиторной работы при изучении дисциплины «Практический курс перевода (второй иностранный язык)» являются практические занятия, проводимые под непосредственным контролем преподавателя и по его заданию. Объем времени, отведенный на аудиторную работу, находит отражение в учебных программах с распределением по разделам и темам. Такие занятия направлены на тренировку письменного и устного перевода с русского языка на английский и с английского языка на русский; формирование умений перевода с листа; изучение и освоение грамматических и лексических трансформаций; развитие навыков реферативного перевода; расширение словарного запаса студентов.

Аудиторная работа направлена на формирование, углубление и закрепление знаний, развития умений и навыков различных видов перевода. При подготовке к аудиторным занятиям преподаватель подбирает материал исходя из темы занятия и перечня изучаемых вопросов. Традиционными видами заданий по дисциплине «Практический курс перевода (второй иностранный язык)» являются письменный и устный перевод текста, перевод с листа, последовательный перевод, реферативный перевод, выполнение переводческого комментария и заданий, направленных на преодоление лексических и грамматических трудностей и т.п.

В процессе реализации коммуникативного обучения необходимо помнить: какому бы направлению коммуникативной методики вы не следовали, творческий подход – необходимое условие успеха. Не менее важным является и осознание того, что коммуникативная компетенция выпускника учреждения высшего образования означает не только грамотное выполнение переводов, правильное ведение корреспонденции, оформление документации, написание статей, рефератов, докладов, диссертаций, но и успешное овладение навыками устного общения, что обеспечивается достижением высокого уровня межкультурной коммуникативной компетенции.

Е. Л. Мороз

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБУЧЕНИЯ УСТНОМУ ПЕРЕВОДУ

В условиях сокращения сроков подготовки специалистов первостепенным по-прежнему остается качество такой подготовки, а также ее интенсивность и результативность. Современному специалисту в любой области необходимо развивать в себе умение и стремление к постоянному обучению и получению новых знаний. Такие умения могут развиваться в процессе обучения при выполнении студентом самостоятельной работы по изучаемым дисциплинам. Этим фактором определяется ее важность в учебном процессе. Помимо осознания важности, необходим постоянный поиск путей повышения эффективности самостоятельной работы.

При организации самостоятельной работы в рамках преподавания практических дисциплин преподаватели, помимо прочего, зачастую задумываются на следующими вопросами: стоит ли выносить на самостоятельное изучение определенную тему полностью или только ее часть, и должны ли задания, выполняемые студентом самостоятельно, структурно повторять знакомые ему аудиторные или представлять собой что-либо новое и отличное? При ответе на первый вопрос рациональным представляется, с учетом специфики дисциплины, все же выносить на самостоятельное изучение часть темы или ее раздел, поскольку, в отличие от теоретических дисциплин и курсов, самостоятельно полученные навыки находят непосредственное практическое применение. В случае если вся тема будет усвоена с недочетами, придется потратить дополнительное аудиторное или внеаудиторное время на устранение пробелов и недостатков, что скажется на эффективности работы. При ответе на второй поставленный вопрос следует помнить о педагогическом принципе новизны изучаемого материала. Механическое увеличение объема выполняемых знакомых заданий в самостоятельной работе представляется менее эффективным, чем работа над чем-то новым и незнакомым. Это повышает мотивацию студентов к учению и позволяет самостоятельно освоить что-либо ранее не известное, что в конечном итоге и является целью при формировании профессиональных компетенций – развитие умения учиться новому самостоятельно.

Указанные принципы могут быть реализованы при организации самостоятельной работы по дисциплинам устного перевода, в частности, по дисциплине «Теория и практика транскодирования текста» на 4 курсе факультета межкультурных коммуникаций. В рамках темы «Профессиональный тренинг переводчика» на самостоятельное изучение можно вынести раздел «Подготовка к устному переводу». Известно, что при подготовке к устному переводу переводчики составляют для себя глоссарии и списки слов по различным тематикам. Но чтобы такая работа в профессиональной деятельности была организована и проходила эффективно, необходимо ознакомить студен-

тов с основными ее принципами еще в процессе обучения. В качестве материала для работы представляется эффективным выбирать практико-ориентированные темы. Разумеется, в процессе обучения невозможно охватить весь спектр тем, с которыми приходится работать современному переводчику, однако на первый план здесь должен выходить не широкий охват, а принцип работы с материалом. Таким образом, в качестве практического материала отбираются темы, касающиеся общественно-политического устройства и жизни в Республике Беларусь. Такой выбор представляется оправданным еще и с той точки зрения, что студенты, ознакомившись с такими темами, как правовое положение иностранных граждан в Республике Беларусь, страхование и трудоустройство иностранцев в Беларуси, инвестиции, образование, культура, спорт и туризм Беларуси, расширят свои фоновые знания и смогут использовать их в профессиональной деятельности в общении с гостями нашей страны.

Известно, что при подготовке к устному переводу переводчики работают в том числе и с документами по необходимой тематике. Исходя из этого, при организации самостоятельной работы студентам предлагается составить переводческие глоссарии по темам, используя нормативные документы Республики Беларусь, в частности, «Закон Республики Беларусь о правовом положении иностранных граждан», инструктивные письма Министерства образования Республики Беларусь, Постановления Совета Министров Республики Беларусь и т.п., из которых они могут отобрать необходимые термины и выражения, например, *временное пребывание*, *временное проживание*, *профильный класс*, *целевая подготовка специалистов*, *художественные промыслы* и т.п.

Практически работа организуется следующим образом. В начале учебного семестра студенты получают памятку с требованиями к выполнению работы и представлению отчетных материалов. Памятка также включает краткие теоретические сведения об особенностях составления и использования глоссариев, в которой поясняются принципы отбора выражений (например, частотность или тематическая релевантность). В задачи студентов входит составление индивидуальных глоссариев по темам. Рекомендуется также изначально оговорить и установить сроки представления работ, минимальное количество отбираемых лексических единиц и распределить темы равномерно по времени учебного семестра. Глоссарии удобно составлять в формате электронных таблиц, например, в редакторе MS Office Excel, включая в таблицу выражение, его перевод и примечание, которое может содержать пояснения, аббревиатуры, лексическую сочетаемость и т.п. Электронные таблицы впоследствии можно использовать и в письменном переводе, поскольку они легко интегрируются в терминологические базы современных программ памяти перевода. В пакет студенческих отчетных материалов по тематикам можно также включать электронный файл-источник выражений с выделенными отобранными единицами, чтобы продемонстрировать их использование в контексте.

Далее студентам предлагается распределиться на группы «редакторов», которые собирают индивидуальные глоссарии по темам, обрабатывают их и составляют общий групповой глоссарий по определенной теме, включая в него наиболее частотные и релевантные выражения, обсуждая наиболее удачные варианты перевода того или иного выражения, исправляя возможные ошибки. Общий групповой глоссарий оформляется с использованием облачных технологий в виде электронного файла, доступ к которому в любой момент имеет любой студент учебной группы. В итоге к концу учебного семестра у студентов имеется несколько глоссариев по различной тематике. Преподаватель может организовать контроль усвоения отобранной лексики, но в данном случае важнее в течение семестра проводить контроль умений рационального отбора лексических единиц, составления, правки и организации глоссариев.

В итоге при подобной организации самостоятельной работы студенты расширяют свои фоновые знания о Республике Беларусь, знакомятся с нормативными документами, регламентирующими определенные сферы жизни в стране, пополняют свой словарный запас на иностранном языке, составляют глоссарии, которыми могут пользоваться в дальнейшей переводческой деятельности, и развивают навыки работы в команде и профессиональной коммуникации.

О. В. Морозова

ПРОЕКТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЙ ПОДХОД В ОРГАНИЗАЦИИ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ СТУДЕНТОВ

В условиях высокой конкуренции за рейтинговые позиции учреждений высшего образования на внутреннем и международном рынке очевидна необходимость в повышении качества образования, овладении современными компетенциями, устранении разрыва между теоретическими знаниями и практическими навыками.

В беседах с работодателями, которые принимают на работу молодых специалистов, вчерашних выпускников университетов, часто можно услышать о пропасти между знаниями, умениями и навыками, которые выпускники освоили в рамках университетского обучения и теми навыками, которые необходимы для успешной работы на производстве, независимо от сферы деятельности.

Современные требования работодателей к качеству обучения диктуют необходимость использования новых подходов к методам обучения. Помимо навыков и качеств, связанных непосредственно с родом деятельности, от выпускников требуют таких личностных качеств, как восприимчивость, динамичность, стрессоустойчивость, готовность учиться и т.п.

Абсолютное большинство потенциальных работодателей отмечают важность наличия практического опыта как показателя надежности и ответственности будущего работника.

Решение такой непростой задачи требует нестандартных подходов, одним из которых может быть проектно-ориентированный подход в организации переводческой практики студентов.

Еще в 1994 году Роберт Кларк в работе «Computer-Assisted Translation: The State of the Art» писал об ответственности, которая лежит на учреждениях образования и на преподавателях – студенту нужны навыки, которые будут востребованы будущим работодателем. В 1995 году другой исследователь, Дон Кирали, смещает акцент и говорит, что важно ориентироваться не на работодателя, а на профессионала, и развивать те навыки, которые помогают профессионалам добиваться успеха.

Проектно-ориентированный подход успешно справляется с поставленными задачами, так как, являясь «обучением действием», позволяет не только обеспечить современными знаниями, сформировать качественные умения и навыки, но и развить профессиональные качества в условиях, максимально приближенных к реальности.

Проектно-ориентированных подход позволяет интегрировать полученные знания по ряду изучаемых дисциплин, развивать критическое мышление, творческий потенциал, лидерские качества, перенести акцент на интенсивную самостоятельную работу студентов.

Благодаря существованию CAT-технологий в рамках одного проекта могут быть задействованы десятки переводчиков из разных точек земного шара, что требует организации командной работы, навык, который также необходимо развивать у будущих профессионалов.

На начальном этапе проектно-ориентированного командного обучения студентов предлагается идея проекта в той форме, которая востребована на рынке, например, объемный перевод, который необходимо выполнить в установленный срок. Заказчик может быть как внутренний (учреждение высшего образования), так и внешний (сторонний заказчик, заинтересованный в найме на работу лучших специалистов).

Разумеется, проект осуществляется под руководством преподавателей, но в рамках учебной группы необходимо выбрать проект-менеджера, распределить роли исполнителей, редактора и т.п.

В разработках Даремского университета за 2010 год по командному переводу сайта университета (до проекта сайт существовал только на английском языке) кураторы проекта оценивают процесс перевода и управление проектом, но не оценивают результат перевода, то есть качество переведенного фрагмента (около 2 500 слов) не ставится во главу угла. Это происходит, во-первых, потому, что часть студентов переводит сайт на родной язык, в то время как другие студенты работают с изучаемым языком; во-вторых, подход учитывает разницу в мотивации (product-driven vs. grade-driven performance). Отказаться от оценивания может быть вполне оправдан-

ным, поскольку в этом случае студенты фокусируются на решении переводческой задачи, что, в свою очередь, подразумевает применение теоретических и фоновых знаний. В итоге текст перевода проверяется программой оценки качества перевода TQA (translation quality assurance programme), но это происходит уже после окончания проекта.

Важным этапом проектно-ориентированного подхода является рефлексия: студенты пишут подробный отчет, описывают опыт работы с CAT-технологиями, анализируют трудности и пути их преодоления, оценивают качество составленной памяти переводов (TM) и т.п. Поскольку в современном мире перевод подразумевает использование CAT-технологий, необходимо обеспечить студентов возможностью получить опыт работы с современными инструментами, освоить практические навыки работы в команде и т.п. Для становления успешного профессионала немыслимо применение устаревших технологий и инструментов.

Дон Кирали обращает внимание, что при таком проектно-ориентированном обучении студенты самостоятельно анализируют, каких навыков им пока не хватает, что повышает мотивацию в процессе обучения. Совместная работа над проектом мотивирует студентов в поиске оптимальных путей решения поставленных задач, заставляет выйти из зоны комфорта, что способствует личностному и профессиональному росту.

В настоящее время растет популярность использования кейс-технологии, в том числе в преподавании перевода. Разработаны десятки ситуаций, моделирующих переводческую деятельность. Большинство из них основаны на реальном опыте решения переводческих задач, следовательно, у них уже есть решение, что может стать отправной точкой в обучении.

Так, компания Аргос (Argos Multilingual Inc.) делится опытом работы в разных сферах – от программного обеспечения до медицинского оборудования.

Кейс начинается с описания компании-исполнителя, компании-заказчика и задачи, которую заказчик ставит перед исполнителем. Например, ведущий производитель стоматологического оборудования и сопутствующих товаров поручает перевод и допечатную подготовку инструкции по применению и маркетинговой продукции (промоматериалов) опытной переводческой компании, имеющей обширный опыт работы. Далее предлагаются более детальные требования – ISO, особенности законодательства в целевых странах, сроки исполнения и т.п. Работа над проектом начинается с распределения ролей: специалисты узкого профиля и проект-менеджер. Разрабатывается стратегия, распределяются обязанности, просчитываются оптимальные пути решения поставленной задачи.

Следовательно, проектно-ориентированный подход в организации переводческой практики позволяет:

- обеспечить студентов знаниями, умениями и навыками, необходимыми для работы в профессиональной среде;

• познакомить с юридическими и этическими особенностями отношений между заказчиком и переводчиком;

• сформировать умения работы в (многоязычной/поликультурной) команде, выполняя различные роли (переводчик/менеджер проекта/редактор);

• усовершенствовать личностные качества: умение работать в команде, соблюдение установленных сроков, навыки решения конфликтной ситуации и т.п.

• сформировать представление о собственных сильных и слабых сторонах, определиться с программой личностного роста.

Н. П. Науменко

СРЕДСТВА АКТУАЛИЗАЦИИ СУБЪЕКТИВНОСТИ В ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ НА ЛЕКСИЧЕСКОМ УРОВНЕ

Субъективность определяется как выражение представлений человека (мыслящего субъекта) об окружающем мире, его точки зрения, чувства, убеждения и желания. Это способ отображения действительности, выражающий социально обусловленное, положительное или отрицательное, отношение субъекта к объектам действительности.

Благодаря языку субъективность объективируется во всем своем разнообразии.

В лингвистическом понятии трактовка субъективности старается охватить всю практику употребления этого понятия в обществе. Задача такой трактовки – учет разносторонней индивидуальной и социальной речевой деятельности со стороны всевозможных субъектов речи, нередко весьма условных. При этом допускается, что субъект речи способен давать не только субъективные в житейском смысле, но и объективные, в истинностном смысле, оценки. К таким условным субъектам относится, прежде всего, понятие отстраненного, «безличностного» субъекта речи в науке. К условным субъектам относят и коллективное *мы* (типа «мнение редакции», партии, группы и т.д.).

В лингвистике, изучающей природу высказывания и разнообразный спектр устных и письменных текстов, существует не только самое широкое понимание субъективности, но и самое прагматическое (конкретно целевое) ее понимание.

Причастность говорящего к сообщению выражается, в первую очередь, фактом говорения, имеющим определенную цель и направленность. В таком случае любое высказывание – порождение какого-либо субъекта речи и, уже по этой причине, имеет отношение к субъективности. Самое короткое определение субъективности в лингвистике дается как «указание на присутствие говорящего или самый акт речи» .

На лексическом уровне субъективность и объективность выражаются наиболее открыто. Объективность связана с предметной лексикой, субъек-

тивность – с оценочной, стилистически и экспрессивно окрашенной. Но даже стандартно-объективные атрибуты могут стать индивидуальной находкой в речи, если они входят в сопоставление.

В связи с этим уместно напомнить, что числительные, местоимения с количественным значением способны передавать и объективную, и субъективную информацию:

*There are **thousands** in **several** EU countries and campaigners here want Britain to take in **many** of them*;

*Beyond that, what is at stake just now is **much, much more** than the career of two successful politicians*;

*It is **not much** to ask.*

Точно так же и категория состояния фиксирует наличие субъективной оценки:

*This **is curious**, to say the least*;

*If so, he **would be** as **wrong** about this as he **is** about so much else*;

*...the question of whether any Cameron family money **remains tied up** in the fund as "a private matter"*.

Способностью обозначать субъективное отношение как таковое обладают в первую очередь глаголы:

*He **brazened his way through** with a refreshingly frank "and yes, that includes me" speech about politicians and media moguls which, at least at the time, sounded like a commitment to reform*;

*He may **fear** losing the vote next week but he has not lost the argument*;

*An Opinium survey for The Observer found that only 47 per cent of people knew that Mr Corbyn **favours** Remain*.

Признаки объекта иногда вводятся дополнительно, в виде мотивировок:

***Lord Dubs has a powerful personal story to tell because** he came to Britain as a Jewish refugee on the Kindertransport scheme*;

*Acceptance that we are in a war **makes such murderous events both easier and harder** for us to deal with. **Easier, because** no war ends with a single battle, so unconsciously at least we were braced for further such atrocities, as the speed at which the Brussels metro returned to normal service suggested*.

Чисто субъективное отношение передается также аффективными словами при непосредственной коммуникации, где эти слова теряют свой дескриптивный смысл:

*He was defending opinions articulated by a Labour MP who had already said sorry for them: Mr Livingstone's intervention was **unbelievably awful***;

*Her speech to the Conservative Party conference in October, which focused **heavily** on immigration, was taken as a signal that when push came to shove she would be for Out – but it was not to be.*

Решающую роль в передаче субъективности играет при этом как выбор лексики, так и контекст, условия порождения высказывания: ведь наименование (слово) не только указывает на существующее (предмет речи), но и выражает отношение говорящего к этому предмету, а также к собеседнику в данных условиях общения:

Although Armenia never officially recognised the self-declared independence of Nagorno-Karabakh, it has backed it through financial and military means. Russia is, in turn, the ***traditional*** *ally of Christian Armenia*;

But whatever motivations may yet be at work on each side of this conflict, swift international diplomacy is urgently needed to address a ***volatile*** *crisis before it takes on larger proportions, with unpredictable consequences.*

Особого внимания заслуживает тропеизм слов:

Remain campaigners say Brexit is ***a leap in the dark***;

Anyone submitting to the 12-step programme devised by Alcoholics Anonymous knows that the first step on the path to recovery is honesty: only those who admit that they have a problem can ever hope to deal with it. Jeremy Corbyn is practically teetotal, but he still needs to learn this lesson when it comes to Labour's handling of anti-Semitism and other forms of bigotry;

But ***tribal politics*** *are not an* ***insurmountable*** *obstacle. Labour-run Manchester provides the prototype model*.

Что касается метафоры, то она сплошь антропоцентрична, хотя и стереотипна тоже: человек служит в языке и речи предметом мысли и мерой вещей. Отсюда же и распространенность олицетворения (персонификации):

Yet ***report*** *today also* ***speaks volumes*** *about Mr Corbyn's honesty*;

Mr Cameron should ***stick to his guns***;

The too-early ***death*** *of the architect Zaha Hadid* ***will not obliterate the floating curve from the language of architecture***.

Идеи движения, верха и низа, подъема и падения, соперничества, разнообразной деятельности разлиты в лексической семантике, определяют общий характер ассоциаций и тропеизм слов в языке. Безусловно, и стереотипность существует в разной степени:

Solutions need to be co-ordinated and are likely ***to move at the pace of the slowest ship in the international convoy***;

In West Yorkshire alone, ***violent crime jumped*** *77 per cent year-on-year*;

Mr Livingstone's personal ***journey down the rabbit hole*** *is extraordinary*.

Таким образом, субъективность рассматривается как основной стилеобразующий фактор публицистических текстов, где она проявляется в отборе специальных экспрессивных средств, отражающих мнение автора по тому или иному вопросу.

В. В. Пищиков

О СИСТЕМЕ ОЦЕНКИ УЧЕБНЫХ ПИСЬМЕННЫХ ПЕРЕВОДОВ

Проблема оценки письменных переводов вообще и учебных в частности освещена довольно подробно в специальной литературе. Реализация содержащихся в ней положений в учебном процессе происходит в разных учебных заведениях и их подразделениях по-разному. Приводимый ниже

вариант системы оценки учебных письменных переводов представляет собой попытку усовершенствования системы, использовавшейся на кафедре теории и практики перевода № 2 МГЛУ ранее.

Суммируя теоретическую и эмпирическую информацию по данной теме, можно выделить ряд базовых положений, которые целесообразно учитывать при разработке, совершенствовании и применении систем оценки учебных письменных переводов.

- Формализация оценки перевода позволяет уменьшить долю субъективизма, повысить воспроизводимость результатов оценки и прозрачность процесса оценивания для обучаемых. Тем не менее формализация не должна абсолютизироваться. Оценка учебного перевода не равняется оценке профессионального, но могла бы на старших курсах приближаться к ней. Кроме того, следует учитывать педагогическое измерение выставляемой оценки.
- Проверяющий должен быть компетентен в практическом переводе и теоретических положениях, связанных с сущностью и качеством перевода и других видов языкового посредничества. Это подразумевает также осознание не только ограниченности, но и свободы переводящего в зависимости от цели перевода. Проверяющий должен избегать вкусовой правки и признавать возможность существования нескольких адекватных вариантов. Целесообразно отмечать только явные ошибки, которые можно аргументированно объяснить. В случае сомнений относительно наличия или отсутствия ошибки считать, что ошибки нет или выбирать меньший весовой показатель.
- Основу системы оценки составляет градация типов ошибок в зависимости от их воздействия на результат перевода и учет их количества.
- Максимально допустимое количество ошибок – относительная величина, которая в условиях учебного заведения должна определяться с учетом уровня обучаемых и целей обучения, а также на основании консенсуса среди проверяющих.
- Система должна быть представлена в удобной для использования форме, не быть громоздкой и не требовать много времени для освоения и применения. Кроме того, она должна как можно более детально описывать сущность ошибки для минимизации расхождений при трактовке.

Предлагаемая система учитывает положительные стороны предыдущей системы оценок кафедры теории практики перевода № 2 МГЛУ (Минск, Республика Беларусь) и системы оценок кафедры английского языка № 1 МГИМО (Российская Федерация).

Шкала применяется к определенному объему текста, который отличается для разных уровней владения языком и курсов. Например, для предмета «Письменный перевод 1» (3 курс) – 1 300–1 400 знаков за пару (90 минут), для предмета «Практический курс перевода 2» (4 курс) – 1 100–1 200 знаков за пару.

Базовой единицей проверки текста считается предложение. Сумма штрафных баллов в предложении не должна превышать 1, т. е. штрафного балла искажения		
Искажение – искажение денотативного содержания предложения: отсутствие смысла; другой смысл; замена или опущение существенной информации, добавление неверной или противоречащей информации. Все ошибки в предложении, содержащем искажение, поглощаются штрафным баллом –1		–1
	То же – искажение части предложения (части сложносочиненного или сложноподчиненного предложения). Ошибки в части предложения, содержащей искажение, поглощаются штрафным баллом –0,5	–0,5
Неточность – немотивированные замена, опущение или добавление несущественной информации, не приводящие к существенному изменению смысла; не совсем точное толкование текста, не ведущее к его искажению (более серьезная – менее серьезная)		–0,3/–0,2
Лексическая (терминологическая) ошибка – ошибка в определении и передаче актуального денотативного значения слова, нераспознание и/или неадекватная передача термина (более серьезная – менее серьезная)		–0,3/–0,2
Грамматическая ошибка – ошибка в передаче значения грамматической формы, не приводящая к существенному изменению исходного смысла (более серьезная – менее серьезная)		–0,3/–0,2
Стилистическая ошибка – ошибка в передаче коннотаций, функционально-стилистических и жанровых особенностей текста, нарушение узуса.		–0,2
Нарушение норм орфографии и пунктуации		–0,1
Пропуски	немотивированный пропуск целого предложения = искажение; немотивированный пропуск части предложения = искажение части; немотивированный пропуск словосочетания; немотивированный пропуск слова (не несущего особой смысловой нагрузки)	–1 –0,5 –0,3 –0,2
Среди орфографических ошибок различаются повторяющиеся и однотипные. Если ошибка повторяется в одном и том же слове или в корне однокоренных слов, то она считается за одну. Однотипные ошибки в орфографии – ошибки на одно правило. Первые три однотипные ошибки считаются за одну, последующие – за самостоятельные ошибки. В пунктуации повторяющиеся и однотипные ошибки не выделяются, т.е. считаются самостоятельными ошибками.		
При незаконченном переводе оценка снижается: не переведено не более 10 % текста – на одни балл; не переведено не более 20 % текста – на два балла; не переведено не более 30 % текста – выставляется оценка «неудовлетворительно».		

При проверке весовые коэффициенты ошибок записываются на полях работы, суммируются и соотносятся со шкалой оценок.

Оценка	Смысловые ошибки	Прочие ошибки
10	0	0–0,5
9	0	0,6–1,0
8	1	1,1–1,9
7	2	2,0–3,0
6	3	3,1–3,7
5	4	3,8–4,4
4	4	4,5–5,0

А. Н. Подоляка

СЕМАНТИЧЕСКИЕ И ПРАГМАТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПЕРЕВОДА НОМЕНКЛАТУРЫ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ

Спецификой наименований лекарственных средств является то, что они целенаправленно создаются профессионалами из уже существующих в языке элементов, вербализующих определенные мотивировочные признаки – ядерные (*Состав* и *Действие*) и модифицирующие (*Темпоральность*, *Происхождение*, *Лекарственная форма*, *Количественные характеристики*, *Дозировка*, *Целевая аудитория*, *Эффект*, *Способ введения* и *Фирма/Страна-производитель*). По этой причине логично предположить, что номинация, сопряженная с выбором мотивировочных признаков, их комбинированием и расположением в линейной структуре наименования, является прагматически обусловленной.

Прагматически детерминированным является и иной аспект, связанный не столько непосредственно с номинацией, сколько с дальнейшим функционированием наименования. Им является перевод. В целом в переводоведении уже достаточно хорошо изучена проблема передачи на иностранный язык имен собственных и найдены оптимальные способы их перевода. Так, согласно общей теории перевода, к номенклатурным названиям применимыми оказываются два способа перевода – транскрипция, т.е. воспроизведение на переводимый язык звучания иностранного слова, и словарное соответствие, т.е. перевод с помощью существующего эквивалента. Неясным, однако, остается критерий выбора одного из указанных способов. С целью установления закономерностей, определяющих способ перевода номенов, нами были сопоставлены оригинальные наименования лекарственных средств и их переводы на русский язык.

Результаты сопоставления позволили выявить следующие тенденции перевода слов, передающих различные мотивировочные признаки.

Перевод элементов, вербализирующих мотивировочные признаки *Состав* и *Действие*, оказался зависимым от формы наименования. Так, если

в составе однословного имени они передаются посредством транскрипции (*Alumag/Алюмаг*, *Herpolips/Герполипс*, *Asthafen/Астафен*), то, при самостоятельном употреблении, переводятся словарным соответствием (*Caffeine-benzonatesodium/кофеин-бензонат натрия, Glutamicacid/глютаминовая кислота*, *Fervex sore throat/Фервекс от боли в горле*).

Аналогичная закономерность наблюдается и при переводе слов, мотивированных признаками *Целевая аудитория: Gynezol/Гинезол* (*gyn-* от греч. *gynaika* ‘женщина’), *Femara/Фемара* (*fem-* от лат. *femina* ‘женщина’), но *Nurofen for Children/Нурофен для детей*, *Spasdolsin for Children/Спаздоль-зин для детей*, *Broncho-Vaxom Adults/Бронхо-Ваксом взрослый*) и *Способ введения: Ketaject/Кетаджект* (от лат. *injectio* ‘впрыскивание’), *но Realdironum siccum pro injectionibus/Realdiron for Injection Dry/Реальдирон для инъекций сухой*.

При переводе же слов, вербализующих признаки *Эффект* и *Фирма/Страна-производитель*, как правило, применяется транскрипция – *Эффект*: *Vasocardin retard*/*Вазокардин ретард* (от лат. *retardo* ‘замедлять, удерживать’ – указание на тип лекарства с замедленным высвобождением, т.е. обладающий пролонгированным действием), *Depo-Medrol*/*Депо-Медрол* (от фр. *depot* ‘хранилище, склад’ – указание на пролонгированное действие вещества), *Tidometforte/Тидомет форте* (от лат. *fortis* ‘крепкий, сильный’)*; Производитель*: *Furosemide-Ros/Фуросемид-Рос*, *Furosemide-Teva/Фуросемид-Тева*).

Перевод слов, передающих признак *Лекарственная форма*, осуществляется исключительно посредством словарного соответствия, независимо от того, вербализуется ли он в составе сложного слова или самостоятельно как отдельное слово-часть наименования (*Aldospray/Альдоспрей*, *IsoMack Spray/Изо Мак Спрей, Corneregel/Корнерегель*, *Elocom Lotion/Элоком лосьон*, *Retinoic Ointment/Ретиноевая мазь*).

Как представляется, выявленные способы перевода обладают неодинаковой степенью мотивированности при восприятии субъектом: если при переводе с помощью транскрипции заложенные при номинации знания оказываются доступными только для людей, владеющих соответствующим иностранным языком, то второй способ перевода передает информацию более открыто.

Чем в таком случае продиктованы завуалированная подача знаний об эффекте и фирме/стране-производителе, с одной стороны, и раскрытие признаков *Состав*, *Действие, Целевая аудитория* и *Лекарственная форма*, с другой стороны? Предположительно, подобная специфика перевода во многом обусловлена прагматически. Русскоговорящему человеку оказываются доступными важные потребительские характеристики препаратов, а знания, имеющие второстепенное значение (*Фирма/Страна-производитель*) либо существенную профессиональную привязку (*Эффект*), представлены более скрыто.

Полученные результаты позволяют заключить, что именно типы вербализуемых в форме наименования знаний определяют способ перевода номенклатуры лекарственных средств.

О. В. Ракитская

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА НЕОЛОГИЗМОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Проблеме перевода неологизмов уделяется большое внимание в практике переводческой работы. **Неологизмы** – это новые слова, появляющиеся в языке в результате развития науки, техники, культуры и других сторон социальной жизни общества, для обозначения новых вещей и понятий. Слово остается неологизмом, пока говорящие ощущают в нем новизну. После того как слово входит в широкое употребление, оно перестает быть неологизмом. Большое количество неологизмов появляется в научно-техническом языке, а в последнее время одним из основных источников неологизмов является Интернет.

В настоящее время наука и техника развиваются настолько стремительно, что ни один словарь не успевает фиксировать новые слова и термины, появляющиеся в различных областях знаний. И в этом заключается основная проблема правильного понимания и перевода неологизмов. В связи с этим, встретив в тексте неологизм, отсутствующий в словаре, переводчик обязан самостоятельно определить его значение. Для этого он должен проанализировать структуру неологизма, выяснить способ его образования, внимательно изучить контекст, в котором встретилось слово, найти примеры употребления данного слова в Интернете или других источниках.

При образовании английских неологизмов чаще всего используются такие способы, как аффиксация, словосложение, словослияние, сокращение, аббревиация, конверсия, семантическая деривация, заимствования.

1. *Аффиксация* (префиксация и суффиксация) – один из самых продуктивных способов образования неологизмов в английском языке:

*ginger**ism*** – предвзятое отношение к рыжеволосым людям;

*choco**holic*** – «шокоголик», человек, который очень любит шоколад;

*googl**able*** – то, что можно найти в поисковых системах;

*to **mis**text* – отправить сообщение по ошибке другому человеку;

***cyber**fraud* – мошенничество в Интернете;

*to **de**conflict* – предотвратить конфликт.

2. *Словосложение* (сложение двух или более корней/основ) и *словослияние* (сложение слогов, морфем или осколков морфем нескольких слов) также играют значительную роль в образовании неологизмов:

wasband (***was*** + *hus**band***) – бывший муж;

diworsify (***di**vers**ify*** + ***worse***) – «диворсифицировать», сделать что-то хуже путем диверсификации;

carbicide (***carb**ohydrates* + *su**icide***) – карбицид, поедание слишком большого количества углеводов, что вредно для здоровья.

3. *Конверсия* – переход слова из одной части речи в другую. Самыми популярными способами являются конверсия имен существительных в глаголы и конверсия глаголов в имена существительные и прилагательные:

to amazon – совершать покупки на сайте Amazon.com;

to version – создавать новую версию чего-либо;

walk-on-by – «проходящий мимо», безразличный к чужим проблемам и трудностям.

4. *Семантическая деривация* – переосмысление уже существующих в языке слов и придание им новых значений:

takeaway – вывод, заключение;

footprint – влияние, воздействие (например, *ecological footprint* – воздействие человека на окружающую среду);

mint (informal) – классный, крутой

5. *Заимствования* из других языков:

glasnost (рус. 'гласность');

karoshi (япон.) – смерть, наступившая от переутомления или излишнего нервного напряжения, связанного с работой;

chuddies (хинди) – нижнее белье.

6. *Сокращения*, которые в основном представлены аббревиатурами и акронимами:

LAT (living apart together) – живущие вместе-раздельно, ситуация, когда гражданские супруги живут в разных домах;

HEN (a happy empty nester) – мать, которая наслаждается свободой после того, как дети уезжают из дома;

FOGO (fear of going out) – страх выходить на улицу;

LDR (long distance relationship) – отношения на расстоянии.

Неологизмы относятся к безэквивалентной лексике, поэтому перед переводчиком стоит непростая задача поиска такого варианта его перевода, который бы характеризовался краткостью, однозначностью толкования и был понятен получателю перевода. Для этого могут быть использованы следующие приемы:

1) *транскрипция* и *транслитерация* (например, *Bitcoin* 'биткойн', *vaper* 'вейпер', *multicopter* 'мультикоптер');

2) *калькирование* (например, *air nanny* 'воздушная няня', *clean sleeping* 'чистый сон', *cybersoldier* 'киберсолдат').

Переводчики нередко прибегают к **комбинированным способам**, когда при переводе неологизма наряду с калькированием применяется транскрибирование или транслитерация: *web-page* – веб-страница;

3) *описательный перевод* (например, *ego-surfing* 'поиск в Интернете упоминаний собственного имени или ссылок на свой сайт', *flightseeing* 'осматривание достопримечательностей с самолета', *napercise* 'серия занятий, предполагающих кратковременный сон для снятия напряжения');

4) *прямое включение* (т.е. использование оригинального написания английского слова в русском тексте).

Следует отметить, что один и тот же неологизм может быть переведен несколькими способами, при этом важно, чтобы перевод был адекватным.

Г. С. Романов

К ВОПРОСУ ОБ ИНТЕГРАЦИИ ПРОГРАММ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ УСТНОМУ ПЕРЕВОДУ

Основной проблемой, с которой приходится сталкиваться при подготовке профессионально компетентных билингвов, т.е. собственно переводчиков, является переход от обучения иностранному языку к приобщению к основным стратегиям и тактикам, используемым в процессе перевода. В связи с этим встает вопрос о факторах, которые способствуют или, наоборот, препятствуют использованию языковых навыков и умений при переводе, а также в определении категорий студентов, которые лучше других смогут справиться с переходом от декодированию системы языковых знаков к решению конкретных переводческих проблем.

Профессиональные переводчики, как и преподаватели перевода, сходятся во мнении, что владение иностранным языком является обязательным условием успешной переводческой деятельности. При этом, однако, можно говорить о существовании глубокой пропасти между зачастую довольно идеалистическим представлением о языковых компетенциях обучаемого и его успехах в освоении основных навыков профессиональной переводческой деятельности. Парадоксально, но причиной затруднений многих начинающих устных переводчиков является недостаточное владение различными функционально-стилистическими регистрами родного языка и даже литературными нормами лексико-семантической сочетаемости в нем глагольно-именных групп.

С другой стороны, студенты психологически испытывают намного меньше трудностей при переводе на иностранный язык, поскольку в этом случае они не сталкиваются со сложнейшей для любого переводчика проблемой – проблемой выбора в сфере переводящего языка, где этот выбор оказывается, как правило, довольно ограниченным по сравнением с имеющимися у обучаемого языковыми ресурсами.

В связи с этим особую важность приобретает оказание морально-психологической поддержки студентам, обладающим довольно хорошим уровнем владения иностранным языком, но испытывающим при этом значительные трудности при переводе но родной язык. Поэтому при обучении иностранному языку будущих устных переводчиков особое внимание следует уделять как терминологическим, так и коннотативно-оценочным особенностям изучаемого языке в плане контрастивного анализа с родным языком.

Учитывая различную сферу будущей профессиональной деятельности устных переводчиков, необходимо также обеспечить их тематически ориентированное обучение иностранному языку (экономика и финансы, право, наука и техника, медицина и т.д.).

Важным элементом подготовки будущих устных переводчиков является также развитие у них так называемых навыков вероятностного прогнози-

рования (основанного на анализе функционально-прагматических особенностях подлежащего переводу текста) и упреждающего анализа его дальнейшей языковой реализации.

В сфере подготовительных языковых упражнений для устного синхронного перевода традиционно используются следующие виды:

- выделение опорных смысловых элементов сообщения как на родном языке, так и иностранном;
- свертывание сообщений на двух языках до минимальных именных групп в виде заголовков;
- внутриязыковое перифразирование сообщений как на родном, так и иностранном языке;
- перевод различных видов так называемой прецизионной лексики (имена собственные, географические названия, названия международных и наиболее известных общественных организаций);
- повтор предложений с восстановлением по смыслу пропущенных в них устойчивых и идиоматических выражений.
- произнесение импровизированных выступлений официально-торжественного стиля на определенную тему.

К числу важнейших критериев отбора кандидатов в группы синхронного перевода относится, естественно, и навык аудирования иноязычной речи независимо от его стиля и темпа. Определяющим при этом является способность студента самостоятельно выбрать адекватную стратегию перевода конкретного фрагмента текста с опорой на собственные фоновые знания.

В. М. Сердюкова

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПРОГРАММ ПАМЯТИ ПЕРЕВОДА (CAT-TOOLS)

Из-за ценового давления переводческий бизнес сегодня уже не может долго оставаться прибыльным и конкурентоспособным без автоматизации. Сегодня почти все профессиональные переводчики и бюро работают с программами памяти перевода (CAT-tools).

CAT-tools предлагают удобную рабочую среду:

- интерфейс в виде двуязычной таблицы;
- возможность объединять сегменты текста, осуществлять поиск ключевых терминов;
- сохранение программой форматирования исходного текста;
- наличие памяти переводов (базы данных с переведенными фрагментами);
- работа с глоссариями;
- возможность осуществлять групповые проекты;
- подсчет статистики, касающейся объема переведенного текста, оплаты, сроков сдачи проекта, процента совпадений в базе данных и т.п.;
- автоматический поиск ошибок.

Недавно сайт, посвященный развитию отрасли перевода (translationrating.ru), провел опрос среди 28 крупных российских бюро переводов, чтобы определить, какие CAT-tools у них пользуются наибольшей популярностью. В 2017 году пятерка лидеров на российском рынке выглядела следующим образом.

1. Программы SDL.
2. Memsource.
3. SmartCAT.
4. MemoQ.
5. STAR Transit.

Как и в других странах, в России самая популярная программа памяти переводов – это SDL Trados. Большинство переводческих компаний использует старые версии Trados 2011–2014 годов, так как, по всей видимости, они полностью удовлетворяют их текущие нужды. Новые версии Trados выходят раз в полтора года. Многие компании переходят на новые версии Trados с задержкой в 3 года.

В отличие от других стран, среди российских бюро переводов очень высока популярность облачных инструментов, таких как Memsource и SmartCAT. С другой стороны, гораздо меньше используется memoQ, а такие зрелые и успешные инструменты, как XTM, MateCAT и Wordbee вообще не входят в первую десятку.

Trados, будучи первой программой среди CAT-tools, считается отраслевым стандартом. По своим преимуществам она сопоставима с memoQ, так как обе программы имеет мощную функциональность. Trados имеет дополнительные инструменты, которые позволяют переводить интерфейсы программ, что делает ее привлекательной для тех, кто занимается локализацией ПО. К недостаткам можно отнести сложность в освоении. Прочтение инструкции не дает полного представления о том, как работают настройки и программа в целом. По этой причине иногда требуется дополнительное обучение.

Memsource – облачная программа, аналогичная по своим функциям SmartCAT. Инструкция пользователя не сложна для восприятия. Программа имеет отдельный редактор, который загружают на жесткий диск. Файлы в компьютере синхронизируются с файлами на облаке. В отличие от Trados, программа запускается и работает быстро даже на слабых компьютерах и при низкой скорости интернет-соединения. Пользователи также отмечают удобство работы с памятью и словарями. Программа имеет хорошую встроенную систему машинного перевода, которой новичкам, однако, пользоваться не рекомендуется.

К недостаткам Memsource можно отнести ограничения в бесплатной версии – позволяет загружать два файла по 50 Мб и не более двух в одном проекте. После перехода на платную версию к бесплатной версии вернуться нельзя. Еще одним недочетом программы является неудобный подсчет статистики – отсутствие учета знаков с пробелами. По функциональности Memsource уступает Trados и MemoQ, поэтому подходит для небольших проектов.

SmartCAT была изначально разработана в 2012–2015 годах как внутренний инструмент автоматизированного перевода ABBYY Language Solutions, поставщика лингвистических услуг внутри группы компаний ABBYY. В 2016 году SmartCAT вышла из ABBYY LS, став независимой компанией.

Программа SmartCAT полностью бесплатная, за исключением некоторых дополнительных услуг. Операционная система, которой пользуется переводчик, для данного инструмента не важна. Она позволяет работать над проектом неограниченному количеству переводчиков, а также выполнять переводы, предоставляемые в пакетах Trados Studio. Программа также обеспечивает удобное управление проектами, так как позволяет решать оперативные вопросы в чате. SmartCAT поддерживает разнообразные входные форматы, работу с памятью переводов, глоссариями, разделение по проектам.

SmartCAT – облачная программа, что является одновременно и преимуществом, и недостатком. При необходимости выполнить срочную работу и подключении множества ресурсов и людей возможны сбои и снижение скорости. Из-за расширения функциональности системы усложняется ее интерфейс. Программа не позволяет открывать сразу несколько файлов и реализовывать в них массовые замены. Бытует мнение, что данная программа предназначена для начинающих переводчиков и несложных групповых проектов.

MemoQ – платный пакет программ автоматизированного перевода, разработанный венгерской компанией «Kilgray Translation Technologies». В отличие от других стран, на российском рынке memoQ занимает небольшую долю. Компания Kilgray пыталась открыть представительство в России в 2012 году, но после неудачного опыта с наймом директора отказалась от планов выйти на российский рынок, сосредоточив вместо этого свои усилия на Японии, где потенциал для их бизнеса в несколько раз больше.

MemoQ – мощная программа профессионального уровня, поддерживающая файлы разных форматов. Имеет гибкую рабочую среду, удобный и понятный интерфейс. В силу обширной функциональности программы требуется тщательное изучение большого количества настроек и тонкостей их работы. Система работает автономно – все файлы и ресурсы находятся на компьютере, что позволяет работать без интернет-соединения. Но если работа ведется на разных компьютерах, тогда файлы нужно сохранять и пересылать в облачную папку. Система хорошо справляется со сложными проектами и множеством файлов. Критические ошибки встречаются редко. MemoQ позволяет переводчику вести учет редактирования своего перевода, вносить правки вручную, а также работать на маленьком мониторе путем настройки окошек и шрифтов.

К недостаткам этой программы переводчики относят наличие множества лишних функций, которые не всегда используются, но учитываются в цене. Бесплатная ознакомительная версия действует всего 1,5 месяца. Также определенные неудобства вызывает экспорт глоссария, не позволяющий выгружать и просматривать глоссарий в таблице.

Таким образом, краткий сравнительный анализ современных CAT-tools позволяет сделать следующие выводы.

1. *Устанавливаемые* (*desktop*) *решения* SDL Trados и Kilgray memoQ подходят для стабильной группы переводчиков, которая работает с регулярной нагрузкой в течение нескольких лет, может обрабатывать конфиденциальную информацию, редко отдает материалы субподрядчикам.

2. *Облачные решения* Memsource и SmartCAT больше подходят для быстро расширяющихся команд, неравномерной нагрузки, работы с большой базой фрилансеров и субподрядчиков.

О. Н. Синельникова

ОСОБЕННОСТИ СТИЛИСТИЧЕСКИХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ГАЗЕТНО-ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Газетно-публицистический стиль характеризуют две функции: информационная и воздействующая. Главное качество газетно-публицистического стиля – сочетание в нем стандарта и экспрессии.

Все стилистические трансформации при переводе с английского языка на русский основываются на национальных особенностях обоих языков. Стилистика каждого языка имеет свои собственные приемы и неповторимый, ярко выраженный характер.

Общая стилистическая картина английской и американской печати довольно своеобразна. Наиболее существенными являются следующие характерные черты англоязычной печати: разговорно-фамильярный характер ряда материалов, «приукрашивание» стиля употреблением жаргонизмов, перифраз и т.п., использование официальных титулов и обращений, особый характер газетных заголовков, трансформации при переводе которых можно рассматривать как отдельный вид стилистических преобразований, особый способ выделения абзацев, лексические особенности газетно-информационных материалов, использование терминов.

Язык газетных статей часто эмоционально насыщен, что приближает его к языку художественной литературы. Мы встречаем в нем образные сравнения, метафоры, идиомы, элементы юмора, сарказма, иронии и т.п. Однако передача стилистических приемов при выполнении перевода газетно-публицистических текстов имеет не такое большое значение, как передача этих же приемов в процессе выполнения художественного перевода. Сохранение стилистики оригинала художественного текста чрезвычайно важно и необходимо, поскольку именно этот аспект произведения в большей степени помогает читателю осознать и прочувствовать авторский стиль. В то время как перевод газетно-публицистических текстов не требует от переводчика сохранения конкретных стилистических приемов оригинальной статьи, поскольку главной задачей является передача содержания текста.

Ввиду особенностей русского словоупотребления, сочетаемости слов и т.п. при передаче стилистики текста оригинала в переводе, в первую очередь, необходимо обращать внимание на функцию того или иного приема, а также на эффект, который он производит, и, исходя из этого, принимать решение, каким образом это отразить в переводящем языке. Главной задачей

переводчика будет не сохранение всех присутствующих стилистических приемов в тексте оригинала, а преобразование стиля текста с целью воссоздания в переводе того же эффекта (вызова у читателя той же реакции), что и оригинал. Зачастую переводчику приходится достигать этой цели, прибегая к совершенно не тем языковым средствам, которые были использованы в оригинальном тексте.

В газетно-публицистическом стиле нередко используются метафоры. Перевод метафор чаще всего осуществляется на основе подбора контекстуального варианта, а в ряде случаев переводчику необходимо использовать калькирования для сохранения в тексте перевода оригинальности образной структуры исходного текста.

Довольно часто в газетно-публицистических текстах можно встретить приема метонимии, которая в газетной речи обеспечивает лаконизм изложения и делает речь более выразительной. Как правило, при переводе на русский язык подобные метонимические обороты заменяются прямыми наименованиями: *the Downunder – Австралия*, *the Emerald Island – Ирландия* и т.п.

Еще одной особенностью английского газетно-публицистического стиля является использование образных слов и выражений. Переводчик сталкивается с большими проблемами, когда ему приходится переводить образные фразеологические единицы, придающие каждому языку эмоциональный колорит, позволяющие сделать речь экспрессивной, яркой и образной. В текстах газетно-публицистического стиля фразеологические обороты передаются разными способами с полным или частичным сохранением образности, фразеологическим или нефразеологическим способом: *Company's $105 billion 'Fat Finger' mistake – Компания случайно раздала акции на 105 миллиардов долларов*; *The United Kingdom is putting national security at risk by "turning a blind eye" to Russian "dirty money – Соединенное Королевство рискует национальной безопасностью, закрывая глаза на «грязные деньги» России.*

Зачастую в англоязычной прессе встречаются оценочные эпитеты. Но русскоязычная пресса более стеснена при выборе степени оценки и экспрессивности, переводчик вынужден прибегать к приемам нейтрализации либо компенсации: *Governments worldwide are pouring cash into Artificial Intelligence – Мировые государства беспрерывно вкладывают деньги в развитие искусственного интеллекта.*

Среди стилистических приемов, используемых также и в газетном стиле, довольно часто встречаются пары – как синонимические, так и аллитерированные. При переводе синонимических пар в текстах публицистического стиля тоже нередко приходится ограничиваться одним словом: *This Administration has taken these steps even as duty compelled us to fulfil and execute alliances and treaty obligations throughout the world – Правительство предприняло эти шаги, поскольку долг предписывает нам выполнять наши союзнические обязательства, принятые нами по всем заключенным договорам*.

Что касается передачи в переводе сравнения как стилистического приема, то трудности возникают только в том случае, если слова английского и русского языков различны по своей семантической структуре.

В газетных статьях, а особенно в газетных заголовках, широко используются жаргонизмы и другие лексические элементы разговорного стиля: *Someone finally beat Trump at his handshake game – Трамп был «побежден».* Даже если в самой статье какая-либо ситуация описывается в более сдержанном стиле, заголовок часто носит более разговорный характер. Очень часто в заголовках стилистически центральные глаголы заменяются более динамичными, эмоционально окрашенными. Так, например, чрезвычайно характерно употребление такого глагола как *urge* вместо более нейтральных *call*, *call upon*, *demand*, что будет требовать соответствующего перевода на русский язык. Очень часто в заголовках для придания им большей силы воздействия на читателя употребляются аллюзии или образные выражения. Обычно такие заголовки бывают трудны для понимания, если недостаточно хорошо знать литературу, политическую жизнь и быт США и Англии, следовательно, переводчику необходимо постоянно обогащать свои фоновые знания и знания о культуре и быте иностранных государств.

Таким образом, все переводческие решения при переводе газетно-публицистического текста принимаются, в первую очередь, с учетом главной функции оригинального текста – а именно, информационной, а затем уже воздействующей. И переводчику важно помнить, что несмотря на то, что воздействующая функция переходит на второй план, она имеет немаловажное значение. Потому главной задачей переводчика будет не сохранение всех присутствующих стилистических приемов в тексте оригинала, а преобразование стиля текста определенным образом, дабы воссоздать в тексте перевода тот же эффект воздействия на читателя.

Е. В. Стефанова

«ЛЕГЕНДА О КОНСТАНТИНЕ И ДОРУНТИНЕ»: БАЛЛАДА, ПЕСНЯ, СКАЗКА

«Легенда о Константине и Дорунтине» (алб. “Kostandini dhe Doruntina”, англ. “The Legend of Constantin and Dhoqina (Doruntina)”, итал. “Legenda di Costantino e Doruntina”) представлена в фольклоре Южной Италии, Черногории, Албании, Македонии и Греции в разных жанрах – балладе, романе, сказке, песне. Канадский ученый-албанист Роберт Элси (Robert Elsie) перевел балладу на английский язык. В ее основу положена песня, исполняемая на северо-западе Греции в деревне Маргарити (алб. *Margëlliç*/*Margëllëç*, англ. *Margariti*, итал. *Margariti*), входящей в состав дима (муниципалитета) Игуменица. Писатель Исмаил Кадаре (*Ismail Kadare*) адаптировал легенду в своем романе «Кто вернул Дорунтину?» (алб. “Kush e solli Doruntinën?”, англ. “Who brought Doruntine back?”, итал. “Chi ha riportato Doruntina?”). Митруш Кутели (Mitrush Kuteli) представил легенду в форме сказки «Клятва Константина» (алб. “Besa e Konstandinit”, англ. “Constantin’s Besa”, итал. “Giuramento (Besa) di Costantino”) в сборнике «Старые албанские сказки» (алб. “Tregime të moçme shqiptare”, англ. “Old Albanian tales”, итал. “Vecchie fiabe albanesi”).

По мнению ученого Энрико Цеко (Enriko Ceko), легенда датируется примерно IX–IV вв. до н.э., хотя существует мнение о том, что легенда появилась позже, в V–VI вв. н.э. Южная версия легенды начинается словами «Давным-давно», а северная – «Мне сказали, что это случилось давно».

Энрико Цеко объясняет происхождение имен главных героев следующим образом: *Константин* переводится со староалбанского (*co-un-s't'a-ndi-in*) как 'кто услышит – не поверит' (*kush t'a ndijë*); в составе имени *Дорунтина* четыре базовых староалбанских слова: существительное рука (*dorë*), местоимения *я* (*unë*), *ты* (*ti*) и предлог *на* (*në*): *dor-un-ti-në*. В албанских версиях имя *Дорунтина* также представлено вариантом – *Dhoqina*, а в итальянско-албанских – *Garantina/Fjoruntina*.

Проведя сопоставительный анализ версий легенды, замечаем широкое использование художественных средств создания образности и выразительности.

1. Эпитеты:

Një trim i hijeshëm 'замечательный герой', *një trim i fisëm* 'благородный герой', *dashing heroes* 'бравые герои'.

2. Сравнения:

Kalë i zi si nata 'скакун, темный, как ночь', *kali ikën si shakullimë* 'скачет, как вихрь' (в сказке – 'скачет быстрее молнии'), *vëllezërit e mi të bukur si drita* 'братья мои, красивые, как свет' (в сказке – 'красивые, как свет ясный'), *plasën si qelqi me verë* 'треснули, как стакан с вином' (в сказке – 'слились в приветственном объятии, как бокалы с вином'), *agile she was like a goshawk* – 'она была резвая как ястреб'.

3. Олицетворение:

Hëna e yjet kanë shtangur lart e shikojnë me të drojtur 'луна и звезды смотрели вверх и смотрели с ужасом' (в сказке – 'луна и звезды с высоты своей, затаив дыхание, с трепетом взирали на них').

4. Контраст (для живости повествования):

Swiftly, slowly did he journey 'и скакал он быстро, и не торопил он коня'.

В ходе анализа выявлены различия в вариантах легенды. Некоторые из них продемонстрированы ниже таблицы:

Песня-баллада (Р. Элси)	Сказка (М. Кутели)
nine sons '9 сыновей'	*dymbëdhjetë djem* '12 сыновей'
seven alpine ranges '7 альпийских горных цепей'	*nëntë male* '9 гор'
the birds chirped in the mountains 'птицы чирикали в горах'	*...nipërit e tij, që loznin e vraponin pas dallëndysheve* '…племянников, которые играли и гонялись за ласточками'
fair Dhoqina 'прекрасная Дорунтина'; *my good sister* 'моя хорошая сестра'; *dearest brother* 'самый дорогой брат'; *my good sister* 'моя хорошая сестра'	*vëllai im* 'брат мой'; *biri im* 'сын мой'; *bij të zemrës* 'дети сердца'; *o zoti lalë* 'о дорогой господин'; *zonja mëmë* 'госпожа родитель'; *o zemra ime* 'о сердце мое'; *o vasha të bardha*! 'о белые красавицы!'

Таким образом, численные различия (например, размер территории варьируется, так как, по словам Э. Цеко, «территория была больше до прихода варваров»). Далее приводим пример лексико-семантического несоответствия и выявленные вариации обращений.

Название сказки *«Клятва Константина»* неслучайно: в основе сюжета лежит албанская реалия, которую сложно в полной мере передать на другие языки, – *besa.* Понятие вбирает в себя следующие значения: ‘уважение’, ‘вера’, ‘преданность’, ‘соблюдение правил и порядка’, ‘гарантия перемирия’, ‘защита гостя’, ‘гостеприимство’. Так, например, концепция гостеприимства четко прослеживается в старой пословице из «Кануна» (алб. *Kanun* – древний свод законов, кодекс): *Прежде чем принадлежать хозяину, дом принадлежит Богу и гостю* (*Shpija para se me qenë e Shqiptarit, asht e Zotit dhe e mikut*). Но основное, центральное значение – ‘выполнение обещания’. И Константин сдержал свое слово, данное матери.

Легенда получила широкое распространение на Балканах и на юге Италии. Поэт Ласгуш Порадеци (Lasgush Poradeci) объясняет это историческими факторами: «Средняя Албания была захвачена римлянами и более 150 000 человек стали рабами и были угнаны с земель». Многие жители покинули родные края и бежали на новые земли, на юг, куда и перенести свою культуру.

А. В. Титова

ВЕРОЯТНОСТНОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ В УСТНОМ ПЕРЕВОДЕ

Выполнение качественного перевода (т.е. достижение успеха коммуникации) требует от переводчика, работающего в сфере конференц-перевода, знания и использования определенного набора специфических стратегий обработки и переработки информации и быстрого переключения с одной стратегии на другую в зависимости от коммуникативной ситуации.

Одной из основных стратегий в наборе конференц-переводчика является стратегия вероятностного прогнозирования. Она может применяться не только в ситуации синхронного, но и последовательного перевода и так называемого перевода с листа, т.е. в ситуациях, когда этапы анализа и синтеза протекают практически одновременно.

Вероятностное прогнозирование лежит в основе многих сторон психической деятельности человека, в том числе и речевой деятельности. Однако речь нельзя представить только лишь как последовательность фонем, морфем или форм слов. Речь – это линейное развертывание целой иерархии гетерогенных компонентов, которые включают не только последовательность звуков, но и взаимозависимых семантических компонентов, таких как значения слов, словосочетаний и фраз, а также смысловых единиц более высокого уровня как в каждом высказывании, так и во всем тексте в целом.

В ситуации устного перевода стратегия вероятностного прогнозирования заключается в генерировании гипотезы о возможном вербальном и семан-

тическом развитии дискурса. Такая гипотеза основывается на подсознательной субъективной оценке вероятностей развития данной вербально-семантической ситуации. На последующих этапах такая гипотеза либо подтверждается, либо опровергается благодаря значимым точкам разворачивающегося дискурса. Иными словами, применяя стратегию вероятностного прогнозирования на этапе аудирования, переводчик делает прогноз относительно лингвистических составляющих текста, которые появятся на выходе в исходном языке. Чаще всего данная стратегия применяется к конструкциям, в которых глагол находится на последнем месте, или в тех случаях, когда ключевое именное понятие находится в конце смысловой группы.

Вероятностное прогнозирование – это многоуровневый, иерархически устроенный механизм. Успешность данной стратегии напрямую зависит от избыточности языка, которая проявляется на разных уровнях: чем выше избыточность, тем больше вероятность того, что стратегия будет применена успешно. Избыточность возникает за счет повторяемости определенных элементов в потоке речи и взаимозависимости лингвистических компонентов сообщения и может быть объективной и субъективной. Реальная избыточность сообщения для конференц-переводчика будет зависеть от его знаний в конкретной области и от опыта перевода специальных сообщений. Объективно избыточное сообщение специфического характера (например, доклад на съезде физиков-ядерщиков) для определенного переводчика может иметь очень низкую степень избыточности, что нарушает механизм вероятностного прогнозирования, то есть становится препятствием для перевода.

Различают два типа вероятностного прогнозирования: *лингвистическое* и *экстралингвистическое*.

Л и н г в и с т и ч е с к о е, или с и н т а к с и ч е с к о е, прогнозирование, основано на прогнозировании источника продолжения дискурса и знании стандартного набора словосочетаний и устойчивых выражений.

Э к с т р а л и н г в и с т и ч е с к о е прогнозирование основано на внешних знаниях, экстралингвистических данных, которыми обладает переводчик. Данный тип прогнозирования во многом зависит от фоновых знаний переводчика. Верная гипотеза относительно коммуникативной ситуации может быть построена только в случае наличия хотя бы базовых знаний по теме выступления.

Вероятностное прогнозирование также может осуществляться на уровне цели коммуникации. В том случае, когда цель оратора ясна переводчику, когда он хорошо осведомлен, знает ситуацию и оратора и может предположить, какую цель преследует выступающий, он ждет появления в этой речи элементов, указывающих на эту цель и совпадающих с его гипотезой. В качестве примера вспомним известный эксперимент, описанный Л. Виссон, в котором переводчики переводили текст с опорой на свои собственные представления о выступлении оратора. Выступление начиналось с поздравления в адрес председателя Ассамблеи по случаю его избрания на этот пост. Речь произносил представитель одной из арабских стран. Председатель-

ствовал на Ассамблее представитель страны, находящейся в дружественных отношениях с Израилем. Анализ текста показывает, что в своем выступлении оратор не столько хотел поздравить вновь избранного председателя, сколько стремился выразить свое осуждение той позиции в отношении арабских стран, которую занимает председатель как представитель своей страны. Только один переводчик, имевший опыт участия в работе Ассамблеи и с этим оратором, смог предположить, как будет построено выступление. В остальных переводах были опущены или искажены именно те места текста, в которых содержалось выражение осуждения позиции председателя.

Учитывая тот факт, что сегодня переводчик сталкивается с повышенными требованиями к скорости перевода и значительными ограничениями во времени, он должен максимально эффективно использовать весь набор переводческих стратегий. В такой ситуации грамотное использование стратегии вероятностного прогнозирования может стать одним из приемов оптимизации устного перевода.

А. В. Цохан

ПРОБЛЕМА ПЕРЕДАЧИ АНГЛИЦИЗМОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ С ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Английский язык, приобретая статус мирового, постепенно проникает практически во все языки и укореняется в них с помощью заимствований. По утверждению составителей лингвистического энциклопедического словаря, «заимствование – элемент чужого языка, перенесенный из одного языка в другой в результате контактов языковых, а также сам процесс перехода элементов одного языка в другой». В толковом словаре «Малый Ларусс» находим следующее определение: «Англицизм – выражение, оборот, свойственный английскому языку, заимствование из английского языка». Однако при употреблении этого слова необходимо учитывать его амбивалентность, поскольку анализируемое заимствование может обладать как денотативным оттенком, так и коннотативным.

Опираясь на мнение таких лингвистов, как М. А. Брейтер и Л. П. Крысин, выделим следующие факторы, влияющие на появление заимствования в языке:

1) отсутствие соответствующего понятия в когнитивной базе языка-рецептора;

2) отсутствие соответствующего, более точного наименования в языке-рецепторе;

3) обеспечение стилистического эффекта;

4) выражение позитивных или негативных коннотаций, которыми не обладает единица языка-рецептора.

Если англицизм уже является ассимилировавшимся в языке заимствованием (т.е. собственно англицизмом), то представляет собой факт языка. В этом случае появление в тексте заимствованного слова вызывается необ-

ходимостью, вытекающей из коммуникативной функции языка, слово не несет никакой экспрессивно-стилистической нагрузки, связанной с его иностранным происхождением, и должно переводиться так же, как и элементы слоя исконной лексики иностранного языка. В случае же наличия еще не вошедшего в систему языка англицизма-неологизма необходимо проанализировать данную единицу с точки зрения прагматики, цели его вкрапления в оригинал, авторской интенции, принимая те или иные переводческие решения.

Далее необходимо выяснить, не относится ли рассматриваемая единица к экзотическим словам (экзотизмам), которые существуют в языке, чтобы обозначить вещи и явления жизни другого народа. И. А. Цыбова добавляет к ним ряд имен собственных, а также этнографизмы и регионализмы: *UNESCO, Times, General Motors, British Airways, John, USA*.

Отдельно следует рассматривать иноязычные вкрапления в авторских текстах. В экзотических словах изменена только графика; иноязычные вкрапления часто не меняют даже своего графического облика.

Иноязычное слово может вкрапляться в речь для создания колорита, для выделения какой-либо черты, специфика которой в большой мере утратится, если соответствующее слово заменить его переводом. В прямой речи персонажей иностранные слова часто являются средством речевой характеристики.

Согласно С. Влахову и С. Флорину, самым естественным кажется перевести иноязычное вкрапление в сносках и дать комментарии в конце. Но большое количество иноязычных вкраплений (объясненных и необъясненных) затрудняет чтение и оригинала, и перевода. И. Левый говорит о том, что наиболее приемлемым решением будет перевести на свой язык важнейшие в смысловом отношении фразы и намекнуть на атмосферу чужеязычности путем сохранения в переводе приветствия и кратких реплик.

Рассмотрим конкретные примеры перевода.

1. Собственно англицизмы. Часто, особенно в художественной литературе, автор употребляет англицизмы наравне с исконной лексикой французского языка, вследствие чего иноязычное происхождение данных слов при переводе не будет играть роли. Рассмотрим примеры.

Слово *interview*, проникшее во французский язык из английского (в свою очередь, появившееся в английском языке от заимствования французского слова *entrevue*), мы переводим словом *интервью*, которое также проникло и впоследствии закрепилось в русском языке.

Слово *star*, часто употребляемое во французском языке (от английского *star*), также стало фактом французского языка, заимствовав одно из значений английского слова – ‘известная личность мира кино, театра’. Аналогичное значение присуще слову русского языка *звезда*, вошедшее в русский язык как калька с английского. При переводе слова *star* удобно использовать слово *звезда*.

Слово *smoking*, заимствованное из английского рядом других языков, в том числе французским и русским (*смокинг*), на определенном этапе заимствования было экзотизмом, но с приходом в язык самого понятия перестало тако-

вым являться и также вошло в системы других языков. Таким образом, следует переводить слово *smoking* англицизмом *смокинг*, которое будет полностью эквивалентно французскому аналогу англицизма.

2. Англицизмы, англицизмы-неологизмы, иностранные вкрапления, использованные автором для достижения коммуникативной цели. Как писали Л. П. Крысин и М. А. Брейтер, слова английского происхождения воспринимаются как более «модные», престижные и актуальные. Чтобы сохранить прагматический эффект, оказываемый на читателя, следует соблюдать авторскую стилистику и передавать «модные» слова во французском языке «модными» словами в переводе. Вследствие вышесказанного вариантами передачи англицизмов исходного текста будет в зависимости от ситуации употребление англицизмов, при невозможности сохранения англицизма — использование переводческих трансформаций (если это возможно) или же снятие экспрессивности с последующей компенсацией. При переводе необходимо учитывать, насколько текст будет понятен и насколько целесообразным будет употребление англицизма в русскоязычном тексте. Рассмотрим примеры.

C'est une rubrique franchement «in», tu vois?… Faut que ça rebondisse pour driver le lecteur sans effort. Chaque papier est un challenge! В реплике встречаются англицизмы и английские слова *in*, *driver*, *challenge*. Лексема *in* употреблена в тексте в качестве прилагательного, которое в английском языке имеет значение 'модный, современный, актуальный'. В русском языке использование английского слова неуместно, так как будет непонятно среднестатистическому читателю, одним из вариантов станет его замена на сленговое выражение *в теме*, широко употребляемое в настоящий момент и сохраняющее значение английского слова (передает актуальность и современность, английское *in* перекликается с русским предлогом *в*, а также все выражение требует заключения в кавычки для выделения из общего текста).

Англицизмы *driver* (от англ. *drive* 'ехать, водить, управлять, гнать') и *challenge* (от англ. *challenge* 'трудность, вызов') уже закреплены в словарях французского языка, однако являются неологизмами и не потеряли окраску новизны и принадлежности к английскому языку. Чтобы сохранить прагматический эффект, возможно перевести слово *driver* нейтральным в русском языке глаголом *управлять*, снизив его стилистический эффект, и в качестве компенсации усилить акцент на слове *challenge*, сохранив его путем транскрибирования. Данное слово используется в сленге русского языка в подобных контекстах. Существует возможность, что слово может быть понято не всеми читателями, но и в таком случае его использование помогает сохранить прагматический эффект. Переведенная реплика будет выглядеть следующим образом: 'Наша рубрика всегда «в теме», понимаешь? Нужно иметь это в виду, чтобы легко управлять читателем. Каждая статья – это челлендж!'.

К переводу англицизмов следует подходить в каждом рассматриваемом случае индивидуально, изучив их функцию и степень экспрессивности в контексте, а также учитывая стиль авторского текста. Перевод англицизмов требует глубокого анализа каждой представленной в тексте лексической единицы и нередко творческого подхода при ее передаче в русском языке.

Н. В. Шалесная

ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ПИСЬМЕННОЙ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В настоящее время наблюдается рост объема документации, требующей перевода, а значит, увеличивается повторяемость текстовой информации. В этой связи становится все более важным организовывать перевод таким образом, чтобы исключить необходимость каждый раз заново переводить одинаковые предложения, а также получить более экономичный и терминологически согласованный перевод. Для того чтобы справиться с потоком постоянно увеличивающихся документов, многие переводчики предпочитают отказываться от работы с текстовыми редакторами и всё чаще используют системы автоматизации перевода, включающие в себя целый комплекс различных технологий и инструментов, к которым относятся *база памяти переводов* (translation memory) и *база терминов* (term base), а также *контроль качества* (quality assurance).

Б а з а п а м я т и п е р е в о д о в содержит готовые варианты перевода предложений, которые называют сегментами. Во время работы переведенные сегменты попадают в базу памяти переводов, что позволяет исключить повторный перевод одних и тех же предложений. База памяти переводов имеет практическую ценность при работе в команде, когда в рамках одного проекта все участники процесса перевода могут ее пополнять, производить редакцию, обновлять в режиме реального времени либо совершать поиск по базе с целью поддержания связности, однородности и единого стиля.

Переводческие программы также позволяют подключать глоссарий, созданный самим переводчиком либо предлагаемый ему заказчиком. Б а з а т е р м и н о в состоит из единиц перевода, чаще всего слов и словосочетаний. Основным ее преимуществом является то, что она исключает необходимость изучать весь глоссарий. Переводчику достаточно загрузить его в базу терминов, и программа предложит перевод слова, как только обнаружит его в тексте. Использовать базу терминов рекомендуется при работе со специализированными текстами либо в тех случаях, когда над одним и тем же проектом работают несколько переводчиков.

Современные требования использования CAT-инструментов и разработки в области технологий для бюро переводов, заказчиков и переводчиков стали причиной появления многих переводческих платформ. Среди них выделяются Memsource, SDL Trados, SmartCat, memoQ, Déjà vu, Wordfast, Across, OmegaT. Все программные продукты отличаются различными возможностями и диапазоном цен. Многие из них предоставляют бесплатную версию, в то же время устанавливая на нее некоторые ограничения. Мы предлагаем обратить внимание на облачную платформу Memsource, которая позволяет сохранять всю информацию пользователя и управлять ей в облаке.

Переводческая среда Memsource работает с двумя компонентами. Первый из них принято называть облаком Memsource. Работа с этим компо-

нентом заключается в создании проектов, внутри которых можно осуществлять перевод нескольких документов, подключать базу памяти и базу терминов в режиме записи и чтения, а также проводить анализ всего текста.

Следующий компонент программы – Memsource Web Editor. Это полностью веб-интегрированное рабочее место переводчика, запускаемое непосредственно из Memsource Cloud. Memsource Web Editor условно можно разделить на три блока. Один из них представляет собой таблицу, в которой отображается исходный текст, разбитый на сегменты. Каждому такому сегменту соответствует поле для перевода. Пользователь может набрать текст перевода вручную либо выбрать вариант из базы памяти, которая подключена в режиме чтения. Такой вариант перевода отображается в следующем блоке вместе с указанием количества совпадений в процентах. Совпадения, которые варьируются от 1 до 99 %, называются неполными. В настройках программы этот показатель по умолчанию равен 60 %. Совпадения ниже данного процента не будут отображаться компьютером, однако сам показатель можно увеличить в ходе процесса перевода. В свою очередь, совпадения в 100 % являются точным совпадением сегментов, которые хранятся в базе памяти переводов. От совпадения в 101 % они отличаются лишь отсутствием контекста. В этом же блоке можно найти варианты из базы терминов и машинного перевода при условии, если они подключены.

Одним из важных инструментов программы является контроль качества (quality assurance), который можно запустить во втором блоке, позволяющий обнаружить некоторые ошибки в тексте перевода, при этом он не исправляет их, а определяет наличие ошибки и ее вида (пустой перевод, неподтвержденный сегмент, несоответствие чисел, двойной пробел либо пробел в конце предложения, ошибки в тегах, терминологические ошибки, орфографические ошибки и др.). Номер ошибки не соответствует номеру сегмента, а указан в том порядке, в котором компьютерная система встречает их в тексте. Для того чтобы понять, в каком сегменте находится ошибка, переводчику достаточно поставить курсор в поле ошибки, и компьютер подсветит соответствующий сегмент.

Третий блок редактора Memsource помогает пользователю проводить навигацию по тексту. Здесь переводчик может посмотреть оригинальное оформление текста либо способ организации абзацев. Также в настройках можно выбрать текст оригинала либо текст перевода. При необходимости отображение текста можно полностью отключить.

Кроме вышеупомянутых блоков переводчик, работая с редактором, может использовать большое количество необходимых функций. Например, если возникает проблема, связанная с распознаванием текста компьютером (плохая сегментация), что часто зависит от формата загружаемого документа, то веб-редактор предлагает разбить сегменты, объединить их либо редактировать содержимое поля.

В исходном тексте могут присутствовать теги, с которыми можно столкнуться при переводе интернет-страниц. Чаще всего теги отвечают за гиперссылки и выделения жирным шрифтом либо курсивом. При загрузке HTML-

страницы в исходном тексте появятся особые знаки синего цвета, которые необходимо сохранить в тексте перевода. В ином случае контроль качества определит ошибку в сегменте, либо компьютер не позволит экспортировать документ перевода.

При работе с облачной системой Memsource большое внимание должно уделяться составлению базы памяти переводов и базы терминов, ведь от них зависит качество и время, затраченное на перевод. Как и большинство систем автоматизированного перевода, Memsource использует параллельные тексты как способ пополнения базы памяти. Достаточно загрузить два параллельных текста, и компьютер сопоставит их, используя программу для работы с электронными таблицами Excel. Переводчику нужно внести минимальные изменения и загрузить результат в подключенную базу памяти переводов.

У переводчика всегда есть возможность узнать, насколько работа будет ему выгодна. В этом случае можно выполнить анализ всего текста, который отображает количество совпадений из базы памяти переводов, а также количество повторов в тексте. Переводчик может вычислить, сколько времени он потратит на перевод при условии, если база памяти уже содержит подобные предложения. Выяснив это, он может принять предложения заказчика либо ждать подходящих заказов.

Таким образом, системы автоматизированного перевода позволяют переводчику адекватно распределять свое время и контролировать весь рабочий процесс. Они подходят для перевода различных типов текстов и особенно полезны при работе с документацией с большим количеством повторов и специализированной терминологией. Подготовка высококвалифицированных специалистов подразумевает умение работать с ресурсами, ускоряющими переводческие процессы и повышающие производительность труда, что сказывается на профессиональной деятельности. Овладение студентами одной из описанных платформ поможет будущему письменному переводчику стать конкурентоспособным на рынке переводческих услуг.

Д. Н. Шаповаленко

ПЕРЕВОДЫ – НОВЫЕ … ПРОБЛЕМЫ – СТАРЫЕ…

Произведение каждого большого мастера художественного слова, тем более классика мировой литературы, достойно того, чтобы стать доступным самой широкой читательской аудитории во всем мире, другими словами, достойно своего перевода на многие языки. В практике художественного перевода существует большое количество примеров, когда известные произведения переводились на один и тот же язык по нескольку раз. Причины этого многообразны: это и не вполне удовлетворительное качество ранних переводов, и стремление устранить очевидные огрехи и ошибки переводчика, и недостатки, допущенные по вине редактора либо издательства, это и чисто коммерческие вопросы, связанные с износом тиража и фактической утерей произведения, когда оно становится со временем библиографической ред-

костью, и т.п. В качестве весьма спорной причины часто выдвигается стремление дать новому поколению читателей новое прочтение произведения. Но ведь само произведение со временем не приобретает каких-то дополнительных качеств: это не вино! Другое дело, что события, описываемые в произведении, отстоят от современного читателя на многие десятки, а то и на сотню лет, что естественным образом затрудняет – в первую очередь переводчику, а уже потом и читателю – восприятие, осмысление и оценку авторской мысли и эстетики его труда.

Практика перевода художественной прозы в советское время и в современной России знает достаточно много примеров, когда одно и то же произведение переводилось – с немецкого языка на русский – два, три и даже четыре раза, например, роман Э. Ремарка «Искра жизни» существует в трех, а «Три товарища» – в четырех версиях.

И вот московское издательство «АСТ» начало публикацию новых переводов произведений Э. Ремарка и среди них представило в 2015 г. перевод романа «Der Weg zurück» под названием «На обратном пути». Автор перевода – Е. В. Шукшина, переводчик с уже сложившимся именем и большим опытом перевода художественной литературы.

Сразу же возникает вопрос, почему и откуда появляется новое название «На обратном пути»? Что это: легковесный маркетинговый ход издательства, чтобы привлечь внимание читателя к якобы новому, не переведенному ранее роману, или осмысленное решение переводчицы? Если первое, то эффект достигнут: продавцы книжного магазина, вполне знакомые с творчеством Ремарка, недоуменно смотрели на эту книгу и рассуждали о целесообразности нового названия. Если второе, то решение абсолютно нелогичное. Ремарк вложил в это название двойной смысл: как шло возвращение бывших молодых солдат Великой войны к мирной жизни и к чему они в результате пришли, каким оказалось для них это возвращение, что из этого получилось. Другими словами, в названии романа одновременно прослеживается и некий оттенок незавершенности действия, и его завершенность, чего мы не находим в новом названии: семантика словосочетания *на обратном пути* предполагает возможность остановиться, передохнуть, переосмыслить что-то и т.д., но движение продолжается, а момент завершенности действия, достижения цели, отсутствует. В слове *возвращение* мы же ощущаем одновременно и процесс, как это возвращение проходило, и результат, к чему это привело и чем все завершилось. В целом же относительно перевода названий художественных произведений надлежит руководствоваться четко сформулированной позицией И. С. Алексеевой, которая в своих рекомендациях для переводчика подчеркивает, что прежде всего следует проверить, нет ли в языке перевода уже устоявшегося соответствия. Если нет, название переводится после обязательной консультации со специалистом (литературоведом, искусствоведом, историком и т. п.), который пояснит смысл названия.

Анализ двух переводов одного и того же произведения – задача достаточно сложная, исходя хотя бы из объема исследуемого материала. Поэтому

методика проверки сводилась, во-первых, к выявлению степени формального соответствия исходному тексту, анализировалась полнота перевода и сравнивались соотносимые структуры и общие различия в протяженности переводов и оригинала, во-вторых, определялись формальные соответствия и расхождения ИТ и ПТ на содержательном уровне, т.е. их качественные характеристики, в-третьих, определялась степень смысловой нагрузки и приемлемости для массового читателя.

Для удобства анализа оба варианта перевода – в электронном виде – подверглись сегментации с помощью программы ABBYY Aligner и были сведены в параллельные тексты с максимальным уровнем соответствий. Это дало возможность сравнивать переводы относительно их соответствия на уровне законченного предложения либо высказывания (особенно в диалогах, когда их дробление на мелкие единицы искажает восприятие смысла) и позволило упростить зрительное восприятие и сопоставление исследуемого материала. Первое, на что было обращено внимание, это полнота передачи авторского текста. На этот счет серьезных замечаний нет, хотя при сверке электронных версий переводов статистика показывает, что новый перевод более «экономный»: текст И. А. Горкиной включает 69 776 слов, а Е. В. Шукшиной – 61489, количество абзацев, соответственно, – 2938 и 2897. В целом структура и архитектоника авторского текста сохранены. Проверка на уникальность нового перевода по главам дала высокий результат от 93 до 97%. При этом следует заметить, что проверка в режиме рерайт показала высокий уровень совпадений 50–55 % в новом переводе, что вполне объяснимо заданными свойствам ИТ и, в какой-то степени, его интерференцией.

Анализ уже первых строк обоих переводов заставляет задуматься о точности перевода понятий, связанных с военной тематикой и армейским узусом. Переводчиком допущено довольно большое количество ошибок содержательного плана. В ИТ, например, семь раз встречается слово *Urlaub*, и первом переводе И. Горкина в пяти случаях абсолютно правомерно переводит его как *отпуск,* а два раза использует синонимическую замену *побывка*. В новом переводе Е. Шукшиной шесть раз встречается *увольнение* и один раз *отпуск*. И перечень такого рода несоответствий достаточно убедительный.

Особый интерес представляет перевод слов и выражений из солдатского жаргона, что оказывается не всегда простой задачей, так как в русскоязычном узусе некоторые явления просто отсутствуют в армейской среде и не находят адекватной замены, как напр. *Kaffeeholer*, ставшие в переводе Е. Шукшиной *пищевозами*, а почему не *пищеносами*?

Если сгруппировать все замечания по точности перевода (и реалий особенно), можно прийти к выводу, что в подавляющем большинстве случаев причиной является недостаточное владение переводчиком темой.

В целом о передаче разноплановового содержания в новом переводе можно сказать, что если неточности и явные ошибки и наблюдаются, они зачастую и к сожалению остаются незаметными для массового читателя, на которого и должен быть ориентирован перевод, и который не воспринимает большинство ошибок и безоговорочно верит переводчику.

Можно с достаточной долей уверенности констатировать, что новый перевод имеет как свои плюсы, так и минусы и, к сожалению, не устраняет недостатки первого, а подчас и усугубляет их.

Тем не менее новые переводы – это, в первую очередь, свидетельство того, что к автору и его произведениям все еще проявляется интерес, что произведение еще живо, но только ни в коем случае не следует смотреть на повторный перевод как на некое соревнование двух переводчиков. Однако если новый перевод не устраняет недостатки предыдущего, а дополняет его новыми неточностями и откровенными ошибками, то зачем такой перевод нужен?

Здесь как раз уместно обратиться к В. Набокову, призывавшего переводчика подводить читателя к переводу, а не перевод – к читателю. Главная задача переводчика, которому читатель безусловно верит, должна заключаться в абсолютно правдивом, точном и ясном, не искаженном собственными прихотями переводчика переложении произведения на литературном языке, не в попытке потрафить прихотям части читающей публики, а в прагматической адаптации текста в первую очередь для вдумчивой читательской аудитории, в воспитывающем влиянии идей произведения, ставшего мировой классикой. И если К. Чуковский назвал художественный перевод «высоким искусством», то и перевод должен соответствовать этому высокому уровню, а для этого переводчику требуются глубокие знания иностранного и родного языков, приличный багаж фоновых знаний, дабы в тексте перевода не появлялись непростительные ошибки и неточности, и, не в последнюю очередь, стремление постигнуть текст даже в самых ничтожных мелочах.

С. И. Шафаренко

ДЕШИФРОВКА ЕГИПЕТСКИХ ИЕРОГЛИФОВ

Дата 19 мая 1798 г. стала знаменательной в истории Франции и Египта. Из французского порта Тулон в Средиземное море вышла эскадра, состоящая из двухсот кораблей, на борту которых находились 34 тыс. человек. Так началась египетская кампания Наполеона. К армии присоединилась научно-исследовательская экспедиция в составе более ста ученых с целью создания при французской Академии Института Египта. 1июля французские войска, не встретив никакого сопротивления, высадились в Александрии.

В середине июля 1799 г. на левом берегу западного (Розеттского) рукава Нила в процессе земляных работ по сооружению укрепления была обнаружена базальтовая плита, на которой были вырезаны три надписи: сделанные египетскими иероглифами, неизвестными ученым знаками и древнегреческими буквами.

Из греческого текста стало известно, что на плите высечен декрет египетских жрецов, изданный во втором веке до н.э. по случаю воцарения нового правителя Египта Птолемея Эпифана. В последней строке говорилось, что данная надпись тройная – она высечена «туземными, священными и греческими письменами».

Первая попытка дешифровки средней надписи была сделана основателем школы французских арабистов Антуаном Сильвестром Де Сиси, которого прельстило внешнее сходство странных письмен с буквами еврейского и арабского алфавита. Опираясь на отдельные замечания Геродота, Страбона, Цицерона, Диодора Сицилийского и Плиния Старшего, которые говорили о существовании коптско-египетского (демотического) алфавита, и воспользовавшись законом математических пропорций, Юнг разбил текст на отрезки и, сопоставляя греческий и «туземный» тексты, обнаружил имена собственные Александр, Птолемей, Арсиноя и название города Александрия. Однако дальнейшие его изыскания зашли в тупик.

Более серьезный и значимый шаг к дешифровке демотического и иероглифического письма был сделан английским физиком, физиологом и врачом Томасом Юнгом. Применяя методы точного научного анализа, Юнг находит глубокое внутреннее сходство между иероглифами и демотической скорописью и приходит к выводу, что скоропись – это те же иероглифы, только упрощенные и схематизированные. Юнг насчитал на Розеттской плите более ста скорописных «туземных» знаков. Установив в то же время полное соответствие скорописных письмен и иероглифов, он приходит к выводу, что иероглифы определяют не звуки речи, а ее смысл. От распознавания имен собственных, которым преимущественно занимались его предшественники, он смело перешел к распознаванию египетских слов. Он уже «читал» весь туземный текст. Однако чтение было своеобразным: оно заключалось в угадывании смысла отдельных иероглифов и целых иероглифических групп, что впоследствии оказалось верным, так как значение более семидесяти иероглифов и иероглифических групп он угадал совершенно точно.

Следующим этапом его работы было распознавание звуков-букв. По его мнению, для них в египетском письме не было места. Исключение составляли иноземные, в частности греческие, имена, звучание которых никак не передать с помощью иероглифов. Тем более, что это были имена царей и цариц, которые было легко определить по явному признаку, они обведены овальной рамкой – картушем. Однако недооценка свидетельства греческих писателей о существовании в египетской иероглифической системе звуковых знаков сузила исследовательскую базу Юнга, не понявшего роли фонетического принципа, позволив ему допустить ошибку, признавая за иероглифами лишь смысловое значение и отрицая звуковое. Он считал, что иероглифы передают звуки только в том случае, если они заключены в рамку, то есть в именах собственных греческих царей. Сделав эти принципиальные ошибки, он лишил себя возможности разобраться в иероглифах до конца.

Честь дешифровки древнеегипетских иероглифов принадлежит французскому ученому Жану Франсуа Шампольону. Еще учеником лицея в Гренобле он решил написать большой труд, названный им «Египет при фараонах». 1 сентября 1807 г. он сделал в гренобльской Академии сообщение о плане

своей работы и даже представил свой эскиз географической карты Древнего Египта. В результате сообщения он, шестнадцатилетний юноша, был избран членом гренобльской Академии.

В 1808 г. в Париже Шампольону удалось познакомиться с копией Розеттского камня. Исходя из данных Плутарха о наличии в египетском письме 25 букв, путем сопоставления отдельных знаков Розеттского камня со знаками иероглифического папируса он правильно установил значение некоторых демотических знаков. Однако он отказывается от признания фонетического характера за иероглифическими знаками, продолжая рассматривать иероглифическое письмо как идеографическую систему, тем самым повторяя ошибку своих предшественников. Вскоре Шампольон делает важное открытие: в Египте было не *две,* а *три* системы письма, которые генетически неразрывно связаны друг с другом. Дальнейшие исследования заставили его отказаться от ошибочной точки зрения; теперь он убежден в том, что египетское письмо в основе своей – не символическое, а звуковое, значит, должны быть иероглифы-буквы. Вернувшись к открытому Юнгом имени Птолемей, он переписывает имя сначала иератическими знаками, а затем каждый иератический знак заменяет соответствующим иероглифом. Иероглифы, которыми он написал имя Птолемей, совпали с известными ему иероглифами в рамке-картуше, и таким образом Шампольн установил точное соответствие демотических букв и иероглифов. Однако он задавался вопросом, пользовались ли этим алфавитом египтяне раньше. Может быть, он пригоден для написания лишь иноземных имен? Может быть, появление алфавита – результат греческого влияния?

14 сентября 1822 г. вошел в историю науки как день рождения *египтологии*. В руки Шампольона попадают копии с надписей в древнем египетском храме. Два имени были заключенны в картуш – это были имена двух египетских фараонов: Рамсес и Тутмос. На этом основании Шампольон делает вывод, что древние египтяне пользовались иероглифическим алфавитом для передачи *любых* имен, а не только чужеземных. Тутмос жил раньше Рамсеса, лет за двести до него. О существовании этих древних правителей Египта было известно лишь из греческих книг, а теперь Шампольон первый прочел эти имена на языке подлинника и за ними увидел стройную систему грамматических правил. Это открытие дало ему возможность найти ключ к фонетической системе. Назвав ее *полуалфавитной,* поскольку она так же, как и семитические системы письма передает только «остов» слова, зачастую игнорируя гласные звуки, и в связи с этим Шампольон излагает *акрофонический* принцип образования алфавитных знаков. Тайна египетских иероглифов была открыта, и тысячи древних текстов стали доступны прочтению.

И если как в военном, так и в политическом отношении экспедиция Наполеона потерпела полную неудачу, то ее научное значение трудно переоценить. Глубокий пласт духовного наследия Древнего Египта, который на протяжении тысячелетий оставался тайной, стал достоянием мировой культуры.

Ю. Г. Эберхардт

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ ПЕРЕВОДЧИКА

Управление рисками, *риск-менеджмент* (*risk management*), – процесс, направленный на снижение вероятности возникновения неблагоприятного результата и минимизацию возможных потерь. Система управления риском предлагается стандартом СТБ ISO 31000/ПР_1 (менеджмент риска).

Есть разные виды риска в работе переводчика, как, например, финансовые риски (рыночные риски, инвестиционные/кредитные риски, риск нерентабельности и риск банкротства), технические риски, технологические риски, риски взаимодействия с клиентами. Особой группой риска являются форс-мажорные обстоятельства – остаточный риск из-за обстоятельств непреодолимой силы, от которого переводчик вряд ли может застраховаться.

Есть разные варианты риск-менеджмента как недопущение риска или полное избегание риска, снижение риска, страхование риска или предупреждение убытков. Методами риск-менеджмента являются страхование ответственности за причинение вреда, отказ от чрезмерно рисковой деятельности, диверсификация оказываемых услуг (множество услуг и исполнителей), повышение рентабельности и формирование резервов и запасов.

При выполнении переводческих заказов существуют следующие риски:

- отсутствие системы менеджмента качества;
- резкое изменение спроса на переводческие услуги;
- появление мощных конкурентов;
- потери важных клиентов;
- недостаток заказов или избыток заказов на определенные услуги;
- недостаток квалифицированных специалистов – переводчиков, редакторов, менеджеров переводческих проектов, консультантов, рецензентов и корректоров;
- недостаток современной техники и качественного программного обеспечения;
- недостаток ресурсов и резервов;
- плохой исходный текст;
- угроза срыва сроков при выполнении заказов;
- излишние затраты на выполнение заказов из-за чрезмерно раздутого переводческого процесса.

Целями риск-менеджмента переводчика являются повышение имиджа переводчика, обеспечение качества выполненных работ, избегание срыва сроков при выполнении заказов, разумная минимизация затрат и рентабельность работы. Степень риска является низкой при переводе простых, незначительных текстов и высокой квалификации переводчика. Степень риска является высокой при переводе сложных, ответственных текстов малоквалифицированным, ненадежным переводчиком.

Переводчики и заказчики могут по-разному понимать цель перевода и по-разному оценивать его качество. Очень важно правильно определить

вид, качество и срок выполнения переводческой услуги. Цена на оказание услуги зависит от названных условий переводческого заказа и должна устроить заказчика и переводчика, которым следует во избежание риска в письменном договоре зафиксировать все условия выполнения заказа, в том числе и применение переводческих программ (CAT), стиль и терминологию перевода.

Стремясь к получению от переводчика высококачественного перевода, заказчик предоставляет справочные и информационные материалы, передает исполнителю исходный текст только в законченном виде, а не в виде одного из вариантов, над которым еще продолжается работа, и обсуждает с переводчиком перед началом работы содержание исходного текста.

Заказчик и переводчик должны определить сроки

1) получения переводчиком исходного текста и всех оговоренных справочных и информационных материалов;

2) получения заказчиком перевода в оговоренной форме;

3) оплаты выполненной работы.

Все эти сроки должны быть реальными и неукоснительно соблюдаться.

Тайм-менеджмент является неотъемлемой частью риск-менеджмента переводчиков. Из имеющегося времени следует вычесть 20 % на непредвиденные обстоятельства. Далее мы определяем необходимый темп работы, т.е. сколько страниц нужно перевести в единицу времени, чтобы уложиться в срок, но, самое главное, стараться не отклоняться от графика в сторону понижения.

Дополнительным риском является нарушение конфиденциальности содержания перевода и разглашение сведений, ставших переводчику известными в процессе и в связи с выполнением перевода, третьим лицам.

Переводчик может нести ответственность за нанесенный материальный ущерб заказчику из-за некачественного переводного текста или его несвоевременной сдачи заказчику.

За умышленное искажение смысла исходного текста при переводе с серьезными последствиями переводчик может привлекаться к уголовной ответственности.

Исполнитель не несет ответственности за те возможные изъяны переводного текста, которые вызваны недостатками исходного текста (несоответствие общим требованиям исходного языка, отсутствие внутреннего единства текста, плохой стиль, некорректное употребление специальной лексики, плохая читаемость и функциональная непригодность текста для адресата).

Основные риски работы переводчика заключаются в следующем:

- неправильное оформление договора с заказчиком;
- недостаток техники и программного обеспечения;
- получение некачественного текста для перевода;
- нарушение технологии перевода, отсутствие редактуры и корректуры;
- срыв сроков при выполнении заказов;
- нерентабельность работы.

Чем выше ответственность и сложность исходного текста и чем ниже квалификация лиц, участвующих в переводческом процессе, тем более сложным оказывается процесс письменного перевода.

ПРОБЛЕМЫ ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Т. В. Бусел

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К СОЗДАНИЮ СИСТЕМ МАШИННОГО ПЕРЕВОДА

С середины XIX в., когда американским ученым У. Уивером была впервые сформулирована концепция машинного перевода (МП), ведущие научные центры и университеты мира занимаются созданием интеллектуальных компьютерных систем, позволяющих осуществлять «сложные преобразования на всех языковых уровнях двух и более языков для передачи смысловой информации текста одного языка и создания эквивалентного ему по форме и содержанию текста на другом, выходном языке».

Проблема МП довольно сложна и не теряет своей актуальности и в XXI в. по целому ряду причин. Во-первых, спрос на переводы в мире постоянно увеличивается по мере того, как все больше стран приобщается к мировой цивилизации. Перевод с одного языка на другой – единственный эффективный способ обеспечения межъязыковой коммуникации, объем которой возрастает с каждым годом. Другие способы преодоления языковых барьеров на пути коммуникации – разработка или принятие единого языка, а также изучение иностранных языков – не могут сравниться с переводом по эффективности. С этой точки зрения можно утверждать, что альтернативы переводу нет, так что разработка качественных и высокопроизводительных систем МП способствует разрешению важнейших социально-коммуникативных задач.

Во-вторых, высока научная привлекательность проблемы МП, что обусловлено комплексностью и сложностью компьютерного моделирования данного процесса. Как вид языковой деятельности перевод затрагивает все уровни языка – от распознавания графем (и фонем при переводе устной речи) до передачи смысла высказывания и текста. Кроме того, для перевода характерна обратная связь и возможность сразу проверить теоретическую гипотезу об устройстве тех или иных языковых уровней и эффективности предлагаемых алгоритмов. Эта специфическая черта перевода вообще и МП в частности привлекает внимание теоретиков, в результате чего продолжают возникать все новые теории автоматизации перевода и формализации языковых данных и процессов.

При моделировании процесса перевода в автоматизированной системе перевод рассматривается как многоуровневый процесс, где каждая процедура переводит компонент специального уровня. Из этого следует, что исходные конструкции переводимого текста на каждом уровне анализа должны распознаваться, описываться и преобразовываться в выходные конструкции перевода, которые могут быть изменены на следующем уровне в соответ-

ствии с их структурными особенностями. Таким образом, процесс перевода моделируется в системе МП как композиция лексических и семантико-синтаксических процессов.

В зависимости от особенностей морфологии, синтаксиса и семантики конкретной языковой пары, а также направления перевода *общий алгоритм* перевода в системе МП, как правило, включает следующие этапы.

1. На *первом* этапе осуществляется ввод текста и поиск входных словоформ (слов в конкретной грамматической форме, например, родительного падежа единственного числа) во входном словаре (словаре языка, с которого производится перевод) с сопутствующим морфологическим анализом, в ходе которого устанавливается принадлежность данной словоформы к определенной лексеме (слову как единице словаря). В процессе анализа из формы слова могут быть получены также сведения, относящиеся к другим уровням организации языковой системы.

2. *Второй* этап включает:

- перевод идиоматических словосочетаний, фразеологических единств или штампов данной предметной области (например, при англо-русском переводе обороты типа *in case of*, *in accordance with* получают единый цифровой эквивалент и исключаются из дальнейшего грамматического анализа);
- определение основных грамматических (морфологических, синтаксических, семантических и лексических) характеристик элементов входного текста (например, числа существительных, времени глагола, синтаксических функций словоформ в данном тексте и пр.), производимое в рамках входного языка;
- разрешение омографии (конверсионной омонимии словоформ, например, англ. *round* может быть существительным, прилагательным, наречием, глаголом или же предлогом);
- лексический анализ и перевод лексем.

Обычно на этом этапе однозначные слова отделяются от многозначных (имеющих более одного переводного эквивалента в выходном языке), после чего однозначные слова переводятся по спискам эквивалентов, а для перевода многозначных слов используются так называемые контекстологические словари, словарные статьи которых представляют собой алгоритмы запроса к контексту на наличие / отсутствие контекстных определителей значения.

3. На *третьем* этапе происходит окончательный грамматический анализ, в ходе которого определяется необходимая грамматическая информация с учетом данных выходного языка (например, при русских существительных *деньги, фрукты, чернила* глагол должен стоять в форме множественного числа, в то время как в оригинале может быть и единственное число).

4. На *четвертом* этапе осуществляется синтез выходных словоформ и предложения в целом на выходном языке.

Для реализации данного алгоритма перевода в современных системах МП, как правило, используются три типа моделей:

1) статистические модели (*Statistical Machine Translation*, или *SMT*);

2) модели на основе правил (*Rule-Based Machine Translation*, или *RBMT*);

3) гибридные модели (*Hybrid Machine Translation*, или *HMT).*

Для систем *первого* типа характерно использование статистической модели перевода на основе параллельного корпуса обоих языков (содержащей вероятности соответствия слов исходного языка словам языка перевода), а также статистической модели языка на основе корпуса языка перевода (содержащей вероятности следования слов определенному количеству предшествующих слов в данном языке). Данная модель предоставляет возможности улучшить перевод, используя наиболее частотные словоупотребления на различных языках, учитывая в дальнейшем соответствующие частоты при переводе документа. Применение методов статистического перевода позволило успешно решить проблемы снятия смысловой многозначности, разрешения проблемы анафор (например, интерпретация местоимений), сегментации дискурса и др.

Системы *второго* типа производят анализ текста, который используется в процессе перевода. Перевод выполняется на основе встроенных словарей для данной языковой пары, а также грамматик, охватывающих семантические, морфологические, синтаксические закономерности обоих языков. На основе всех этих данных исходный текст последовательно, предложение за предложением, преобразуется в текст на требуемом языке. Главный принцип работы таких систем – связь структур исходного и конечного текстов.

Среди систем МП, основанных на использовании правил, наиболее эффективными являются *трансфертные системы*, которые работают по следующим принципам: проводится морфологический, лексический и семантико-синтаксический анализ предложения на языке оригинала, создается синтактико-семантическое дерево разбора входного предложения, затем производится так называемый «трансфер», т.е. преобразование структуры входного предложения в соответствии с формальными требованиями языка перевода. На заключительном этапе синтеза формируется конечное предложение на языке перевода.

Системы *третьего* типа (гибридные) объединяют технологии машинного перевода на основе правил и на основе статистических моделей, выполняют лингвистический анализ входного предложения, порождение вариантов перевода, использование статистических технологий, оценку и выбор лучшего варианта перевода с использованием модели языка.

Улучшение качества современного МП представляет собой трудоемкую задачу, поскольку перевод – процесс творческий и довольно сложный, для выполнения которого требуется не только хорошая лингвистическая подготовка, но и знание области, к которой относится переводимый текст.

В. А. Василевская, Е. С. Василенко,
А. Е. Жданович, Н. В. Шалимо

ОТБОР ТЕРМИНОВ ДЛЯ АВТОМАТИЧЕСКОГО АНГЛО-БЕЛОРУССКОГО ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО СЛОВАРЯ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ

Проблема определения понятия *термин* до сих пор не решена однозначно. Также многочислены подходы к созданию терминологических словарей, к описанию какой-либо конкретной предметной области. Такая работа требует решения целого ряда других проблем:

1) конкретизации границ термина и нетермина;
2) отражения полисемии, омонимии и синонимии терминов;
3) отражения терминологической фразеологии;
4) фиксации границ между терминами конкретной отрасли знания и терминами смежных областей, а также общенаучными и общетехническими терминами;
5) включения в создаваемый словарь кроме собственно терминов также специфических языковых средств подъязыка данной отрасли знания.

В наши дни Международная организация по стандартизации рекомендует использовать три типа источников терминов:

1) терминологические издания – словари терминов и публикации, посвященные терминологическим проблемам;
2) нетерминологические издания – учебники, энциклопедии, коммерческие каталоги, статьи;
3) классификационные издания – классифицированные перечни понятий и объектов данной конкретной области.

И, как утверждают сегодняшние создатели терминологических словарей, очевидным источником специальной лексики являются существующие терминологические словари, терминологические стандарты, сборники рекомендуемых терминов. Именно поэтому с целью отбора терминов в создаваемый автоматический англо-белорусский терминологический словарь по информационным технологиям были детально рассмотрены термины, включенные в 12 англо-бело-русских, русско-белорусско-английских, русско-англо-белорусских, англо-русских и русско-английских словарей по информационным технологиям.

Всего в создаваемый англо-белорусский терминологический словарь было включено 4 550 терминов. Ниже приведены первые 16 из этих терминов.

abacus
лічыльнікі (адз. ліку няма)

ablation
спосаб запісу даных на аптычныя дыскі

abandon
адмаўляцца; адхіляць; зачыняць

able
дазваляць; разблакіраваць 3. уключаць

abandonment
адмова; зачыненне(закрыццё)

abbreviate
скарачаць

abbreviated address
адрас скарочаны

abbreviation
абрэвіятура, скарот

abend = abnormal end
АВАСПЫН (АВАрыйнае СПЫНенне)

ability
здольнасць, уменне, магчымасць

abnormal
ненармальны; анамальны

abnormal end = abend
аварыйнае спыненне

abnormal termination
аварыйнае заканчэнне; неспадзяванае заканчэнне

abnormally
ненармальна

abort
заўчаснае спыненне; перапын; перарыванне

aborted connection
перарванае злучэнне

Р. В. Детскина, Л. В. Шимчук

ФАКТОРЫ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ЛЕКСИЧЕСКОЕ ЗАИМСТВОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ МЕЖКУЛЬТУРНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

Бесспорными характеристиками развития современного общества являются, с одной стороны, экономическая и социальная глобализация, с другой – осознание и развитие собственной народной идентичности, своеобразие которой в наибольшей степени проявляется на фоне взаимодействия с чужими культурами. При этом основную «культурную» нагрузку несут слова, обеспечивая взаимопонимание, в том числе между носителями разных языков. Именно лексический состав в наибольшей степени отражает следы культурного влияния, которые носят характер заимствований. Развитие и расширение межрегиональных и межнациональных контактов, современные интеграционные процессы обусловливают рост языковых контактов и, как следствие, расширение сферы взаимодействия языковых кодов.

Как известно, словарный состав языка является самым подвижным языковым компонентом, находящимся в процессе постоянного изменения. Он изменяется, обогащается, отражая в своем развитии условия определенного исторического периода в эволюции общества. Эти явления не связаны исключительно с системой языка; сюда могут быть отнесены процессы изменения значения слов и обогащения словаря путем заимствования слов из других языков. Способ обновления лексического состава языка вследствие языковых контактов культур универсален и естественен для всех языков мира независимо от типологических различий.

Факторы, обеспечивающие лексическое заимствование, заимствования слов и оборотов в разные исторические периоды формирования и развития лексико-семантической системы языка, различны. Выделяют факторы неязыковые и собственно языковые. К первым относятся, например, разнообразные виды связей одного народа с другими. К языковым факторам относится, прежде всего, стремление носителей языка пополнить, углубить и расширить представление о предмете, детализировать понятие посредством разграничения смысловых и функциональных оттенков. Таким путем среди исконных синонимичных и антонимичных средств возникают заимствованные, которые имеют дополнительные оттенки значения.

В ходе проведенного анализа были выделены виды калькирования как основного способа заимствования.

1. Словообразовательное калькирование, когда заимствуется только структура иноязычной лексической единицы, на основе которой образуется слово из соответствующих элементов языка-реципиента, например, *небоскреб*, *gratte-ciel* во французском (от англ. *skyscraper*).

2. Семантическое, или смысловое, калькирование, когда у слова появляется значение, которое отсутствовало у соответствующего иностранного слова. Случаев семантического заимствования в проанализированном массиве больше среди существительных, чем среди глаголов. Существительное *gift* в древнеанглийском означало не ‘подарок’, а ‘выкуп за жену’.

3. Фразеологическое калькирование, при котором осуществляется перевод «по словам иностранных устойчивых словосочетаний», например, *to make progress* ‘делать прогресс’ (‘иметь успех’).

В проанализированном массиве встречались заимствования не только слов, но и отдельных значащих частей слова. Морфемы заимствуются, конечно, не изолированно, а в словах: если какие-нибудь иноязычные морфемы входят в большее число заимствованных слов, то морфологическая структура этих слов начинает осознаваться, а сами морфемы включаются в число словообразовательных средств языка. Многие греческие и латинские слова превратились в интернациональные префиксы. Например, *anti-, inter-, sub-, ultra-* и т.д.

Р. В. Детскина

ПРИЕМЫ НЕЙРОЛИНГВИСТИЧЕСКОГО ПРОГРАММИРОВАНИЯ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ПЕЧАТНОЙ РЕКЛАМЕ

В настоящий момент нейролингвистическое программирование (НЛП) успешно развивается во многих странах мира, вбирая в себя все новые и новые разделы и направления. Уникальные возможности НЛП используются в самых различных сферах человеческой деятельности. Эффективные приемы общения на основе методик НЛП позволяют быстрее добиваться взаимопонимания с окружающими, активизировать умственные способности,

особым образом использовать язык для достижения своих целей и, наконец, научиться управлять состоянием своего разума, психики, приводить свои убеждения и ценности в соответствие с желаемыми результатами. Все это позволяет говорить об актуальности рассмотрения данной темы. Актуальность изучения данной тематики определяется также и тем, что в настоящее время остаются не до конца разработанными многочисленные вопросы по НЛП. Например, что касается техник применения НЛП в печатной рекламе, то существуют расхождения по поводу того, какие именно средства и приемы НЛП и как целесообразно использовать в печатной рекламе.

Для анализа нами были отобраны 250 текстов немецкоязычной печатной рекламы автомобилей и косметики, опубликованных в таких, печатных изданиях, как «Aktuelle Nachrichten», «Frankfurter Rundschau», «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Die Welt», «Spiegel», «Vogue», «Nivea», «Schwarzkopf».

Результаты анализа отобранных текстов немецкоязычной печатной рекламы представлены в таблице.

Лингвистические рекламные технологии НЛП

№ п/п	Лингвистические рекламные технологии НЛП	Использование в рекламных текстах	
		Абсолютная частота	Относительная частота
1	Использование лексико-грамматических конструкций, содержащих пресуппозицию	112	0,45
2	Избегание номинализации	76	0,3
3	Использование лексико-грамматических конструкций, содержащих команду	33	0,13
4	Использование лексико-грамматических конструкций, содержащих скрытый вопрос	29	0,12
Итого		250	

Как видно из таблицы, чаще всего в отобранных текстах немецкоязычной печатной рекламы используются лексико-грамматические конструкции, содержащие пресуппозиции (45 %), например, *Weil man sich bei BMW über die Kritik am alten Siebener ärgerte, hat man jetzt den neuen Siebener präsentiert*.

Вторую группу составляет такой прием, как избегание номинализации (30 %), например, *Das Haar wird spürbar dicker und erhält bis zu 100 % mehr Volumen. Ohne zu beschweren, ohne zu verkleben*.

Третью группу составляет такой прием, как использование лексико-грамматических конструкций, содержащих команду (13 %). Например, *Verleihen Sie Ihrem Haar den echten Star-Look mit der leistungsstarken und langanhaltenden Volumen Power-Linie*.

Четвертую группу составляет такой прием, как использование лексико-грамматических конструкций, содержащих скрытый вопрос (12 %), например, *Der erste Ausfahrt klärt, ob sich hinter der schnittigen Fassade wirklich ein sportliches Volkscoupé verbirgt*.

А. Е. Жданович

ПСИХОЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЙ *КОНКРЕТНОСТЬ* И *ЭМОЦИОНАЛЬНОСТЬ*

В современной лингвистике нет четких определений понятий *конкретность* и *эмоциональность* по отношению к существительным. В самом общем виде слова, обозначающие предметы непосредственно наблюдаемой действительности, называют «конкретными», а слова, обозначающие эмоции и эмоциональные состояния, а также предметы и явления, называющие соответствующие эмоции, относят к эмоциональной лексике.

Более конкретно к выделению слов таких групп подходит психолингвистика. Ею разработаны различные экспериментальные методики, которые расширяют возможности языковедов при изучении проблем языкознания. Например, для определения параметров конкретности и эмоциональности слов широко используется методика субъективного шкалирования.

Суть этой методики заключается в том, что испытуемым предъявляются бланки с напечатанными словами экспериментального списка и шкалой с делениями от низшей степени до высшей степени проявления исследуемого параметра. Требуется «измерить» степень наличия исследуемых параметров в словах так, чтобы каждому слову соответствовало число на градуальной шкале, пропорциональное субъективно воспринимаемой мере рассматриваемого свойства. Выбор экспериментального материала обусловливается задачей изучения специфики значения слов. На основе полученных данных вычисляются коэффициенты исследуемых параметров, которые рассматриваются при анализе полученных результатов.

Первыми к изучению взаимодействия параметров конкретности и образности путем использования методики субъективного шкалирования обратились канадские ученые А. Пайвио, Дж. Джулле и С. Мадиган, получившие коэффициенты конкретности, образности и ассоциативной значимости 925 английских существительных в эксперименте с 30 испытуемыми. Аналогом работы канадских ученых на материале русского языка с участием 120 испытуемых явилось исследование В.Ф. Петренко и А.А. Нистратова, которые приводят коэффициенты конкретности, образности и ассоциативной значимости 84 русских существительных. Данные по параметру эмоциональности были впервые получены в Калининском государственном университете членами научного студенческого кружка «Проблемы психолингвистики» Е.М. Ковалевской и М.Н. Шориной, которые вычислили коэффициенты конкретности, образности и эмоциональности 51 русского существительного по результатам эксперимента с 40 испытуемыми.

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

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

А. В. Зубов

СТРУКТУРА АВТОМАТИЧЕСКОГО АНГЛО-БЕЛОРУСКОГО ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО СЛОВАРЯ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ

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

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

Специфика решения этой задачи в Республике Беларусь характеризуется следующими особенностями.

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

2. Неравномерность темпов развития отдельных направлений информационных технологий.

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

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

1) конкретизация современной лексики по информационным технологиям;

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

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

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

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

1) термины-слова;

2) термины-словосочетания;

3) термины-аббревиатура.

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

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

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

1) тематическая принадлежность;

2) полнота охвата лексики описываемой терминологии;

3) временной фактор.

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

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

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

И. И. Зубова

СЛОГАН КАК ВСПОМОГАТЕЛЬНЫЙ ФАКТОР СОЗДАНИЯ РЕКЛАМНОГО ОБРАЗА ПАРФЮМЕРНОЙ ПРОДУКЦИИ

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

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

вербального знака – слогана – в формировании рекламного образа товара на примере 210 англоязычных рекламных сообщений товарной категории «Парфюмерия», взятых из глянцевых журналов и Интернета.

Известно, что ключевая роль в выражении основной идеи рекламного сообщения и формировании рекламного образа, как правило, принадлежит слогану. Предварительный анализ вербального компонента материала исследования позволил выделить определенные типы слоганов и продемонстрировал нарушение положений теории структуры рекламного образа. В рекламе парфюмерной продукции слоган является вспомогательным носителем смысла, поскольку преобладающим является нейтральный по смыслу информирующий тип (f=0.81), только констатирующий факт появления нового или наличия уже существующего аромата. Дальнейший анализ вербального знака был связан со слоганами смыслообразующего типа (f=0.19). Прежде всего, такого рода слоганы были исследованы с точки зрения функций, которые они выполняют в рекламном сообщении. В общем массиве рекламных фраз преобладают слоганы с мнемонической функцией (f=0.29). Это связано с желанием производителя парфюмерной продукции прочно внедрить в сознание потребителя название торговой марки. Например, в рекламном сообщении парфюмерной продукции бренда *Aramis* используется слоган *All man is. Aramis*, где рифмуются слова *is* и *Aramis*. Еще одним ярким примером проявления мнемонической функции является слоган *Every woman alive wants Chanel № 5* (*alive – five*). Такая фонетическая организация позволяет сделать слоган хорошо запоминающимся, выделить предмет рекламы среди конкурирующих брендов. Довольно часто слоганы выполняют обобщающую функцию (f=0.25). Они в сжатом виде выражают основную рекламную идею, представленную в визуальных знаках, поэтому их основная задача сводится к тому, чтобы хорошо закрепить эту идею в сознании потребителя и сформировать вполне конкретный образ товара. Например, в рекламе аромата *Miss Dior Cherie* от бренда *Dior* используется слоган *The luxury of freedom,* обобщающий представленную в визуальном компоненте информацию. Следующей важной функцией слоганов смыслообразующего типа является акцентирующая функция (f=0.18). С помощью таких слоганов производители делают акцент на важных свойствах аромата, выделяя свою продукцию на рынке с высокой конкуренцией. Так, рекламный слоган *The new fragrance to live in all year long* акцентирует внимание сразу на двух выгодных для потребителя свойствах аромата *Pure White Linen* от *Estee Lauder*: это ***новый*** аромат, подходящий для ***любого времени года***.

Как показал анализ исследованного массива рекламных сообщений, смыслообразующие слоганы в рекламе парфюмерной продукции выполняют оценочную функцию (f=0.11). Производители формулируют вербальную оценку аромата, используя абстрактные имена существительные и прилагательные в функции эпитетов, создавая определенный образ своей торговой марки и повышая ее престиж. Например, в рекламе аромата *XO Victoria* от *Victoria's Secret* используется слоган *Sheer perfection*. Абстрактное сущест-

вительное *perfection* в сочетании с прилагательным *sheer* выражают самую высокую оценку аромата и повышают интерес потребителей к предмету рекламы. Смыслообразующие слоганы относительно редко выполняют сегментирующую функцию (f=0.1). Например, в слогане рекламы аромата *Primitif* бренда *Max Factor – For the woman who is every inch a female* – не просто сообщается о том, что целевой аудиторией являются женщины, но также делается особый акцент на образе женственности. Редкое употребление слоганов с такой функцией объясняется тем, что в большинстве случаев на целевую аудиторию явно указывает визуальный знак. Реже всего в рекламе парфюмерной продукции используются смыслообразующие слоганы с дифференцирующей функцией (f=0.07). Основная задача таких слоганов в других товарных категориях сводится к выделению предмета рекламы среди конкурирующих брендов. Однако в товарной категории «Парфюмерия» основная смысловая нагрузка приходится на хорошо продуманный и качественно созданный визуальный знак (изображение и цвет), позволяющий производителю выделить свою продукцию среди аналогичных товаров, поэтому в данном случае слоган играет вспомогательную роль. Например, слоган *There's only one joy… the costliest perfume in the world* из рекламы аромата *Joy* бренда *Jean Patou* подчеркивает престиж торговой марки и работает на формирование образа товара, который может приносить потребителю настоящую радость.

Многие слоганы исследованной товарной категории включают в себя название торговой марки, причем часто торговые знаки переходят в разряд имен нарицательных. В большинстве рекламных сообщений парфюмерной продукции (f=0.83) между слоганом и торговой маркой формируется семантическая связь. Именно данный вид связи образует смысловое единство с изобразительной частью рекламного сообщения, создавая при этом глубинную образность. Рассмотрим в качестве примера рекламу аромата *Aura* от *Swarovski.* Слоган *The grace of light* тесно связан с изображением и фоном рекламного сообщения. В качестве визуального компонента используется фотография девушки в легком платье с развевающимися на ветру волосами и изображение предмета рекламы – флакона с ароматом, излучающего свет. Цветовая гамма рекламного сообщения представлена светлыми пастельными тонами. Таким образом, слоган и визуальная часть рекламного сообщения связаны семантически и создают образ легкого аромата. Наряду с семантическим типом связи, между слоганом и торговой маркой может возникать фонетический тип связи (f=0.17). Например, слоган *Release your sensuality* связан с торговой маркой *Soccs* посредством аллитерации. Такой тип связи позволяет быстрее и лучше внедрить имя бренда в сознание потребителей.

Определенный интерес представляет анализ типов ссылок слогана на визуальный знак. В большинстве исследованных слоганов используется косвенная ссылка на визуальный знак, представленный изображением персонажа (f=0.59). Примером может служить реклама аромата *Midnight*

Poison бренда *Dior,* где слоган *A new Cinderella is born* отсылает потребителя к персонажу рекламного сообщения с именем *Cinderella*. В то же время в слоганах рекламы парфюмерной продукции часто делается прямая ссылка на иконический знак, представленный изображением флакона с ароматом (f=0.41). Прямая ссылка достигается путем включения в слоган торговой марки или местоимения, указывающего на изображение товара. В таких случаях слоган напрямую участвует в формировании рекламного образа. Например, в рекламе туалетной воды *Raphael Replique* слоган *Wear Replique. Drive him wild* содержит прямую ссылку на изображение флакона с туалетной водой и подчеркивает, что аромат необходим человеку так же, как одежда.

Все вышесказанное свидетельствует о том, что в рекламе парфюмерной продукции в большинстве случаев слоган является вспомогательным носителем смысла. Так, он может информировать о появлении нового аромата, указывать на целевую аудиторию, ссылаться на изобразительный компонент рекламного сообщения, подчеркивать привлекательные свойства аромата, таким образом, способствуя формированию определенного смысла и закреплению связи между товаром и его образом.

Н. В. Зыгмантович, Е. В. Марковская, Т. А. Филимонова

ОТБОР ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ СЛОВОСОЧЕТАНИЙ ДЛЯ АВТОМАТИЧЕСКОГО АНГЛО-БЕЛОРУССКОГО СЛОВАРЯ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ

Как показывает анализ существующих терминологических словарей, они включают в свой состав три типа лексических единиц – термины-слова, термины-словосочетания и термины-аббревиатуры. При отборе терминов-словосочетаний для их включения в терминологический словарь особую сложность представляет способ представления в словаре терминологического словосочетания. Прежде всего, необходимо решить, включать ли необходимое терминологическое словосочетание отдельной статьей или же давать их составной частью основного термина, являющегося опорным для слова, включаемого в словарь словосочетания. Последний вариант является наиболее приемлемым, так как он позволяет указать словообразовательную и смысловую связь между сочетаниями и исходными терминами, от которых они образованы.

Вторая проблема, связанная с представлением в создаваемом терминологическом словаре терминологических словосочетаний, связана с порядком следования в терминологическом словосочетании составляющих его слов. Такой порядок может быть прямым или инверсным. Это связано также и с выбором опорного слова терминологического словосочетания. В лексикографической практике используют четыре критерия выбора опорного слова терминологического словосочетания.

1. Синтаксический критерий. При этом устанавливается иерархия частей речи. Как правило, в качестве опорных слов избираются существительные или глаголы.

2. Семантический критерий. Опорным словом при этом становится самое важное слово словосочетания.

3. Порядковый критерий. Опорным словом делается первое слово словосочетания.

4. Частотный критерий. При этом словосочетание помещается под наименее частотным словом словосочетания.

Все эти возможные способы строения терминологических словосочетаний и их размещения нашли отражение в созданных терминологических словарях по информационным технологиям. Как показывает практика создания таких словарей, терминологические сочетания занимают в таких словарях более 2/3 всех словарных составляющих созданных словарей.

Так как сейчас существует большое число двух- и трехязычных переводных словарей, для отбора из них терминологических сочетаний для включения в создаваемый автоматический англо-белорусский терминологический словарь по информационным технологиям был использован критерий частотности – в него включались терминологические сочетания, которые встречались чаще всего и в бóльшем числе анализируемых словарей. При этом были детально изучены следующие терминологические словари по информационным технологиям:

1. Савіцкі М. Руска-беларуска-англійскі слоўнік па інфарматыцы і вылічальнай тэхніцы. – Мінск: Гаспадар, 1992;

2. Базовый англо-русский учебный словарь для студентов, изучающих информационные технологии / сост. М. В. Кравченко [и др.]. – Минск: БГУИР, 2009. – 32 с.;

3. Борковский А. Б. Англо-русский словарь по программированию и информатике с толкованиями. – М.: Рус. яз., 1987. – 335 с.

4. Англо-русский словарь по информационным технологиям / сост. С. Б. Орлов. – М.: ИП РадиоСофт, 2010. – 640 с.;

5. Толковый русско-англо-белорусский словарь по информатике. – Минск: Выш. шк., 1991. – 166 с.;

6. Вычислительная техника и новые информационные технологии. Русско-английский терминологический словарь (14 000 терминов на русском и английском языках). – М., 1992. – 131 с.;

7. Баратов И. В. Большой англо-русский и русско-английский компьютерный словарь. Свыше 100 000 терминов, сочетаний.

В итоге было отобрано 4 500 терминологических англо-белорусских словосочетаний, включаемых в создаваемый терминологический словарь. Ниже приведены первые 10 таких терминологических словосочетаний.

abbreviated address installation
спрошчаная інсталяцыя

abend = abnormal end code
код аварыйнага спынення

abend = abnormal end recovery program
аднаўленне

abort sequence
паслядоўнасць спынення

abrupt change
раптоўнае змяненне

abrupt end
аварыйнае заканчэнне

absolute address
абсалютны адрас

absolute addressing
абсалютнае адрасаванне

absolute assembler
абсалютны асэмблер (які вылічае абсалютныя адрасы ў памяці ЭВМ для кожнай каманды зыходнай праграмы і кожнага элемента даных)

absolute cell reference
абсалютны паказальнік на ячэю

Е. И. Ильина, А. Е. Жданович

ОТБОР СОКРАЩЕНИЙ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ СЛОВОСОЧЕТАНИЙ ДЛЯ АВТОМАТИЧЕСКОГО АНГЛО-БЕЛОРУССКОГО ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОГО СЛОВАРЯ ПО ИНФОРМАЦИОННЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ

Большая часть существующих автоматических терминологических словарей включает три типа единиц:

1) термины-слова;

2) термины-словосочетания;

3) термины-аббревиатуры или термины-сокращения.

Использование в словарях терминологических сокращений связано с большими лингвистическими трудностями. При этом необходимо учитывать следующие особенности лексики входного и выходного языков:

1) произношение слов, используемых для сокращения;

2) принадлежность слов, входящих в состав сокращений терминологических словосочетаний, к определенным классам слов;

3) многозначность сокращаемых слов;

4) омонимию сокращаемых лексических единиц;

5) омонимию при расшифровке заголовочного в сокращении слова;

6) стилистическую маркированность заголовочного слова сокращения;

7) сферу использования терминологической лексики создаваемого терминологического словаря;

8) территориальную принадлежность слов исходного языка (например, английский язык – британский, американский, австралийский и т.д.);

9) язык-источник сокращаемых слов;

10) принадлежность сокращенных лексических единиц к определенной части речи;

11) учет всего вышесказанного к словам переводного языка.

Сохранение смысловых соответствий сокращений исходного языка и языка перевода может осуществляться следующими способами: *транскрипцией*, *транслитерацией*, *калькированием* и *экспликацией*.

Использование транскрипции имеет смысл при семантизации инициальных сокращенных единиц текста. Например: *NBC* (*National Broaekasting Company*) ‘эн-бі-сі’; *CNN* (*Cable News Network*) ‘сі-эн-эн’.

Средства транслитерации являются наиболее оптимальным способом семантизации сложноорганизованных аббревиатур. Например: *laser*, *n*, *light amplification by stimulated emission of radiation* ‘лазер’; *UEFA* (*Union of European Football Association*) ‘УЕФА’.

Способ калькирования сокращений заключается в замене составных частей лексической единицы с языка-оригинала их соответствиями в языке перевода. Например: UFO Unidentified flying object ‘НЛА’.

Способ экспликации используется в словарях сокращений для представления в словарях единиц с национально-культурными компонентами. Например: *BYO* (bring your own) (австралийское, новозеландское) ‘ресторан’ (ресторан, который не имеет лицензии на продажу спиртного).

Иногда в двуязычных словарях используются несколько способов семантических сокращений слов.

Анализ с этих точек зрения способов семантизации входных и выходных сокращений был проведен с единицами следующих словарей сокращений:

1. Англа-руска-беларускі слоўнік асноўных скарачэнняў у галіне інфармацыйных тэхналогій для студэнтаў, выкладчыкаў, спецыялістаў, якія займаюцца інфармацыйнымі тэхналогіямі / скл. П. Ю. Бранцэвіч, А. С. Кабайла. – Мінск: БДУІР, 1996. – 58 с.;

2. Кардубан Ю. М. Англійска-беларускі слоўнік скарачэнняў. – Мінск: Тэхналогія, 2010. – 192 с.;

3. Кабайла А. С., Савіцкая Н. Я. Англа-руска-беларускі слоўнік асноўных скарачэнняў у галіне інфарматыкі. – Мінск: БДТУ, 2009. – 70 с.;

4. Борисевич М. Н., Лукина Л. В. Экспресс-словарь компьютерных терминов и сокращений: учеб.-метод. пособие. – Витебск: УО ВГАВМ, 2008.

5. Черепанов А. Т. Англо-русский словарь сокращений по компьютерным технологиям, информатике, электронике и связи. – СПб: БХВ Петербург, 2012. – 800 с.;

6. Добринов С.С. Толковый англо-русский словарь сокращений по информатике и программированию (1750 терминов). – М.: ИНФРА, 1994.;

7. Фадеев С.В. Англо-русский словарь сокращений по компьютерным технологиям (компьютеры, программы, мультимедиа, Интернет). – М.: РУССО, 2000.

Для включения в создаваемый автоматический англо-белорусский терминологический словарь по информационным технологиям были отобраны

260 сокращений, которые встречались в большем числе исследованных словарей сокращений. Ниже приводятся первые 10 включенных в создаваемый словарь сокращений.

A-bus
галоўная шына (магістраль) у мікрапрацэсары

AC = alternating current
пераменны ток

ACC = ACCUMULATOR
акумулятар

ADA
Ада; мова праграміравання ADA

ADP = automatic data processing
аўтаматычная апрацоўка даных

Advanced Power Management (APM)
удасканаленае кіраванне сілкаваннем

AGP = accelerated graphics port
паскораны графічны порт

AIFF = audio interchange file format
фармат файлаў абмену аўдыёданымі; фармат файлаў лічбавага гуку

AIO = asynchronous input-output
асінхронны ўвод-вывад

Algol
Алгол (ад ALGOrithmic Language); мова праграміравання ALGOL

Н. А. Метлицкая

ЭКСПЕРИМЕНТ ПО АВТОМАТИЧЕСКОМУ СОЗДАНИЮ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ ПО КОСМЕТИКЕ И ПАРФЮМЕРИИ

Главной задачей разрабатываемой компьютерной системы является автоматическое порождение англоязычных рекламных текстов по косметике и парфюмерии трех предметных областей: губная помада, тушь для ресниц, шампунь. Для создания данной системы было разработано необходимое лингвистическое и алгоритмическое обеспечение, наделяющее компьютерную систему необходимыми знаниями о структуре и содержании порождаемого текста, а также лингвистическими знаниями, которые позволяют синтезировать правильный на всех языковых уровнях (синтаксическом, лексическом, морфологическом, семантическом) текст.

Лингвистическое обеспечение системы представлено лингвистической базой знаний, которая включает следующие компоненты:

1) главные опорные слова (ГОС) и второстепенные опорные слова (ВОС) исследованных текстов, отражающих их основное статическое содержание;

2) электронный словарь лексических единиц, содержащий 555 словарных статей с указанием морфологических и семантических сведений о каждой лексической единице;

3) семантико-синтаксические формулы исследованных рекламных текстов на формальном языке СЕМСИНТ, на основании которых происходит построение синтаксической структуры предложений, а также их лексическое наполнение с опорой на электронный словарь.

Далее был разработан алгоритм порождения рекламных текстов, который определяет порядок следования операций, выполняемых при планировании содержания текста, а также при выборе лексических и грамматических средств, представленных в лингвистической базе знаний, и их оформление в связный текст. В самом общем виде порождение текста в соответствии с данным алгоритмом предполагает последовательное решение следующих задач:

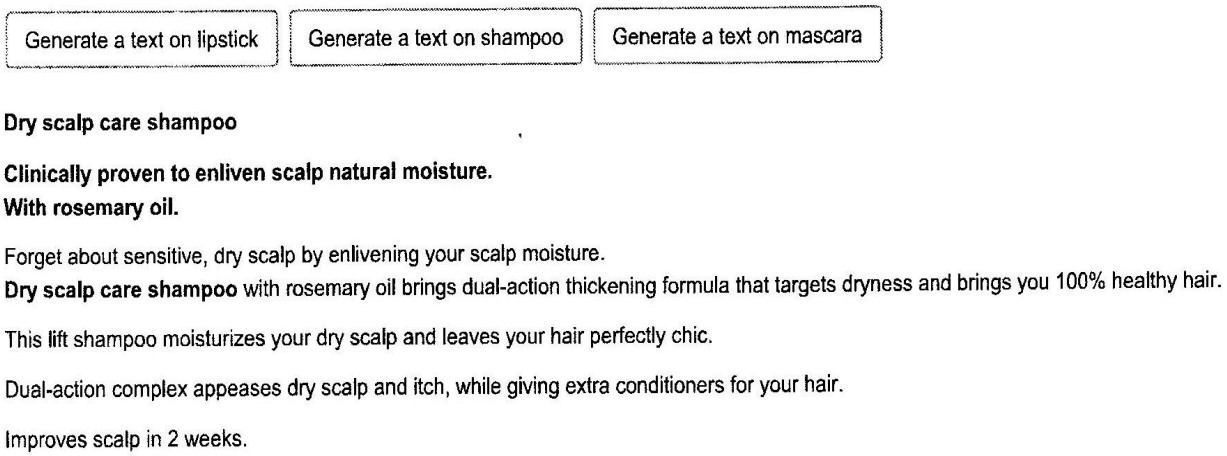
1) определение семантико-синтаксического содержания порождаемого текста (чтение семантико-синтаксической формулы текста);

2) лексическое заполнение семантико-синтаксической формулы текста из электронного словаря в соответствии с семантическими кодами слов;

3) морфологическое оформление каждой лексической единицы в соответствии с указанной в формуле грамматической информацией и грамматическими данными, содержащимися о ней в словарной статье электронного словаря.

Программа для порождения англоязычных рекламных текстов по косметике и парфюмерии реализована на языке программирования JavaScript.

Пример работы программы представлен на рисунке 1.



Пример работы программы автоматического порождения рекламных текстов по косметике и парфюмерии

Структура окна программы очень проста для пользователя и представляет собой три «кнопки», каждая из которых отвечает за создание рекламного текста определенной предметной области: *lipstick* ‘губная помада’, *shampoo* ‘шампунь’, *mascara* ‘тушь для ресниц’. При каждом очередном нажатии на определенную кнопку программа синтезирует новый текст по соответствующей тематике. Для текстов каждой предметной области база знаний системы включает по 10 вариантов семантико-

синтаксических формул, из которых при каждом нажатии кнопки датчиком случайных чисел выбирается одна. Лексическое наполнение выбранной формулы также определяется датчиком случайных чисел, но с учетом семантических кодов слов. Таким образом, очевидным преимуществом созданной системы можно считать очень большое разнообразие порождаемых текстов. Ведь синтезированные тексты отличаются друг от друга не только синтаксической структурой входящих в них предложений, но и словами, которые их образуют.

Анализ порожденных системой рекламных текстов на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях свидетельствует о том, что благодаря разработанной лингвистической базе знаний в целом нам удалось достичь достаточно высокого лингвистического качества создаваемых системой текстов. Во-первых, синтезированные тексты представляют собой корректные семантически произведения, которые соответствуют заявленному пользователем требованию, т.е. порождению текста необходимой тематики (*губная помада*, *шампунь* или *тушь для ресниц*). Во-вторых, все порожденные тексты правильны с точки зрения грамматики (осуществляется согласование подлежащего и сказуемого в лице и числе, правильно употребляются необходимые предлоги и частицы, и т.п.).

Следует обратить внимание на то, что создаваемые тексты полностью соответствуют требованиям, предъявляемым к рекламному тексту как особому типу текстов, т.е. отражают его лингвистические особенности, которые обнаруживаются как в его своеобразной структурной организации, так и в содержании. А именно:

- создаваемые тексты краткие, ибо в рекламной коммуникации реализуется принцип «максимум информации при минимуме слов»;
- все тексты имеют характерную для рекламного текста структуру (включают название рекламируемого продукта, заголовок и основной рекламный текст);
- создаваемые тексты в значительной степени экспрессивны и эмоциональны, что достигается, прежде всего, благодаря наличию лексических единиц эмоционально-оценочного характера.
- в создаваемых текстах достаточно ярко представлен один из основных параметров рекламного дискурса – *диалогичность*. В массмедиальном дискурсе вовлечение адресата в диалог и установление контакта с ним осуществляется такими лексическими средствами, как *личные* и *притяжательные местоимения 1* и *2-го лица.*

Однако в ходе эксперимента в системе были выявлены и некоторые недочеты.

1. В некоторых случаях датчик случайных чисел выбирает одно и то же слово для рядом стоящих в предложении слов с одинаковым семантическим кодом. В результате в порожденных текстах можно встретить предложения следующего вида: *The caring amazing applicator brings a* ***carefree, carefree*** *coverage* ‘Изумительный заботливый аппликатор обеспечивает **беззаботное**, **беззаботное** нанесение’.

2. В процессе анализа обнаружены некоторые нарушения норм лексической сочетаемости. Например, не корректны с точки зрения сочетаемости выражения типа *colorful color* ‘цветной цвет’, *ideally magnificent* ‘идеально великолепный’, *comfortable temptation* ‘комфортное обольщение’, *fascinate ideally* ‘идеально изумлять’.

Полученные во время тестирования результаты позволяют наметить дальнейшие пути повышения качества работы системы, учитывающие выявленные ошибки и связанные, в первую очередь, с усовершенствованием лингвистической базы знаний. В частности, действенной нам видится корректировка семантической классификации лексических единиц словаря системы с учетом лексико-семантической и стилистической сочетаемости слов в связном отрезке речи.

В целом анализ текстов, полученных в ходе тестирования программы, показал, что разработанная система является эффективной, позволяет оперативно порождать рекламные сообщения по выбранной пользователем тематике.

В. Ф. Руцкая

К ВОПРОСУ О ТИПОЛОГИИ ТОПОНИМИЧЕСКИХ СИСТЕМ

Топонимика – важный раздел ономастики, исследующий топонимы – географические названия. Топонимы подвергаются анализу с точки зрения их этимологии, значения, структуры, функционирования в языке. В ходе анализа определяются их ареалы и этапы диахронического развития. Под топонимией понимается совокупность топонимов на определенном географическом пространстве. Топонимия содержит ценные данные для описания исторического развития языка, изучения лексикологии, диалектологии, лингвогеографии. Она помогает описать характер взаимодействия языков, типы языковых контактов, восстановить черты исторического прошлого народов. Поэтому топонимику справедливо называют «языком земли». Среди топонимов выделяют: ойконимы – названия населенных мест; астионимы – названия городов; гидронимы – названия рек; дрионимы – названия лесов; оронимы – названия гор; урбанонимы – названия внутригородских объектов; годонимы – названия улиц; агоронимы – названия площадей; дромонимы – названия путей сообщения. Исходя из величины объектов топонимы подразделяются на макротопонимы и микротопонимы. Существуют также антропотопонимы – названия географических объектов, произведенных от личного имени. По составу топонимы подразделяются на однословные, словосочетания и топонимические фразеологизмы. Они могут иметь простую и сложную структуру. Топонимы могут объединять элементы нескольких языков, относящихся к различным историческим периодам, как, например, *London* – латино-кельтский комплекс (из *Londinium*). Они могут восходить к языкам-субстратам тех народов, которые жили на этой территории в прошлом.

На развитие английского иностранные языки оказали гораздо большее влияние, чем на развитие многих других европейских языков. Английский язык в большинстве случаев отказался от выражения функции слова в предложении с помощью флексий (индоевропейский способ), а нашел для этого другие средства. Топонимия Англии отражает глубокое влияние скандинавских языков. Заимствование и ассимиляция – процесс многогранный, включающий в себя такие аспекты, как грамматическую, орфографическую и лексико-семантическую адаптацию, конечным результатом которой является глубокое усвоение иноязычной единицы, когда говорящие уже перестают воспринимать ее как чужеродный элемент. Классификация, разработанная Э. Хаугеном, позволяет выделить в слое скандинавизмов группу собственно заимствованных слов, в которых иностранные морфемы переносятся полностью, гибридных заимствований, в которых иностранные морфемы переносятся частично, и расширений, т.е. семантических заимствований, в которых полностью подставляются морфемы принимающего языка.

Чтобы определить влияние скандинавских языков на английскую топонимику, был проведен анализ 12 000 английских географических названий. Особое внимание уделялось скандинавским именам нарицательным, которые входят в состав английских топонимов. Данные свидетельствуют о том, что по меньшей мере 908 из 12 000 английских географических названий содержат топонимические элементы скандинавского происхождения. При этом их типичной особенностью является определенная однородность семантики: они соотносятся с объектами окружающей среды (*beck* ‘ручей’, *dale*- ‘долина’ и др.) либо с элементами человеческого жилья (*by, thorp* ‘деревня’, *toft* ‘земельный участок’ и т.д.). Многие скандинавские элементы в составе английских топонимов обозначают различные виды растений, животных и птиц, например, *Birkdale* ‘долина, где растут березы’ или *Grisby* ‘поселение, где разводят поросят’. Наибольшей активностью обладают такие имена нарицательные скандинавского происхождения, как *by*, *thorp*, *dale*, *thwaite*. Большое число топонимических элементов скандинавского происхождения, входящих в состав географических названий Англии, явилось следствием длительного сосуществования двух народностей, а следовательно, двух языков, в результате которого английский язык подвергся значительному скандинавскому влиянию. Элементы скандинавского происхождения используются в составе 908 географических названий в качестве первого или второго компонента. Среди них наиболее часто встречающимися являются *by* (316 английских топонимов), *thorp* (118), *dale* (44), *kirk* (35), *thwaite*, *holme* и *hulme* (по 24), *beck* (16), например, *Riby, Grassthorpe, Rockdale, Bridekirk, Sattrethwaite, Durham, Maplebeck* и др.

Эта же тенденция прослеживается при анализе географических названий местностей. Этимологический анализ 100 топонимов графства Линкольншир свидетельствует о наличии у них ограниченного набора компонентов, проявляющих определенные закономерности комбинаторики. Самыми часто употребляющимися компонентами являются *by* – 28 топонимов, *thorp* – 17 топонимов, а также *tun* – 8 топонимов. В общем скандинавские элементы входят в состав 46 % рассматриваемых топонимов. Показателен тот факт, что

больше половины географических названий образовано от личных имен, как древнеанглийских, так и древнескандинавских (68 %). Топонимы широко используются в художественной литературе и отражают общие тенденции употребления и построения. Так, анализ романа «Pride and Prejudice» Джейн Остин свидетельствует о том, что из 50 выделенных в тексте топонимов 17 имеют скандинавский элемент в своем составе, что образует 34 % от общего количества. Автор также включает в канву романа вымышленные имена (18 из 50), причем 6 из них образованы с помощью компонентов скандинавского происхождения.

Для употребления в речи актуальны коммуникативная и экспрессивная функции топонимов. В составе коммуникативной функции выделяются: идентификация (отождествление), перечисление, адрес (координаты объекта), обращение, выделение, дейксис (указание на объект), дифференциация, описание (характеристика объекта присуща микротопонимам, существенно важным для которых является отражение свойств именуемых объектов). На основании классификации, разработанной Г. Ш. Оразгалиевой для описания тюркоязычных топонимов в прозе А. С. Пушкина, можно выделить следующие случаи употребления топонимов у Дж. Остин.

1. *Топонимы-адреса.* Они стилистически не маркированы и употребляются в номинативной функции и адресной разновидности коммуникативной функции: *Did you go by the village of* ***Kympton?***

2. *Стандартизованные топонимы.* Их основная функция заключается в административно-юридической характеристике объекта: ***Hunsford, near Westerham, Kent.***

3. *Топонимические массивы* (насыщенность топонимов на определенных участках текста): *...their route thither lay:* ***Oxford, Blonheim, Warwick, Kenilworth, Birmingham…***

Топонимическим массивам присуща стилистическая коннотация официальности, и их использование подчеркивает достоверность описания.

4. *Вымышленные топонимы.* Они похожи на реальные топообъекты по своему фонетическому облику и грамматической форме: ***Pemberley and Lambton.***

5. *Образное использование топонимов.* В данном произведении отмечены случаи метонимического употребления топонимов *“My aunt”, she continued, is going into that part of the town, and I shall take the opportunity of calling in* ***Grosvenor street****.*

Метонимический перенос осуществляется по таким моделям, как «место–люди», «место–учреждение», «место–весть», например, *my father supported him at school, and afterwards* ***at Cambridge;*** *she had also asked him to dine* ***at Rosings****…*

К синтаксическим стилистическим средствам можно отнести случаи использования парентезы и инверсии, например: ***to Pemberley,*** *therefore,they were to go.*

6. *Стилистически маркированные топонимы.* Ряд географических объектов может иметь не одно, а два и более названий. Материально похожие, близкие имена, соотносящиеся с одним и тем же именуемым лицом,

объектом, можно рассматривать как номинативные дублеты. Это разные названия объектов, выраженные этимологически, фонетически, морфологически родственными лексемами. К ним можно отнести топонимы-сокращения, представленные в прозе Дж. Остин топонимами-эллипсами. Выпадение одного из компонентов топонима – словосочетания – эллиптирование географического названия происходит в результате экономии речевых средств. *Before any answer could arrive from Mr. Collins, or congratulations to Elisabeth from his wife, the Longbourn family heard that the Collinses were come themselves to* ***Lucas Lodge****. It is nothing in comparison of Rosings, my lady, I dare say; but I assure you it is much longer than* ***Sir William Lucas's.***

Проведенный анализ художественного произведения подчеркивает многообразие функций употребления топонимов и важность их изучения для познания истории страны и изучаемого языка. Топонимы, относящиеся к числу имен собственных, являются языковой универсалией и должны рассматриваться как неотъемлемая часть словарного состава языка.

А. В. Скрябина

ПОИСКОВЫЕ ОБРАЗЫ В СИСТЕМЕ АВТОМАТИЧЕСКОГО ИНДЕКСИРОВАНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Неотъемлемыми компонентами текста являются его смысл и содержание, которые неразрывно связаны между собой. В лингвистике текста среди ученых существуют разные точки зрения при определении смысла и содержания текста. В отличие от смысла, содержание у текста может быть только одно, оно постоянно и неизменно. Ввиду этого факта в нашей работе мы определяем основное содержание текста с помощью методов прикладной лингвистики. Мнения ученых по поводу определения основного содержания текста сильно расходятся, так как нет единого определения «содержания» текста. Содержание понимается и как «психическая ситуация», и как «концептуальная ситуация», «концептуальная схема» или «концептуальная структура», а в ряде случаев как «тема».

Формируя содержание текста, автор проводит выделение элементов описываемой ситуации, придавая им определенные значения для данной ситуации. В итоге содержание текста определяется его денотативной структурой, формируемой в сознании человека, и реализуется в тексте отбором конкретных слов и их распределением по тексту. Причем такой отбор осуществляется таким образом, чтобы потенциальный получатель текста мог сформировать в своем сознании то же представление об описываемом фрагменте ситуации, которое вложил в него автор.

Отбор конкретных слов и включение их в различные типы сочетаний (т.е. конкретизация распределения слов в тексте) проводятся в зависимости от темы текста («о ком (чём) будет текст?»). Тема определяет предметно-тематическую область словаря, где должен вестись поиск указанных слов содержания. Иными словами, тема – это совокупность определенных слов

и словосочетаний, отражающая наиболее существенные составляющие описываемой в тексте ситуации и наиболее важные отношения между этими составляющими. Это как раз то инвариантное, что содержится в тексте и одинаково выделяется и автором текста, и воспринимающими текст. При выделении этого понятийного ядра текста, то есть темы текста, осуществляется так называемое свертывание текста.

Сегодня компьютер в состоянии определить основное содержание любого текста, хранящегося в его памяти. Исходя из этого, задача компьютерного анализа и определения основного содержания текста на естественном языке остается одной из ведущих тем многочисленных теоретических и практических исследований в области компьютерной лингвистики. В нашей работе мы используем статистический метод для определения основного содержания текста.

Всего для анализа мы отобрали 80 англоязычных новостных публицистических текстов по теме «Культура», выделив более узкие тематики в данной области. Источниками послужили англоязычные интернет-ресурсы, посвященные публицистическим текстам, такие как www.bbc.com и www.theguardian.com. Все текстовые единицы по данной тематике были разделены на десять групп на основании тематической принадлежности публицистических текстов. Более узкие тематики были выделены на основании тематической классификации текстов на специализированном интернет-портале www.theguardian.com.

В отобранном нами материале тексты представлены довольно однородно. Наиболее многочисленная группа состоит из монотематических текстов – «Film» (15 %), «Music» (13 %), «Theater» (13 %).

Политематические тексты составляют вторую по численности группу (15 %): «TV & Dance», «TV & Music», «Photography & Books», «Photography & Film», «Film & Fashion».

Д. В. Степанова

ПРЕИМУЩЕСТВА И ВОЗМОЖНЫЕ ЗАТРУДНЕНИЯ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ПАРАЛЛЕЛЬНЫХ ТЕКСТОВ В ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Появление новых отраслей науки и знания, стремительный рост информационного обмена на иностранных языках, повышение требований к качеству перевода при сокращении сроков на его выполнение ставит переводчика в достаточно жесткие условия. В целях повышения качества перевода и решения отдельных переводческих задач в последнее время в мировой практике все большую популярность приобретает корпусный подход, который основывается на использовании электронных корпусов параллельных текстов. Возможность применения такого подхода к проведению лингвистических исследований в общем и к переводу в частности обусловлена тем фактом, что благодаря постоянному совершенствованию компьютерных технологий и обеспечению широкого доступа к персо-

нальным компьютерам и Интернету, специалисты имеют возможность оперативно выполнять различные операции с объемными электронными текстами.

Отличительной чертой корпусного подхода является возможность обращения исследователей к реальному употреблению языковых единиц. В последнее десятилетие автоматический перевод научно-технических текстов получил новый серьезный импульс благодаря разработке и внедрению новой технологии машинного перевода Translation Memory, или технологии переводческой памяти, которая позволяет накапливать и использовать ранее переведенные текстовые фрагменты. Данная технология опирается на алгоритм поиска словоформ, словосочетаний или целых фрагментов текстов исходного языка в базе переведенных ранее текстов, или в корпусе параллельных текстов, с целью нахождения переводных эквивалентов. Специфика рассматриваемого метода связана с тем, что источником переводных эквивалентов является не некоторая база заранее переведенных словосочетаний, а конкретный перевод некоторого исходного предложения при условии параллельной сегментации исходного текста и его перевода по предложениям. При этом специалисты основываются на положении, что для достижения качественного перевода при наименьших затратах времени невозможно обойтись без знаний и навыков переводчика-человека. В связи с этим для нахождения верных эквивалентов в языке перевода лексическим единицам в исходном языке необходимо обратиться к уже готовым переводам текстов различной тематики. При работе над переводом текста человек не только использует словарь, но и учитывает экстралингвистическую ситуацию, микро- и макроконтексты, устанавливает, в каких значениях употреблены многозначные лексические единицы.

Использование корпусного подхода при переводе имеет ряд преимуществ:

1) корпус параллельных текстов может служить репрезентативным источником переводных эквивалентов для новых терминов, которые еще не зафиксированы в бумажных словарях, но уже активно используются специалистами определенной области знания;

2) электронный корпус параллельных текстов является удобным средством по оперативному, объективному и точному выбору вариантов перевода, поскольку такие тексты могут постоянно пополняться и отражать последние тенденции в языке;

3) в состав корпуса параллельных текстов входят оригинальные, естественные тексты, которые порождаются для координации деятельности людей в той или иной референтной ситуации, что определяет такое важное достоинство такого корпуса, как реалистичность;

4) благодаря реалистичности корпусов параллельных текстов, которые содержат актуальную информацию о некоторой области знания, переводчик при обращении к корпусу может не только узнать значение слова и его сочетаемость с другими словами, но и получить информацию об употреблении этой лексической единицы в определенном контексте;

5) корпусы параллельных текстов помогают разрешить проблему многозначности терминов при переводе, а также позволяют при наличии синонимичных вариантов переводов найти наиболее распространенный среди специалистов термин;

6) технология переводческой памяти избавляет переводчика от необходимости повторно переводить идентичные фрагменты текста, входящие в разные документы;

7) системы с переводческой памятью дают возможность установления единства терминологии при работе нескольких переводчиков над текстами определенной тематики.

Несмотря на все положительные характеристики рассматриваемого подхода к автоматическому переводу, существует ряд затруднений при разработке и применении систем с переводческой памятью.

Одной из основных проблем таких систем машинного перевода является параллельная сегментация, или установление соответствий между текстом оригинала и его переводом или переводами на уровне слов, предложений, абзацев или целых текстов. Стыковка текстов может осуществляться вручную или автоматически. Специалисты, занимающиеся проблемами разработки программного обеспечения для решения этой задачи, пока еще делают первые шаги в этой области и опираются, в основном, на структурное сходство оригинального текста и его перевода. Специалисты выделяют три подхода к автоматическому или полуавтоматическому выравниванию параллельных текстов: лингвистический, статистико-вероятностный и параллельная сегментация исходного текста и текста перевода.

Среди прочих проблем использования технологии переводческой памяти можно выделить необходимость постоянного пополнения баз данных достаточно большими массивами параллельных текстов разной тематики, а также автоматическое распространение неточностей, при их наличии, на весь проект.

Все вышеперечисленное дает нам право утверждать, что использование технологии переводческой памяти при автоматическом переводе научно-технических текстов способствует повышению качества машинного перевода, основанного на правилах, за счет, в первую очередь, точности перевода терминологической лексики, при общем сокращении времени, необходимого на выполнение перевода, и уменьшении объема работы переводчика.

М. В. Чернышевич

АВТОМАТИЧЕСКОЕ РАСПОЗНАВАНИЕ НЕДОСТОВЕРНЫХ МНЕНИЙ В СООБЩЕНИЯХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

В связи со стремительным ростом популярности социальных платформ для общения пользователей коммерческие компании и публичные деятели стали уделять большое внимание присутствию собственных названий и имен в социальных сетях. По данным компании Altimeter в 2016 г. 38 % коммерческих компаний инвестировали в рекламу в социальных сетях более

20 % всего бюджета на рекламу. Огромное количество пользователей, большие возможности инвестирования, а также отсутствие проверки достоверности сообщения или отзыва сделали социальные сети и сайты отзывов целью для мошеннических атак. Так, из 4840 профилей, созданных от имени известных компаний, 19 % являются «поддельными». Их создатели стремятся заработать на популярности других брендов или повлиять на мнение пользователей о товарах, услугах и др. Кроме того, спам (его подробное определение дается ниже) – это дешевый способ размещения в социальных сетях ссылок для поднятия рейтинга (PageRank) сайта в поисковых системах.

Спам-сообщения, которые в большом количестве присутствуют на целевых интернет-ресурсах и являются крайне нежелательными для обработки системой автоматического сентимент-анализа текста (АСАТ), можно разделить на следующие группы:

тип 1 (недостоверные отзывы) – отзывы, в которых автор намеренно дает заведомо ложную информацию, хвалебную или критическую, с целью обмануть читателя или систему автоматического сентимент-анализа;

тип 2 (реклама) – рекламные сообщения, которые чаще всего описывают бренд, а не отдельные товары и услуги, и являются результатом автоматической генерации. Например, *@Sephora: Amazing Clinique Acne Solutions Healing Gel. Use code SPOTGEL @ for more info visit our app http://t.co/cL0kPG*;

тип 3 (контент низкого качества) – к данному типу мы будет относить сообщения, в которых присутствует большое количество «мусорных» слов, не закрепленных в словаре анализируемого ЕЯ (и в списках сленговых слов) и затрудняющих понимание всего высказывания, например, *02 acura tl### Fully loaded## Sunof!!! http://u.co/PfGjsh*.

Все эти типы сообщений мы будем далее объединять названием *спам-сообщения*.

Так как сентимент-анализ предполагает агрегацию субъективных мнений реальных пользователей, то фильтрация спам-сообщений является важным этапом системы АСАТ. Анализ показал, что сообщения типа 2 и 3 легко могут быть идентифицированы экспертом и размечены в корпусе для последующего обучения классификатора разрабатываемой системы. Сложнее дело обстоит с сообщениями типа 1, так как они зачастую написаны реальными людьми и их сложно отличить от настоящих отзывов без анализа метаинформации (внетекстовой информации), такой как, например, количество отзывов об одном и том же бренде (продукте) от одного и того же пользователя или дубликаты отзывов от разных пользователей. Сбор и анализ подобной метаинформации значительно усложняет архитектуру системы АСАТ. Кроме того, следует учитывать, что частота сообщений типа 1, как оказалось, значительно меньше, чем сообщений других типов, поэтому целевая система АСАТ должна в первую очередь фильтровать сообщения типов 2 и 3.

Задача идентификации спама решается как задача классификации с использованием методов машинного обучения с учителем, а это требует наличия обучающего корпуса, состоящего из сообщений пользователей, аннотированных метками класса «спам» и «не спам». Несмотря на то, что, спам-сообщения довольно легко распознать эксперту, разметка корпуса,

учитывая, что он должен быть достаточно большого размера, является очень трудоемким процессом, и его желательно автоматизировать. С этой целью было выбрано 7 178 685 произвольных сообщений. Для автоматического формирования из них выборки сообщений, принадлежащих классу «спам», были сформулированы на основании проведенного анализа следующие критерии.

- *Повторяемость в выборке более 20 раз (полные или частичные дубликаты):* данный критерий позволяет выбрать автоматически сообщения, которые чаще всего соответствуют спам-сообщениям типа 2. Например, в исходной выборке 1 590 раз встретилось сообщение *check this out! I made $300 today so far URL* ‘Зацени-ка это! Я заработал сегодня 300$ URL’.
- *Отношение «мусорных» слов сообщения к общему количеству его слов более чем 0.3:* данный критерий позволяет выделить спам-сообщения типа 3.
- *Наличие устойчивых конструкций, указывающих на рекламный характер сообщений и, таким образом, на их соответствие спам-сообщениям типа 2:* это конструкции типа

available online . URL* ‘доступен онлайн .* URL’,
special price . URL* ‘специальная цена .* URL’,
visit our website . URL* ‘зайдите на наш сайт .* URL’,
contact us . URL* ‘свяжитесь с нами .* URL’ и др.

Всего разработано 26 паттернов, ориентированных на данный критерий.

Отметим, что сообщение помещалось автоматически в формируемую выборку, если оно удовлетворяло хотя бы одному из представленных критериев. Для формирования выборки сообщений, относящихся к классу «не спам», из множества сообщений пользователей, не попавших в первую выборку, было взято произвольным образом 8 000 уникальных сообщений, т.е. повторяемость которых равна 1. Кроме того, из оставшегося множества вручную было размечено еще 10 000 сообщений пользователей, одна часть которых попала в первую выборку, а другая – во вторую. Таким образом, было выбрано всего 25 583 сообщений (10 214 для класса «спам» и 15 369 для класса «не спам»).

Имея обучающую выборку, система, основанная на методах машинного обучения с учителем, далее автоматически создает для себя набор правил, используемых ею для обучения классифицирующего алгоритма или просто классификатора, т.е. в конечном счете, для решения целевой задачи, в данном случае – распознавания спам-сообщений в неаннотированных сообщениях. При этом ключевую роль играет набор признаков, которыми оперирует классификатор, а формирование и обоснование этого набора – функция эксперта, и она реализуется путем тщательного анализа обучающей выборки.

В качестве классифицирующего алгоритма в данной работе выбран метод опорных векторов (SVM), так как он показал наилучшее качество и наибольшую скорость обработки выборки. Для обучения классификатора было исследовано большое количество признаков, предложенных в различных работах. В конечном счете сформированное пространство признаков включило в себя такие лексические, стилистические, синтаксические и статистические признаки, как:

- бинарные признаки наличия или отсутствия униграмм и биграмм в сообщении;

- количество хэш-тэгов в сообщении;
- количество ссылок в сообщении;
- количество смайлов в сообщении;
- количество слов в сообщении;
- отношение количества слов сообщения, принадлежащих словарю ЕЯ, к общему количеству слов сообщения;
- количество CAO-отношений в сообщении;
- количество личных местоимений в сообщении;
- отношение количества слов сообщений, написанных с заглавной буквы, по отношению к общему количеству в нем слов;
- отношение количества слов сообщения, написанных с маленькой буквы, по отношению к общему количеству в нем слов.

Тестирование разработанного модуля фильтрации спам-сообщений показало следующие оценки эффективности его работы на контрольной выборке: точность 98,76 % и полнота 97,68 %.

Анализ результатов обработки данным модулем пользовательских сообщений показал, что спамом являются около 35 % сообщений из социальной сети Twitter (714 из 2059), около 20 % сообщений из сети Facebook (382 из 1986) и около 2 % – из форумов Fixya и Amazon (45 из 2533).

Н. Г. Швец

ВЗАИМОСВЯЗЬ ВЕРБАЛЬНЫХ И ВИЗУАЛЬНЫХ СОСТАВЛЯЮЩИХ КРЕОЛИЗОВАННОГО ТЕКСТА

Стремительное развитие новых информационных технологий значительно расширило круг интересов лингвистики, выдвинуло в качестве одной из первоочередных задач всестороннее исследование языка во всем многообразии его связей с кодами других семиотических систем.

В последние годы в лингвистике текста объектом лингвистического исследования становятся так называемые креолизованные тексты, т.е. тексты, фактура которых состоит из двух частей: вербальной и невербальной. Обращение к невербальным средствам связано с поиском закономерностей текстообразования, выявлением роли этих средств в организации прагматического воздействия текста на адресата, необходимостью более полного извлечения текстовой информации.

Мир креолизованных текстов чрезвычайно многообразен. Он охватывает тексты газетно-публицистические, научно- технические, тексты-инструкции, иллюстрированные художественные тексты, афиши, комиксы, карикатуру, шарж, плакаты, открытки, географические карты и др. К креолизованным текстам относятся и печатные рекламные объявления, содержащие иллюстрацию.

Динамика взаимоотношений вербальных и визуальных элементов в рекламном объявлении весьма разнообразна и определяется видом рекламы. Американский исследователь Р. Бартес выделил два наиболее часто встречающихся типа отношений текста и изображения: *якорь* и *реле*. При первом типе

отношений текст подобно якорной цепи обеспечивает твердую связь между изображением и объектом рекламного обращения, конкретизируя место, время и т.д. При отношениях типа *реле* текст и изображение взаимосвязаны. При этом каждый вносит свой вклад в общее сообщение.

В. В Сазонов и Н. Б. Шошников выделяют следующие типы функциональных отношений между вербальной и визуальной информацией.

1. Отношение *воспроизведения*. При таком типе отношений свойства, признаки, присваиваемые объекту в тексте и на изображении, полностью совпадают.

2. Отношение *дополнения*. В этом случае свойства, приписываемые объекту в тексте и на изображении, не совпадают и не противопоставляются, а дополняют друг друга.

3. Отношение *противопоставления*. Основной характеристикой этого типа функционального отношения является несовпадение и противопоставленность свойств, приписываемых объекту в тексте и на изображении.

4. Отношение *выделения*. При таком типе функционального отношения свойства, приписываемые объекту в тексте, составляют лишь часть свойств, используемых для описания объекта на изображении.

Л. Барден расширяет понятие соотношения между вербальным и изобразительным компонентами в зависимости от характера передаваемой в них информации – денотативной и коннотативной. Ученый устанавливает четыре чипа корреляции.

1. Изображение и вербальный комментарий выражают денотативную информацию. Этот тип корреляции характерен для информационного сообщения.

2. Изображение выражает денотативную информацию, вербальный комментарий передает коннотативную информацию. Данным тип присущ иллюстративному сообщению.

3. Изображение выражает коннотативную информацию, вербальный комментарий – денотативную информацию. Этот тип корреляции характерен для комментирующего сообщения.

4. Изображение и вербальный комментарий выражают коннотативную информацию. Данный тип корреляции наблюдается в символическом сообщении.

С. Д. Зауэрбир описывает соотношения между изображением и вербальной частью в зависимости от их референтной соотнесенности. Сюда относятся:

1) *параллельная корреляция*, при которой содержания рисунка и вербальной части полностью совпадают;

2) *комплиментарная корреляция*, при которой содержания иконической и вербальной частей частично перекрывают друг друга;

3) *субститутивная корреляция*, при которой иконическая информация замещает вербальную информацию;

4) *интерпретативная корреляция*, при которой между содержанием вербальной и иконической частей нет прямых точек соприкосновения, и эта связь устанавливается на ассоциативной основе. Эти виды корреляции поразному представлены в различных сферах коммуникации.

Изображение в рекламном объявлении позволяет иллюстрировать передаваемый смысл не только прямым образом, но и косвенно. Е. В. Черневич выделяет следующие виды формально-логических отношений между изображенной ситуацией и ее словесным содержанием.

1. Отношение *синонимии* может иметь место в том случае, когда содержанием визуального материала является сам объект сообщения. К такому решению при рекламировании вещи, как правило, обращаются в двух случаях: когда потребителю предлагается новый товар и необходимо его продемонстрировать и когда показ товара лицом наиболее выигрышен. При этом существуют разные способы изображения вещи: вещь как целое, часть вещи (деталь, фрагмент), состав вещи, вещь в среде, вещь в действии, вещь и потребитель и т.п., т.е. объектом визуального текста в таком случае может стать все то, что можно увидеть в вещи, рядом с ней и по поводу нее.

2. Отношение, при котором изображение является *метафорой* рекламного текста. В этом случае изображенные в визуальном тексте предметы или ситуации не имеют портретного сходства с передаваемым содержанием, а являются его некоторым образным эквивалентом. Основную информацию здесь несут не сами предметы, а их отдельные свойства, функции, процессы и т.п.

3. Отношение *метонимии* предполагает замену в визуальном тексте одного объекта другим, имеющим причинную связь с первым.

4. Отношения *расширения* и *сужения*. Для визуальных текстов отношение расширения имеет место в том случае, когда изображенный в рекламном объявлении объект относится к объекту, являющемуся содержанием сообщения, как родовой к видовому. При отношении сужения это отношение обратно.

5. Отношение а*нтонимии* предполагает отношение контраста, которое возникает при сравнении двух противоположных понятий.

Чаще всего рекламные объявления построены на использовании нескольких перечисленных семантических трансформаций.

Между компонентами креолизованного текста устанавливаются определенные семантико-композиционные отношения, которые проявляются в порядке расположения вербальных и невербальных элементов в содержательной и формальной структурах текста.

Участвуя в раскрытии темы, композиционном строении текста, иконические элементы соотносятся в содержательном плане с разными частями вербального компонента (например, связь изображения с буквой, со словом, словосочетанием, предложением или его частями, с одним или несколькими абзацами и т.д.).

В графической организации текста между вербальными и невербальными компонентами устанавливаются различные визуальные связи (место расположения вербальных и невербальных компонентов на листе, последовательность их расположения по отношению друг к другу и т.д.).

Перечисленные связи вербальных и иконических средств создают визуальный синтез креолизованного текста, а также помогают устанавливать и поддерживать в нем смысловые связи. Исследователи отмечают, что эффективное сочетание в рекламе вербального знака и иллюстрации возможно лишь в результате длительной работы по разработке композиции рекламного объявления. И проблема такого эффективного сочетания остается все еще нерешенной.

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

С. В. Ковалёнок, М. А. Руденя

ВЛИЯНИЕ НА КРАТКОВРЕМЕННУЮ ПАМЯТЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ИНОСТРАНЦЕВ В УЧЕБНЫЙ ПРОЦЕСС

В последнее время все больше внимания уделяется вовлеченности студентов в учебную деятельность и тому, как она влияет на усвоение, запоминание материала. Существуют разные трактовки этого понятия: например, Н. Бердяев понимает под вовлеченностью творческий акт, Ландсберг рассматривал вовлеченность как акт особого рода, идущий не через социум или коллектив, а через личность, Э. Мунье видел связь между вовлеченностью и ролью труда в жизни человека, Ж. Ламбер считал, что вовлеченность – это состояние энергии (активации), переживаемое человеком по поводу деятельности, связанной с потреблением. Таким образом, вовлеченность – это особенное состояние естественной концентрации внимания на определенном предмете, при котором появляется мотивация к работе и действиям, необходимым для решения поставленной задачи.

Цель нашего исследования – установить взаимосвязь между объемом кратковременной вербальной памяти (КП) студентов-иностранцев, изучающих русский язык, и их вовлеченностью в учебный процесс, а также определить факторы, влияющие на количественные и качественные показатели КП.

Для достижения указанной цели была проведена следующая работа: составлено 2 текста, один из которых о стране изучаемого языка, а второй – о родной стране учащегося или его одногруппника; в текстах были выделены предложения, которые передают основное содержание; были подготовлены карточки с 20 словами по каждому тексту и определения к ним, каждое слово имело определенный номер.

Работа над каждым текстом велась в три этапа. Между ними делались паузы в течение 3–5 минут. На первом этапе респондентам в течение 1 минуты показывались слова с определенным номером и определением. Испытуемые должны были запомнить слово и цифровое обозначение, а затем воспроизвести их. Все допущенные ошибки фиксировались также и самими учащимися. На втором этапе были показаны только номера, а испытуемые должны были сказать слово, которое они запомнили под этим номером. Ошибки также фиксировались испытуемыми. На третьем этапе учащимся нужно было прочитать сам текст. Объем запоминаемого текстового материала соответствовал требованиям 1-го сертификационного уровня владения русским языком. Время экспозиции – 5 минут. Испытуемый должен был постараться запомнить выделенные в тексте предложения и воспроизвести их максимально близко к оригиналу, соблюдая указанную последовательность.

Обработка результатов исследования проводилась по схеме: сначала подсчитывался коэффициент КП зрительной вербальной памяти по формуле отдельно для каждого из трех этапов заданий (КП=(x:n) умножить на 100 %, где X – количество правильных воспроизведений; N – общее количество предъявляемых единиц). Общий коэффициент КП рассчитывался по формуле: КОП = (КП1+КП2+КП3):3.

Всего в исследовании участвовало 29 студентов третьего курса иностранного отделения переводческого факультета МГЛУ. Это учащиеся из Китая, Туркменистана, Вьетнама, Кореи, Турции, Бельгии, Азербайджана. Уровень владения русским языком варьировался от В1 до В2, что, безусловно, сказалось на результатах исследования. Более низкий уровень владения русским языком свойственен для учащихся из Китая и Вьетнама. Таким образом, к факторам, влияющим на качество запоминания информации, можно отнести: уровень владения русским языком респондентами, индивидуальные особенности восприятия ситуации участниками, межличностные отношения в группе, национальные стереотипы.

По результатам выполненных частей эксперимента была составлена таблица, в которой отражены коэффициент эффективности КП каждого испытуемого, общий коэффициент КП, вовлеченность в предложенный материал, качество содержания правильно воспроизведенных элементов третьего этапа (табл. 1).

Таблица 1

Результаты выполненного эксперимента

Студент из	Воспроизведение информации 3-го этапа эксперимента, где 1 – информация о России, 2 – о родной стране	Интерес к информации из текстов 1 и 2	Коэффициент эффективности КП, %	Общий коэффициент КП
1. Китая	2	2	35	9
2. Китая	2	2	50	10
3. Китая	2	2	35	9
4. Туркменистана	2	2	40	9,3
5. Туркменистана	2	2	60	10,6
6. Китая	2	2	25	8,3
7. Туркменистана	2	2	50	10
8. Туркменистана	1=2	2	65	11
9. Китая	1	2	15	7,6
10. Китая	2	2	10	7,3
11. Китая	1=2	2	30	8,6

12. Китая	2	2	15	7,6
13. Китая	1=2	2	20	8
14. Вьетнама	2	2	15	7,6
15. Бельгии	2	2	35	9
16. Бельгии	2	2	45	9,6
17. Кореи	2	2	50	10
18. Азейбарджана	2	2	40	9,3
19. Туркменистана	2	2	40	9,3
20. Туркменистана	2	2	50	10
21. Турции	2	2	30	8,6
22. Туркменистана	1=2	2	45	9,6
23. Турции	2	2	20	8
24. Турции	2	2	25	8,3
25. Китая	1	2	30	8,6
26. Китая	2	2	15	7,6
27. Китая	1=2	2	10	7,3
28. Турции	1	2	20	8
29. Турции	0	2	25	8,3

В результате была найдена положительная корреляция между вовлеченностью иностранного студента в учебный процесс и усвоением учебного материала. Нами также были подсчитаны проценты среднего коэффициента КП по странам (табл. 2). Цифровой показатель свидетельствует о том, что первый текст о родной стране учащегося был усвоен лучше, так как предложения излагались последовательнее и близко к оригиналу. В личной беседе учащиеся сказали, что слова о России помогали запомнить материал, но текст о родной стране было запоминать интереснее.

Таблица 2

Сводная таблица среднего коэффициента КП по странам

Страна	Общий балл по заданию 3-го этапа	Средний коэффициент КП, %
1. Китай	5	25
2. Туркменистан	10	50
3. Вьетнам	3	15
4. Бельгия	8	40
5. Турция	5	24
6. Азейбарджан	8	40
7. Корея	3	15

Исследование взаимосвязи вовлеченности учащихся и запоминания материала нельзя считать завершенным, так как для полноты информации в будущем необходимо провести эксперимент, направленный на установление коэффициента долговременной памяти с последующим сравнением результатов, полученных в результате двух экспериментов.

Т. А. Козлова

ОТРАЖЕНИЕ ПОНЯТИЯ *МОРАЛЬНЫЕ КАЧЕСТВА* В ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ И РЕЛИГИОЗНЫХ ИСТОЧНИКАХ

Существование любого объединения людей (этнического, социального, профессионального) характеризуется наличием определенных норм и правил, которые регулируют отношения между членами данных объединений. Такие правила могут быть оформлены юридически в виде свода законов, а могут быть закреплены в нормах морали и нравственности. Особенностью последних является то, что, несмотря на отсутствие фиксации в письменном виде, все члены объединения понимают, когда происходит нарушение данных норм. Этим обусловлена сложность определения объема понятий *мораль* и *нравственность*, а также понятия *моральные качества*, которые должны быть присущи членам объединения.

Одним из главных институтов, которые способствуют формированию и укреплению моральных качеств в сознании индивида, является церковь. Именно поэтому представляется важным отражение понятия *моральные качества* в религиозных и лексикографических источниках.

Согласно Национальной статистической службе Великобритании, по результатам последней переписи населения, проведенной в 2011 г., 59 % населения являются христианами, 5 % – мусульманами, 25 % – неверующими.

Несмотря на разнообразие христианских направлений, для всех важны категории добра и зла, которые в преломлении к человеку и его деятельности находят отражение в добродетелях и грехах. В «Католической энциклопедии» говорится о том, что, начиная со Средневековья, выделяют четыре основные добродетели (сами добродетели неоднократно упоминаются в Священном Писании): благоразумие, справедливость, умеренность и мужество. Благоразумие помогает распознать истинное благо и выбрать правильные средства для его совершения. Справедливость предполагает установление должных отношений к Богу, ближнему и самому себе. Умеренность обеспечивает господство воли и разума над эмоциями и инстинктами, а мужество – твердость в преодолении трудностей и постоянное стремление к добру. Указанные добродетели помогают человеку быть «ответственным за достижение своих жизненных целей и осуществление смысла своего существования».

В то же время у человека всегда есть выбор – стремиться к добру или злу. Последнее проявляется в греховности человека. Существуют различные

классификации грехов, но наиболее тяжкими признаются смертные грехи, так как они предполагают осознанный и добровольный отказ от «следования воле Бога и установленной Им иерархии ценностей» и при этом являются основой для других грехов. В энциклопедии «Религия» в статье «Грех смертный» говорится, что христианство выделяет семь смертных грехов: гордыню, скупость, вожделение, зависть, чревоугодие и пьянство, гнев, лень.

Для сопоставления перечисленных в религиозных источниках моральных качеств с теми, которые содержатся в лексикографических источниках, обратимся к Большому академическому словарю, где мораль определяется как *совокупность принципов и норм поведения людей по отношению друг к другу и к обществу; нравственность*. Таким образом, мораль предполагает взаимодействие членов общества, действия по отношению к другому.

На основе данного определения и данных идеографического словаря Роже методом сплошной выборки из словаря «Oxford dictionary of English» (2003, объем 355 000 слов) и наиболее полного словаря в 12 томах «The Oxford English Dictionary» (1961) была отобрана 391 лексическая единица, обозначающая моральные качества в английском языке: 182 слова обозначают положительные качества, 209 – отрицательные качества. Группировка лексем осуществлялась на базе указанных выше добродетелей и смертных грехов, репрезентирующих противоположные моральные качества. Таким образом, положительные моральные качества в лексикографических описаниях представлены в 12 объединениях, самым многочисленным из которых (37 лексических единиц) является объединение слов, обозначающих общие понятия нравственности, подразумевающие отсутствие греховности, наличие понимания добра и зла. Следующая многочисленная группа слов отражает доброжелательное отношение к другим людям и представлена 31 лексемой. Количество лексем, репрезентирующих одну из самых важных человеческих добродетелей – *мужество,* составляет 30 единиц. Значительной по количеству включаемых единиц является группа слов, обозначающих *честность* (19 лексем). Данная группа слов семантически близка группе слов в количестве 13 единиц, отражающих добродетель *справедливость*. Кроме того, многочисленными по наполненности являются группы слов, обозначающие моральные качества *верность* (14 лексем), *вежливость* (12 лексем), *внимательность* (6 лексем). Группа лексем, обозначающих моральную категорию *долг*, представлена 5 единицами, моральное качество *трудолюбие* – 2 единицами. Изолированное положение занимает лексическая единица *patriotism*.

Отрицательные моральные качества представлены 209 лексемами, которые могут быть объединены в 15 групп. Наиболее многочисленная из них представлена словами, которые обозначают отсутствие нравственности в человеке – 29 единиц. Недоброжелательное отношение к другим людям выражается с помощью 25 лексем. Такие качества тесным образом связаны и со смертным грехом *гордыня*, который представлен 12 лексемами, и с предпочтением собственных интересов интересам других (12 лексем). Полярными по отношению к добродетели *умеренность* являются смертные грехи

похоть и *скупость*, которые представлены 19 и 20 лексемами соответственно, причем последняя группа включает также и качества, которые формируются в результате скупости. Кроме того, отсутствие умеренности в поведении представлено в лексикографических источниках 23 лексемами. Схожей по численности является группа слов, используемых для обозначения качества, противоположного честности, – *лживости* (18 единиц). Группы слов, обозначающие моральные качества *грубость* и *ненадежность*, по количеству включаемых единиц приблизительно равны своим положительным коррелятам и состоят из 13 и 5 единиц соответственно. Особое внимание обращают на себя такие объединения слов, которые по количеству включаемых единиц резко противопоставлены своим положительным коррелятам. К таким группам относятся объединения, репрезентирующие моральные качества *невнимательность* (11 слов), *несправедливость* (8 слов), *трусость* (5 слов), *лень* (5 слов), *неверность* (4 слова).

Интересной для рассмотрения представляется группа слов, обозначающих добродетель *умеренность*. 19 лексических единиц не формируют однородной группы, так как отражают воздержанность от земных благ *temperance* и материальных благ в частности (8 лексем: *bounteousness, bountifulness, charitableness, generosity, large-heartedness, munificence, munificency, open-handedness*), воздержанность от плотских утех (4 лексемы: *chastity, maidenhead, purity, virginity*), а также умеренность в мыслях, словах и поведении (6 лексем: *demureness, humbleness, humility, lowliness, meekness, modesty*). Более того, значения лексем *bounteousness, bountifulness* и *charitableness* определяются не только как качества, которые предполагают, что человек добровольно делится своими материальными благами, но и в целом доброжелательное отношение к людям. Однако в современном употреблении этих лексем именно сема ‘щедрость’ указывается в первом значении лексикографических дефиниций.

Значение лексемы *purity* также отличается от значений лексем *chastity, maidenhead* и *virginity*: в словарной дефиниции указано, что этим словом называется и качество моральной чистоты в широком понимании.

Сопоставление лексикографических данных и информации из религиоведческих энциклопедий показывает, что понятие *моральные качества* в общественном понимании выходит за рамки понимания основных добродетелей (количество лексем, репрезентирующих эти добродетели, составляет 62 единицы, или 33 % от числа положительных моральных качеств). Однако группы слов, репрезентирующие данные добродетели, многочисленны по составу. Исключение составляет добродетель *благоразумие.*

Количество лексем, репрезентирующих смертные грехи, составляет 54 единицы (26 % от общего числа отрицательных моральных качеств). Такие смертные грехи, как *обжорство, гнев, зависть* не представлены лексическими единицами, отражающими моральные качества. На наш взгляд, этот факт демонстрирует, что в обыденном понимании моральные качества направлены на взаимодействие людей, в то время как с религиозной точки зрения важна в том числе работа и над совершенствованием себя.

А. А. Романовская

АНТИЧНЫЙ СИМВОЛ КАК ЯЗЫКОВОЙ И КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

1. Символ как языковой и культурный феномен многократно становился объектом обсуждения разных наук, в том числе и лингвистики. Однако несмотря на продолжающиеся дискуссии однозначного толкования природы символа, его содержания и функциональных возможностей в целом до сих пор нет, а понятие *символ* остается одним из самых сложных и противоречивых.

Определение лингвистических характеристик символа представляет важную исследовательскую задачу в контексте изучения символической реальности языка.

Знаковая природа символа обусловлена его онтологической связью с такими категориями, как образ и метафора. Означаемое символа, которое устанавливается посредством референции символа к мифу как тексту, репрезентирует понятие, основанное на образе и выявляемое посредством метафоры на основе мифа. Символ обозначает объект, персону мифа, как реалию, наделенную символической функцией, которая содержится в самой реалии. Мифологические реалии: *Афина* (дочь Зевса), *Антигона* (дочь Идипода), *Психея* (царская дочь, супруга Эрота), *Елена* (спартанская царица). Символы: *Афина* – символ мудрости, мастерства, справедливости, силы; *Антигона* – символ любви, храбрости; *Психея* – символ красоты, любви; *Елена* – символ красоты.

Означающее античного символа мотивировано по отношению к означаемому, с которым у него устанавливается естественная связь. С особенностями символа как мотивированного языкового знака связана актуализация вопроса о его внутренней форме. Внутренняя форма античного символа имеет две составляющие – синхронную и диахронную. При рассмотрении вопроса об особой мотивированности символа необходимо учитывать его синхронную внутреннюю форму, осознаваемую как мотивированность значения мифологическим текстом; а также образ или идею, положенные в основу номинации.

Синхронная внутренняя форма символа коррелирует, но не отождествляется с диахронной (этимологической) внутренней формой мифологического имени. Эта корреляция обеспечивает определенный уровень мотивированности значения символа: чем выше уровень мотивированности значения, тем яснее проступает внутренняя форма на поверхности языкового сознания, и, следовательно, символ наиболее готов к употреблению. Внутренняя форма, осознаваемая как мотивированность значения античного символа, и внутренняя форма мифологического имени собственного являются фактами синхронии и диахронии в описании античного символа. *Одиссей* – символ ума, находчивости, силы, ловкости, храбрости, безупречности, дружелюбия; символ страдания, хитрости, обмана, мести, жестокости, вражды, предательства, разрушения.

Сущность античного символа как особого языкового знака заключается в особой конденсационности его означаемого. Конденсационными символы называются потому, что в них осуществляется аккумуляция исторического, культурного, художественного прошлого. Референциальный символ – это по сути слово. Слово становится символом в силу проникновения в его означаемое глубинного, конденсированного содержания.

В ходе установления признаков символа как особого языкового знака было замечено, что символы, связанные с античной культурой, во многом имеют специфический характер. Это архаические знаки в смысле осознания далеких эпох. Античные символы в малой степени отвечают потребностям повседневного общения, имеют ограниченное по частотности употребление. Важная особенность символа состоит в диспонибельности (по Г. Гугенейму, *disponibilité* ‘наличность, или резервность’). Знаки античной культуры находятся в нашем распоряжении и готовы появиться при первой же необходимости, чтобы занять свое место в речи.

Диспонибельность – резервность, наличие в сознании говорящих таких языковых единиц, которые вне зависимости от их частотности характеризуются готовностью к употреблению всякий раз, когда в них возникает необходимость. Символическая диспонибельность обеспечивается коллективной памятью, которая формируется по прошествии значительного времени при отсутствии вещи прошлого. Степень диспонибельности не является постоянной величиной. Она соотносится со степенью закрепленности античного образа в социуме, с тем, насколько инвариант восприятия образа входит в когнитивную базу носителей языка, какие ассоциации вызывает; диспонибельность определяется конкретными интересами говорящего и слабо или совсем не взаимосвязана с частотностью. Диспонибельность является условием для характеристики символа как коммуникативного знака.

Таким образом, античный символ – это особый языковой знак, план содержания которого имеет двойственную природу (с одной стороны, символ отражает и конструирует миф/мифологическое содержание, а с другой – образ его иконы/иконическое содержание). В этой связи он обладает рядом лингвистических характеристик, актуализующих данное единство, в том числе: метафоричность (идущая от мифа) и образность (идущая от иконы), диспонибельность/готовность к употреблению (от мифа) и мотивированность (от иконы), конденсационность содержания (идущая от мифа) и языковая знаковость (от иконы).

Мифологическими реалиями для формирования генотипических образных понятий, на основании которых устанавливается архаическая природа античных символов, являются мифологические боги, герои, культурные герои, демиурги, трикстеры, люди, природные объекты. В содержании античных символов актуализируются генотипы – древние образцы – схемы коллективных представлений о мире, абстрагированные понятия о космосе, пространстве, времени.

Генотипические образные понятия формируются посредством метафор на основе мифов и воплощаются в константах. Константы античности формируются генотипическими моделями. Генотипическая модель каждой константы представлена имплицитными смыслами, которые стоят за античными символами.

Античный символ, несущий в себе архаику (историческую память), строится на основе мифологической образности, сокрытой в семантике символа, актуализирующей генотипы – древние образцы как схемы коллективных представлений предшествующего культурного опыта. Генотипы находят свое воплощение в конкретных номинативных и коммуникативных проявлениях – константах. Константы античности можно представить в виде генотипических моделей. Генотипическая модель каждой константы отражает и конструирует имплицитные смыслы. Суть олимпийской классической мифологии выявляется в трех универсальных константных объединениях: «геройство», «цивилизация», «любовь». Эти константные объединения отражают героическую, созидательную и эмоционально-эстетическую составляющие греческой мифологии.

Античный символ как языковой знак, семантика которого формируется в мифопоэтическое время, отражает ценностное отношение к окружающему миру древнего эллина. Мифологическое значение символа – структура смысловых элементов, которые в своей целостности представляют семантическое сообщение (актантную модель). Семантика символа формируется на основании анализа актантных функций, выраженных глаголами, и качеств, выраженных прилагательными. Семантическое сообщение отражает закрепленные в мифемах функции и качества актантов. Дефиниционный анализ глаголов и прилагательных позволяет выстраивать актантную парадигму. Если принять за руководство оценочно-дескриптивную семантику прилагательных, то это значит, что в мифемах, конструирующих семантику символа, содержится оценка. Аксиологическая специфика мифемы объясняется, во-первых, наличием в ее составе имен прилагательных, так как мифемы представляют собой сочетания слов, обозначающих актантные качества, во-вторых, мифемы отражают актантные функции, которые посредством простых и сложных редуцирований переходят в качества, обозначающиеся именами прилагательными. Таким образом, в семантике символа оценка содержится на уровне прилагательных, входя в десигнативное значение символа. Первичная (мифологическая) аксиологичность античных символов является основой их константной организации.

Античный символ как образный языковой знак непрямой номинации, будучи зафиксированным в горизонтальной плоскости произведения, может одновременно прочитываться по вертикали – разворачиваться в текст мифа. В языке художественного текста античный символ присутствует как выраженный языковым знаком элемент кода, принадлежащего к сфере культуры. Мифологическое значение символа представляет собой систему смыслов исторически обусловленных, узуальных, воспроизводящихся в

нашем языковом сознании как готовые значения в содержании воспринимаемого текста. Посредством цитат, аллюзий, реминисценций, паратекстуальности (отношение текста к своему заглавию), метатекстуальности (комментирующая ссылка на текст-донор) через античные символы устанавливаются семантические отношения современного художественного текста с мифом.

Символ, включенный в произведение как интертекст, предполагает его вертикальное членение: глубинная структура (генотип) воплощается в горизонтальной структуре (фенотипе). Функционируя в современном художественном тексте, античный символ устанавливает с последним межтекстовые отношения. Символ посредством метафоры устанавливает смысловые связи названия с контекстом, который служит основанием для интерпретации символа. Например, «Венерин волос»: *Венера* – символ любви; любовь ведет по жизни героев романа; волос ассоциируется с нитью Ариадны. *Венерин волос*, то есть любовь, является тем спасением, благодаря которому можно выжить. «Рожденная из пены морской и появившаяся на пляже» ассоциируется с *Афродитой* – символом красоты. Но «Афродита размера XXL» – это другая красота, связанная с параметрическими особенностями нашей теперешней Афродиты. «Смерть Ахиллеса»: *Ахиллес* символизирует геройство, но греческий герой погибает, как и герой романа, подобный Ахиллу.

Природа интертекстуальной функции символа как элемента кода культуры, выраженного языковым знаком, проявляется в означивании ассоциируемого с античностью смысла, который вплетается в канву дискурса как интертекст. Символ попадает в текст из глубин памяти культуры и оживает в нем. Как образный языковой знак непрямой номинации символ характеризуется симультанностью. Присутствие символа в текстах делает их структуру многослойной, выводит в культурно-исторический контекст, что позволяет взглянуть на текст как на голограмму: в объемном представлении видятся его глубинные структуры.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ

Абдаль-Маджид Абдуль-Кадер

ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПРЕПОДАВАНИЯ АРАБСКОГО ЯЗЫКА

Важность владения иностранным языком для любого современного специалиста диктуется временем и отражена в требованиях программных документов, которые предполагают не только умения адекватного восприятия и продуцирования письменной и устной речи, но и умение эффективно действовать в условиях иноязычного общения, что подразумевает значительно более высокий уровень языковой, речевой и внеязыковой подготовки. Но современная практика преподавания иностранного языка студентам выявляет существование ряда разноуровневых проблем, которые влияют и на организацию процесса обучения, и на его содержание, и на конечный результат.

Современная методика преподавания арабского языка в условиях вузовской подготовки должна соответствовать целям языковой подготовки, соотноситься с актуальными задачами современного образования и требованиями, предъявляемыми к уровню профессиональной подготовки специалиста. Преподавание арабского языка имеет свою специфику в силу его особенностей в целом и своеобразия его развития на современном этапе. Всё это должно найти свое отражение в организации образовательного процесса.

В настоящее время образовательная программа по практическому курсу арабского языка должна быть направлена на решение следующих основных задач.

С учетом актуальной языковой ситуации в странах данного региона на занятиях по арабскому языку должна применяться коммуникативно-ориентированная модель обучения арабскому языку как иностранному. Активное внедрение данной модели в образовательный процесс обеспечит овладение учащимися необходимым объемом коммуникативных (языковой, речевой, социокультурной и учебно-познавательной) компетенций в области арабского языка, который позволит им пользоваться данным языком как инструментом для решения профессиональных задач. Арабский язык должен быть усвоен в такой степени, которая позволяет обеспечить возможность комплексного применения на практике всей совокупности лингвистических и экстралингвистических знаний в области политико-экономических, социальных, культурно-цивилизационных, этноконфессиональных, лингвистических и иных особенностей стран Арабского Востока.

Теоретической и методологической базой данного подхода к обучению арабскому языку как иностранному выступает активно развивающаяся в настоящее время область языкознания – коммуникативная лингвистика и ее частный раздел – коммуникативная лингвоарабистика.

До недавнего времени языковая ситуация в арабских странах определялась как диглоссия моногенетических идиомов различной типологии –

литературного языка, характеризующегося синтетизмом, и разговорно-диалектных систем. В современных условиях культурной глобализации, развития и формирования специфической среды международной коммуникации – Интернета – языковая ситуация в арабоязычном регионе претерпевает значительные системные изменения.

Следовательно, в связи с изменениями языковой ситуации в арабоговорящем регионе отмечается возросшая потребность в создании и применении на практике эффективной методики обучения арабскому языку, направленной на формирование у обучаемых компетенций в области коммуникации в рамках арабского литературного языка.

Именно коммуникативная направленность обучения выступает основой нового подхода к обучению арабскому языку в условиях вуза. Задачей коммуникативно-направленного обучения признается формирование навыков общения на арабском языке в зависимости от целей, участников и контекста общения. Для этого обучение следует организовывать в виде модулей, которые позволяют обеспечить гибкость и эластичность учебного процесса за счет возможности углубить, расширить или дополнить подлежащий усвоению материал. Для обеспечения истинной коммуникативности обучения арабскому языку как иностранному целесообразно максимально полно использовать имеющиеся аутентичные печатные и электронные материалы и ресурсы.

В условиях отсутствия арабской языковой среды мультимедийные лаборатории, опыт и инициативы преподавателя в выборе ресурсов могут оказывать неоценимую помощь студентам, предоставляя им расширенные возможности аудирования, чтения, а также снабжая их дополнительной информацией по цивилизации, истории, географии и традициях стран и народов, говорящих на арабском языке.

Для достижения оптимальных результатов обучения арабскому языку как иностранному необходимо умело соединить и развить доказавшие свою эффективность методики преподавания арабского языка в отечественной высшей школе, обогатив их опытом обучения арабскому языку лиц иноязычной компетенции, накопленным в ведущих зарубежных университетах с учетом особенностей системы высшего образования в современной Республике Беларусь.

Программа практического курса обучения арабскому языку должна максимально полно учитывать все лингвистические и экстралингвистические аспекты преподавания иностранного языка.

О. М. Абдулхамид

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ ОППОЗИЦИЯ «ДОБРО–ЗЛО» В РУССКОМ И АРАБСКОМ ЯЗЫКАХ

Способность давать всему оценку – одна из важнейших функций человеческого сознания. Человек соотносит внешний мир со своим внутренним, «пропускает» его через себя, при этом он, познавая, созидает: под-

чиняясь действительности, в то же время моделирует и оценивает ее. Результатом оценивания становится присвоение объекту положительной или отрицательной оценки, вследствие чего оценочные предикаты закрепляются либо за зоной «хороший» «+», либо за зоной «плохой» «–» и располагаются на оценочной шкале в зависимости от интенсивности проявления признака.

Однако вместе с процессом формирования сознания усложняется его оценочная деятельность: увеличивается система оценок, расширяются ее критерии (хороший – плохой, красивый – некрасивый, годный – негодный, полезный – бесполезный и т.п.).

В лингвистических исследованиях весьма проблемным представляется вопрос о границах семантического поля оценки, какие слова считать оценочными, и какие нет, по каким критериям определять наличие в слове оценочного компонента. Несмотря на то, что в современных лингвистических исследованиях предоставлено много работ, которые описывают структурные и семантические характеристики семантических полей оценки в разных языках, следует констатировать недостаток исследований этого рода, в том числе на материале арабского языка, а также сопоставительного анализа категории оценки в целом и категории частнооценочных значений, в частности, этической оценки (добрый – злой, моральный – аморальный и т.д.).

Этические оценки, «связанные с удовлетворением нравственного чувства», ориентируются на моральный кодекс, нравственные нормы, принятые в социальном сообществе (Н. Д. Арутюнова, 1988). Они дидактичны, так как устанавливают правила, и в своей основе имеют сложившиеся в обществе представления о добре и зле, о долге и лени, о чести и бесчестье и т.п, в которых находят выражение требования к личности со стороны общества, а также нравственные убеждения, чувства и привычки, образующие в совокупности нравственное сознание личности.

При рассмотрении категории этической оценки на материале лексики арабского и русского языков встает проблема значения этической оценки, в единой структуре которого содержится сема этической оценки того или иного ранга, т.е. значение, в котором каким-либо образом представлены (выражены или обозначены) смыслы этической оценки.

Базовыми аксиологическими доминантами любой лингвокультуры выступают понятия *добра* и *зла*, которые формируют базовую этическую оппозицию «хорошо–плохо», представляя общечеловеческие ценности и особенности национального сознания.

Как показал анализ лексических единиц со значением этической оценки «добро – зло», обозначающих человека (в нашем случае 48 имен существительных в русском языке и 44 в арабском), отобранных из «Русского семантического словаря» под редакцией Н. Ю. Шведовой, а также толкового словаря «Эльмаани» и словаря синонимов и антонимов «Эльмаани», существует ряд изоморфных и алломорфных черт.

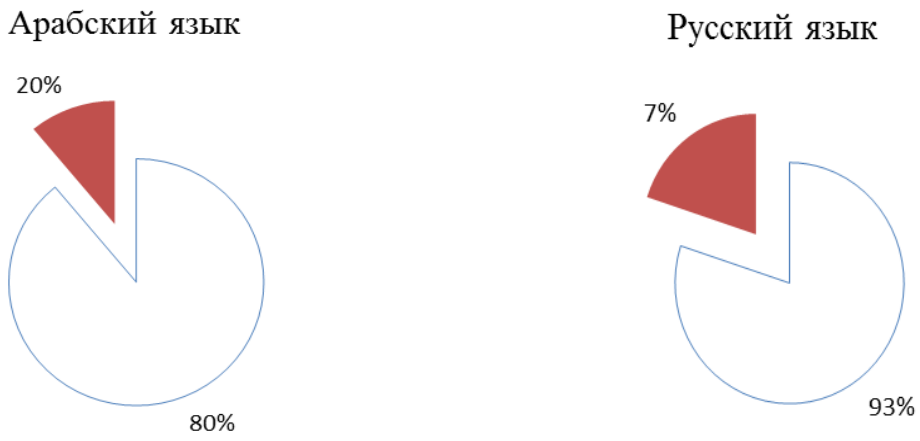
В количественном плане в русском языке отмечается большее количество наименований человека, наделенных отрицательной этической оценкой, чем в арабском, причем лексические единицы, в семантике которых содержится отрицательная коннотация, преобладают в обоих языках (таблица).

Количество имен существительных со значением ‘добро’ – ‘зло’
в арабском и русском языках

Язык	Значение	
	‘добрый’	‘злой’
арабский	11	33
русский	3	45

Такая диспропорция соотносится с общей тенденцией в преобладании способов выражения отрицательных характеристик над положительными в языке.

Как правило, практически все русские и арабские имена существительные со значением ‘добро’ – ‘зло’ описывают характеристики человека в общем без признака пола, например, рус. *душа-человек* (разг.) ‘очень добрый, открытый и отзывчивый человек’ и араб. صالح [салихун] [شخص صالح وطيب], [шахсун салихун уа таийбун] ‘хороший добрый человек’ (рисунок).



Количество гендерно-маркированных имен существительных
со значением ‘добро’ – ‘зло’ в арабском и русском языках

Примечание. Гендерно-маркированные наименования представлены цветным элементом диаграммы.

В обоих языках только названия лиц женского пола имеют собственные номинации для отражения этической оценки и в их семантике содержится только отрицательная коннотация, например: рус. *фурия* ‘злая, сварливая женщина [по названию богини мести в римской мифологии]’ и араб. عفريتة [ифритатун] ‘روح شريرة على هيئة امراة [рухун ширриратун ала хайати имрараа] злой дух в образе женщины’. В арабском языке около 20 % от общего количества слов имеют гендерную маркированность и 7 % – в русском языке.

В качестве номинирования лиц со значением этической оценки часто привлекаются сравнения с фауной и флорой, при этом отмечается нацио-

нально-культурное своеобразие. Так, в русском языке для таких номинаций широко используются зоонимы (*аспид* ‘злой, жестокий человек’, метафорический перенос со страшного сказочного змея), а в арабском языке – флоронимы (زعرور [заарурун] ‘شخص شرير وغاضب [шахсун шррирун уа гадыбун] сердитый, злой человек’, метафора на колючесть боярышника).

Таким образом, несмотря на то, что оценка является общей понятийной категорией, в разных языках присутствуют национально-культурные особенности выражения концептуальной оппозиции «добро–зло», передаваемые количеством лексических единиц, отображающих данные понятия, их гендерной маркированностью, основой для метафорического переосмысления.

Т. Н. Елисеева

О СТРУКТУРЕ ФРЕЙМА «ДИПЛОМАТИЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ» В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Фрейм представляет собой сложное образование, упорядоченный способ хранения и переработки информации, обеспечивающий легкость операций с ней. Термин *фрейм*, был введен в научный оборот в середине 70-х гг. XX в. американским психологом М. Минским и использовался для описания процессов моделирования искусственного интеллекта, позже нашел свое применение и в когнитивной лингвистике, фреймовая теория стала одной из самых популярных лингвокогнитивных теорий конца XX – начала XXI века. М. Минский полагает, что понятие *фрейм* необходимо учитывать при изучении зрительного узнавания и репрезентации знания: процесс мышления человека основан на наличии в его памяти каким-то образом материализованного огромного набора разнообразных фреймов, с помощью которых человек осознает зрительные образы (фреймы виртуальных образов), понимает слова (семантические фреймы), рассуждения или действия (фреймы-сценарии), повествования (фреймы-рассказы) и т.д. Имеется большое количество работ, в которых реализуются попытки теоретического осмысления данного понятия, а также фреймового анализа конкретного языкового материала. Однако на данном этапе исследования фрейм все еще относится к числу тех категорий, которые не получили однозначного толкования.

В российской лингвистической традиции существует два подхода к пониманию фрейма, которые соотносятся с подходами к изучению концепта, ввиду тесной связи двух явлений: лингвокогнитивный – представители которого рассматривают фрейм как тип концепта (А. П. Бабушкин, А. Н. Баранов, Е. С. Кубрякова, М. Л. Макаров, З. Д. Попова, И. А. Стернин, Л. А. Шестак и др.), и лингвокультурный – сторонники которого считают фрейм каркасом концепта (В. И. Карасик, Н. А. Красавский, В. В. Красных, Г. Г. Слышкин, В. Н. Телия и др.).

В статичном состоянии формально фреймы представляют в виде структуры узлов и отношений. Терминальные узлы передают инвариантные параметры ситуации, а слоты – их вариативную реализацию. Слоты являются

своеобразными ячейками, которые могут быть заполнены различными в каждом конкретном случае данными – группами слов, выражающими потенциальные возможности языковой актуализации фрейма.

Как указывает Большой энциклопедический словарь, дипломатическая деятельность – это официальная деятельность глав государств, правительств и специальных органов внешних сношений по осуществлению целей и задач внешней политики государств, а также по защите интересов государства за границей. К рамках изучения фрейма «дипломатическая деятельность» в статичном состоянии удалось выявить сложную систему, представленную следующими слотами: дипломатические представители, дипломатические ранги, дипломатические документы, дипломатические процедуры, дипломатические представительства, дипломатические права и привилегии, дипломатические приемы и др. Материалом для исследования послужили турецкие толковые словари по международным отношениям и дипломатии, а также переводные турецко-русские словари, основополагающие дипломатические документы, такие как Венская конвенция о дипломатических сношениях, принятая 18 апреля 1961 г., Венская конвенция о консульских сношениях, принятая 24 апреля 1963 г., Закон о дипломатической службе Турецкой Республики и др.

В слот «diplomatik ajanlar ve unvanlar» ‘дипломатические должности и дипломатические ранги’ можно отнести такие лексические единицы, как *misyon şefi* ‘глава миссии’, *elçi* ‘посол’, *büyükelçi* ‘чрезвычайный посол’, *ataşe* ‘атташе’, *geçici maslahatgüzar* ‘поверенный в делах’, *konsolos* ‘консул’, *müsteşar* ‘советник’, *diplomat* ‘дипломат’, *duayen* ‘дуайен, старшина дипломатического корпуса’, *nons(lar)* ‘папский посол’и др.

Наименования дипломатических представительств могут быть объединены в слот «diplomatik binaları» ‘дипломатические представительства’: *kançılarya* ‘официальное здание, принадлежащее дипломатическому представительству’, *konsolosluk* ‘консульство’, *büyükelçilik* ‘посольство’, *başkonsolosluk* ‘генеральное консульство’и др.

В слот «diplomatik türleri» ‘виды дипломатической деятельности’ входят, например, наименования таких видов дипломатической деятельности, как *parlamenterler diplomasi* ‘парламентская дипломатия’, *zirve diplomasi* ‘дипломатия на высшем уровне’ (дипломатия, осуществляемая путем личных переговоров между главами государств или главами правительств, наделенных как правило чрезвычайными полномочиями), *kültürel diplomasi* ‘культурная дипломатия’, *gizli diplomasi* ‘тайная дипломатия’, *sessiz diplomasi* ‘молчаливая дипломатия’, *mekik diplomasi* ‘челночная дипломатия’, *çok taraflı diplomasi* ‘многосторонняя дипломатия’ и т.д.

В слот «diplomatik dökümanlar» ‘дипломатические документы’ входят, например, наименования таких дипломатических документов, как *anlaşma* ‘соглашение, договор’, *muhtıra* ‘памятная записка, памятка’, *sözleşme* ‘договор, соглашение’, *güven mektubu* ‘верительные грамоты (посла)’, *geri çağırma mektubu* ‘отзывные грамоты’, *nota* ‘нота’, *protokol* ‘протокол’ и т.д.

Слот «diplomatik işlemler» ‘дипломатические процедуры’ может представлять собой объединение наименований различных дипломатических процедур: *akreditasyon* ‘аккредитация (дипломатических представителей)’,

ateşkes ‘прекращение огня’, *arabuluculuk* ‘посредничество (в решении политических проблем)’, *fesih* ‘расторжение (договора)’, *müzakereler* ‘переговоры’, *onaylama* ‘ратификация’ и др.

В рамках слота «diplomatik dokunulmazlık ve bağışıklık» ‘дипломатические привилегии и иммунитеты’ можно представить такие наименования, как *şahsi dokunulmazlığı* ‘неприкосновенность личности’, *konutunun dokunulmazlığı* ‘неприкосновенность жилья’, *bölgesel veya beledî vergi ve resimlerden bağışıklığı* ‘освобождение от местного налогообложения’ и т.д.

В группу «resmi davet ve ziyafetler» включены наименования различных видов дипломатических приемов: *resepsiyon* ‘прием’, *kokteyl* ‘коктель’, *resmi akşam yemeği* ‘официальный ужин’ и т.д.

Приведенные в рамках данного исследования слоты, составляющие фрейм «дипломатическая деятельность», описаны не полностью и требуют более детального изучения и подробного описания.

С. А. Лашукевич

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ С ТУРЕЦКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

Юридический перевод традиционно изучается, прежде всего, юристами и студентами юридических специальностей. Вместе с тем обоюдоострым интерес к юридическому переводу проявляется как со стороны профессионалов-юристов, так и со стороны переводчиков, не имеющих юридического образования. Юридическая область в некоторых аспектах охватывает все профессиональные сферы. Элементы юридического языка встречаются в текстах договоров, инструкций, законодательных актов, доверенностей сертификатов и других текстов широкого назначения, с которыми приходится сталкиваться переводчикам в своей профессиональной деятельности. Знакомство с особенностями юридического перевода необходимо для грамотной передачи элементов юридического текста с языка на язык, не нарушающей сложившихся соответствий между правовыми системами стран языка оригинала и перевода.

Юридический текст имеет черты сходства как с научно-техническим текстом, так и с текстом инструкции, поскольку выполняет и познавательные, и предписывающие функции. Источником юридических текстов являются профессионалы-юристы, которые порождают эти тексты, учитывая особенности устройства общества. Реципиентом в данном случае является любой взрослый гражданин страны.

Когнитивную информацию в текстах данного жанра несут в первую очередь юридические термины. Они обладают всеми характерными признаками терминов, но некоторая доля их известна не только специалистам-юристам, но и всякому носителю языка, так как область их применения выходит за рамки юридического текста. Юридические термины выступают на общем фоне письменной литературной нормы языка и ее канцелярской разновидности.

Особую сложность при переводе юридических текстов с турецкого языка на русский играет наличие в турецких текстах большого количества устаревших арабизмов, которые активно используются в ограниченном контексте, но переводчику просто необходимо знать эти слова и словосочетания со всеми смысловыми оттенками.

Ниже приведен пример текста доверенности на турецком языке. Жирным шрифтом выделены арабские заимствования, значения которых знакомы как правило только юристам.

DAVA VEKALETNAMESİ

Leh ve aleyhime *açılmış veya açılacak* ***bilumum dava ve takiplerden*** *dolayı T.C. Mahkemelerinin meclislerinin, daire ve kurumlarınm her bölüm ve derecesinde her sıfat* ***tarik ve suretle*** *beni temsile, haklarımı korumayı* ***temin, müdafaa ve muhafazası*** *için uygun göreceği bütün işlemleri* ***takip*** *etmeye, sonuçlandırmaya, dava açmaya, gerektiğinde yeniden dava açmaya, gereken dilekçe ve belgeleri yazıp imzalayarak ilgili olduğu daire ve kuruma vermeye,* ***tebliğ ve tebellüğe****, kararların açıklanmasını ve düzeltilmesini istemeye, davayı temyize, Yargıtay, Danıştay ile diğer* ***idari, mali*** *ve yargı kurumlarında* ***temsile*** *ve duruşma talebinde bulunmaya, tanıkları dinletmeye ve* ***şikayette*** *bulunmaya, bilirkişi,* ***muhasip, hakem tayin ve reddine, keşif talebine****, raporlara* ***itiraza****, tespit yaptırmaya,* ***ihtarname, ihbarname****, protesto çekmeye ve cevap vermeye,* ***ilamlar*** *ve kararların tamamının uygulanmasını sağlamaya,* ***ihtiyati ve icrai haciz ve tedbir*** *kararları almaya,* ***icra takiplerinde pey sürmeye****, bu yetkilerin bir kısmı veya tamamı ile başkalarını* ***tevkil, teşrik ve azle****, tarafımdan vekil tayin edildi.*

Синтаксис юридического текста отличается полнотой структур, разнообразием средств, оформляющих логические связи. Частотны логические структуры со значением условия и причины, причем эти значения эксплицированы специальными языковыми средствами («в случае если», «по причине» и т.п.). Избегая двусмысленных толкований, автор юридического текста использует в большом количестве однородные члены предложения и однородные придаточные. Кроме этого, необходимо учитывать принципиальные отличия построения турецкого и русского предложения, которые значительно усиливаются по мере построения предложений с более сложной структурой.

В качестве примера приведен оригинал и перевод отрывка текста Уголовного кодекса Турции и перевод на русский язык.

Турецкий	Русский
TÜRK CEZA KANUNU *1Madde 53 - 2(1) Kişi, 5kasten işlemiş olduğu suçtan dolayı 4hapis cezasına 3mahkûmiyetin kanuni sonucu olarak;* *a) 7Sürekli, süreli veya geçici bir kamu görevinin üstlenilmesinden 6yoksun bırakılır.*	*УГОЛОВНЫЙ КОДЕКС ТУРЦИИ* *1Статья 53 – 2(1) лицо, 3в соответствии с законодательством приговоренное к 4тюремному заключению 5в результате намеренного совершения преступления 6лишается права:* *а) 7постоянно, периодически либо временно занимать государственные должности.*

Компрессивность юридическому тексту не свойственна. Для него не характерны сокращения, скобки, цифровые значения. Числительные, как правило, передаются словами. Преобладает тавтологическая когезия, то есть повторение в каждой следующей фразе одного и того же существительного. Также юридические имеют архаичную окраску, и их использование в тексте создает колорит высокого стиля.

Таким образом, при переводе юридического текста доминирующими системными признаками являются те, которые передают когнитивную информацию с интенцией предписания и эмоциональный оттенок высокого стиля.

В качестве способов решения обозначенных сложностей при переводе нами предлагается следующее:

- глубокий разбор грамматических и синтаксических структур турецкого языка на продвинутом этапе изучения;
- чтение юридических документов на исходном языке и языке перевода;
- наработка базы корректных переводов;
- составление двуязычных глоссариев с комментариями и контекстом;
- консультации юристов-специалистов;
- живой интерес к юридической тематике.

В. А. Медюлянова

КОСВЕННОЕ ВЫРАЖЕНИЕ ЛИЧНОГО ДЕЙКСИСА ЧЕРЕЗ МАРКЕРЫ СОЦИАЛЬНОЙ СТАТУСНОСТИ В ЯПОНСКОМ ЯЗЫКЕ

Маркирование социальной статусности участников коммуникации в японском языке осуществляется не только лексически, что свойственно языкам привычной нам европейской культуры, но и на грамматическом уровне.

Социальный дейксис японского языка включает следующие модели субъективной интерпретации:

1) симметричная (я равен тебе, ты равен мне);

2) асимметричная (я ниже тебя, ты выше меня; я выше тебя, ты ниже меня).

Общая градация степени удаленности между участниками коммуникации варьируется под влиянием иерархических отношений подчинения низшего высшему в силу разных статусно-ролевых обстоятельств (начальник–подчиненный, отец–сын, учитель–ученик, врач–пациент, старший–младший и др.). «Социальная дистанция задается набором феноменологически интерпретируемых переменных» (Макаров, 2003).

На конкретную модель выстраивания интерсубъективных отношений накладываются ситуативные условия речевого общения, такие как состав участников, степень официальности разговора (официальное общение; полу-

официальное; неформальное, нейтральное общение; фамильярное общение), степень знакомства собеседников (близкие люди, друзья, поверхностно знакомые, чужие люди, всем знакомые, известные люди).

Все вышеописанные детерминанты образуют сложную матрицу межличностных отношений, которую японцы постигают с ранних лет, и которые формализуются в речи посредством определенных лексических и грамматических средств, обладающих стилистической окраской.

С точки зрения исследования средств репрезентации дейксиса нас будет интересовать асимметричная модель статусно-ролевых отношений, поскольку в равноправных неофициальных отношениях персональный дейксис стилистически не маркирован, и идентификация участников осуществляется иными способами.

Итак, демонстрация уважения к собеседнику через правильную оценку его статуса, которая в силу незыблемости и предписанности коллективно-социальных установок носит в японском обществе объективный характер, реализуется посредством лексических и грамматических средств (вплоть до морфемного уровня).

На лексическом уровне выделяется группа так называемых «вежливых» глаголов, которые функционально классифицируются по лицам, таким образом достаточно четко ориентируя нас на обращение ко 2-му или 3-му лицу, либо указывают на 1-е лицо, т. е на самого говорящего. Данная группа слов охватывает только самые частотные глаголы с семантикой говорения, употребления пищи, движения, бытийности и др. Ниже приведены их примеры.

Нейтральный глагол	Депрециативный глагол (выражает вежливость по отношению ко *мне* и *моему* посессивному полю)	Гонорaтивный глагол (выражает вежливость по отношению к *тебе* и *твоему* посессивному полю)
いる[iru] 'быть'	いらっしゃる[irassharu]	ある[aru]
行く[iku] 'идти'	いらっしゃる[irassharu], おいでになる[oide ni naru]	参る[mairu]
見る[miru] 'видеть, смотреть'	ご覧になる[goran ni naru]	拝見する[haiken suru]
食べる[taberu] 'есть (принимать пищу)'	召し上がる[meshiagaru]	頂く[itadaku]
言う[iu] 'говорить'	おっしゃる[ossharu]	申す[mousu]、申し上げる[moushiageru]

Перечень указанных глаголов не является исчерпывающим. Кроме того, стилистически окрашенные лексемы встречаются и в других частях речи (местоимениях, существительных). В частности, такое функциональное разграничение присуще терминам родства, например:

• *дочь* в разговоре о своей дочери – 娘 [musume], о чужой дочери – お嬢さん[ojousan];

• *мать* в разговоре о своей матери – 母 [haha], о чужой матери – お母さん[okaasan];

• *жена* в разговоре о своей жене – 妻 [tsuma], 家内 [kanai], о чужой жене – 奥さん[okusan];

Гонорaтивная категория глагола выражается также на морфологическом уровне с помощью глагольных инфиксов *-are-*, *-rare-*; сложным преобразованием некоторых глаголов с инкорпорацией вербализатора する[suru] (и его «вежливых» эквивалентов) и глагола перехода в иное состояние なる [naru].

Комплементарно с глагольными формами вежливости употребляются дополнительные морфологические средства – префиксы вежливости お[*o*] и ご [*go*], которые используются в вежливом стиле и непосредственно в речевом акте служат для соотнесения смысла всего высказывания к адресату высказывания и к его посессивному полю в пределах оппозиции «свой–чужой», что позволяет обходиться без указания субъекта действия, выраженного личным местоимением.

Префиксы вежливости могут присоединяться к предикату, выраженному как глагольной, так и именной группой. Например, 日本語が**お**上手ですね。[nihongo ga **o** jouzu desu ne] ‘Вы хорошо говорите по-японски.’ もう本を**お**読みになりましたか。[mou hon wo **o** yomi ni narimashita ka] ‘Вы уже прочитали книгу?’ В оригинальных предложениях местоимение *Вы* отсутствует.

Тем не менее в силу приоритетности функции категории гонорaтива в качестве маркера вежливого стиля использование гонорaтивной формы автоматически не подразумевает отсылку к собеседнику. Референт может быть представлен лицом, по отношению к которому говорящий демонстрирует уважение, как в следующем примере: 先生の**おっしゃる**ことをもっと注意して聞くべきだ。[sensei no **ossharu** koto wo motto chuui shite kiku beki da] ‘Ты должен больше прислушиваться к тому, что говорит тебе учитель’. В данном примере «вежливый» глагол говорения относится к учителю, а не к собеседнику. В следующем примере префиксом вежливости вообще маркируется признак состояния погоды, то есть морфема *o* используется исключительно в качестве атрибута почтительной речи. 今日は**お**寒いですね。[kyou wa **o** samui desu ne] ‘Сегодня холодно, не правда ли?’.

Существенным каналом выражения статусных отношений в японском языке является невербальная коммуникация, сопровождающая речь. «Элементы социального дейксиса получают *жестовую* реализацию с опорой на сиюминутный контекст и *символическую* – с опорой на координаты контекста, доступные до акта коммуникации» (Макаров, 2003).

Таким образом, основной функцией социального дейксиса является различие и соотношение статусно-ролевых позиций участников коммуникации и обозначаемых ими референтов. А персонализация их носит второстепенный характер и реализуется в той степени, насколько это представляется возможным исходя из грамматических характеристик социальных маркеров и контекста текущего речевого акта.

Н. В. Михалькова

СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ МОДИФИКАЦИИ КОНСТИТУЕНТОВ ТРАДИЦИОННЫХ ИЕРОГЛИФИЧЕСКИХ ЗНАКОВ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА

Китайская письменность, оставаясь уникальным средством передачи информации, а также репрезентации объектов и процессов, происходящих в окружающем человека пространстве, до сих пор привлекает внимание ученых. Несмотря на существование как научных, так и мифологических теорий возникновения китайского иероглифического знака, неоспоримым является тот факт, что единожды созданный, он зачастую отображает не просто определенное понятие, а несет некоторый набор квантов информации, которые в своей совокупности способны не только выражать какое-либо явление, но и объяснять его. Данная особенность китайского языкового знака заключена в идее с помощью графических символов отображать ряд ассоциативных с «итоговым» понятием объектов, другими словами, китайский иероглифический знак представляет собой комплекс значимых конституентов-графем, где наряду с системой определенным образом организованных компонентов может быть также выделен и ключевой составляющий элемент – радикал. Пройдя тысячелетнюю историю своего становления, иероглиф нередко подвергался различного типа пребразованиям. В XX в. традиционные иероглифы претерпели ряд изменений. Модификации традиционного знака включали различные типы: посредством замены, опущения либо добавления компонентов иероглифа; применением таких каллиграфических стилей, как синшу и цаошу; посредством учета особенностей начертания разнописи или традиционных иероглифов; создание новых иероглифов фонетической категории и др. В данной работе мы остановимся на семантическом виде модификации иероглифических знаков, представляющем собой опущение или добавление лексически значимых графем.

Иероглифическая модель лексической единицы в китайском языке представляет собой совокупность семантически значимых компонентов, определенным образом упорядоченных в рамках иероглифического знака. При этом графические компоненты – это не просто изобразительные знаки, а значимые графемы, отображающие тот или иной тип информации, необходимой для выражения некоторого понятия. Среди графем, составляющих иероглифический знак, могут быть выделены ключевые компоненты,

именуемые в синологии радикалами, т.е. это компонент, который, как правило, относит то или иное понятие к определенной лексико-семантической группе. Так, например, согласно проведенному исследованию иероглифических моделей имен существительных – фитонимов, обозначающих деревья и кустарники в китайском языке, иероглифический знак представляет собой строго упорядоченную подсистему графем, описывающую наиболее значимую информацию относительно деревьев и кустарников, которая наиболее релевантна при определении этого понятия для носителей китайского языка. Это такие графемы, как, например, 木 ‘дерево’ (90 %), 豆 ‘бобы’ (53,3 %), 寸 ‘дюйм’ (50 %), 艹 ‘трава’ (26,6 %), 丿 ‘палка’ (16,6 %), 氵/水 ‘вода’ (13,3 %), 彡 ‘игла’ (10 %), 山 ‘гора’ (10 %).

Общее число графем, выявленных в традиционном иероглифическом знаке, обозначающем деревья и кустарники в китайском языке, составило 55 единиц. При этом наиболее частотным иероглифическим компонентом является 木 ‘дерево’ (90 %). Менее частотными конституентами в составе иероглифического знака китайского языка, обозначающего кустарники и деревья в китайском языке, являются графемы 豆 ‘бобы’, 十 ‘десять’ и 寸 ‘дюйм’, составившие 53,3 % от общего числа исследованных единиц. Вместе с тем высоко релевантен в составе иероглифического знака такой компонент, как 艹 ‘трава’ (26,6 %). Наличие вышеупомянутых графем иероглифических моделей имен существительных–фитонимов, обозначающих деревья и кустарники в китайском языке, обусловлено тем, что в традиционных иероглифических знаках стремились максимально точно описать то или иное растение с помощью графем, которые выступают в качестве семантических компонентов. Например, наличие графемы 寸 ‘дюйм’ может указывать на высоту того или иного именуемого растения, графемы 氵/水 ‘вода’ и 雨 ‘дождь’ говорят о необходимости воды для культивирования растения, графема 匕 ‘сидящий человек’ может обозначать один из способов использования данной семьи растений.

Общее число графем, выявленных в упрощенном иероглифическом знаке, обозначающем деревья и кустарники в китайском языке, составило 53 единицы. Наиболее частотным иероглифическим компонентом является также 木 ‘дерево’ (90 %). Менее частотными конституентами в составе упрощенного иероглифического знака китайского языка, обозначающего кустарники и деревья в китайском языке, являются графемы 又 ‘правая рука’ и 寸 ‘дюйм’, составившие 50 % от общего числа исследованных единиц. Так же, как и в традиционном знаке, высоко релевантен в составе иероглифа компонент 艹 ‘трава’ (26,6 %). Высокочастотны также такие графемы, как 氵(水) ‘вода’ и 丿 ‘палка’ (13,3 %).

Значительная доля преобразований заключается в выпадении одного значимого компонента из иероглифа (53,3 %), например, 雲杉→云杉 ‘ель’. Количество традиционных иероглифических моделей, в составе которых

такое же количество графем, как и в упрощенных моделях, составляет 26,6 % от числа отобранных наименований, 10 % – это иероглифические модели, которые не претерпели никаких изменений, например:*冷杉* ‘пихта’, *柚木* ‘тик’, *葡萄* ‘виноград’, и 16,6 % включают в себя традиционные модели, графемы которых в процессе упрощения были заменены на такое же количество графем, например: *榿木→桤木* ‘ольха’, *櫻花→樱花* ‘сакура’, *紅杉→红杉* ‘секвойя’ и др. 20 % составляют традиционные иероглифические модели, из состава которых в процессе упрощения иероглифического письма выпадает две (13,3 %) и три графемы (6,6 %), например: *落葉鬆→落叶松* ‘лиственница’, *鬆樹→松树* ‘сосна’, *楊樹木→杨树木* ‘тополь’ и т.д. В результате исследования были выявлены компоненты, которые выпали из традиционных иероглифических моделей имен существительных–фитонимов, обозначающих деревья и кустарники в китайском языке. Общее число таких компонентов составило 26 единиц. Наиболее часто выпадающими компонентами являются*豆* ‘бобы’ и *十* ‘десять’. Процент частотности их выпадения составляет 53,3 % и 50 % соответственно. Редко выпадающими компонентами также являются *目* ‘глаз’, *日* ‘солнце/день’, *一* ‘один’, *勹* ‘обворачивать’ и 貝 ‘ракушка/жемчужина’, которые составляют 6,6 % от общего числа отобранных единиц. 19 компонентов представлены крайне редко и процент их выпадения составил 3,3 %. (*忄/心* ‘сердце’, *門* ‘ворота’, *品* ‘предмет’, *从* ‘следовать’, *人* ‘человек’, *糸* ‘шелковая нить’ /‘палка’, *臼* ‘ступка’, *艹* ‘трава’, *世* ‘мир’).

В результате анализа были выделены группы выпадающих компонентов, которые встречаются в некоторых традиционных иероглифических моделях имен существительных–фитонимов, обозначающих деревья и кустарники в китайском языке. Наиболее повторяющейся группой таких компонентов является*十* ‘десять’ + *豆* ‘бобы’, которая наблюдается у 50 % отобранных нами наименований. Наименее повторяющейся группой выпавших компонентов является*日*‘солнце/день’ +*一*‘один’ +*勹* ‘оборачивать’, которая вместе с графемой*木*‘дерево’ образуют иероглиф *楊*‘тополь (как общее родовое название)’, встречающийся у 6,6 % отобранных традиционных моделей. Эту группу выпавших компонентов содержат в себе следующие традиционные иероглифические модели: *白楊* ‘осина’ и *楊樹木* ‘тополь’. Были выявлены также компоненты, замещающие некоторые выпавшие из традиционных иероглифических моделей имен существительных–фитонимов, обозначающих деревья и кустарники в китайском языке. Общее число таких компонентов составляет 14 единиц. Наиболее часто замещающим компонентом является *又* ‘правая рука’. Процент частотности замещения этим компонентом составляет 50 % от числа отобранных нами наименований. Менее частотными замещающими графемами являются *口* ‘рот’, *贝* ‘ракушка’, которые встречаются у 6,6 % отобранных наименований. Например, *落叶松* ‘лиственница’, *白杨* ‘осина’, *樱花* ‘сакура’ и др.

Таким образом, установленые подсистемы графических элементов иероглифических знаков, подвергшиеся упрощению в китайском языке, а также выявленные семантически релевантные компоненты иероглифических знаков как в упрощенном варианте, так и в традиционном варианте иероглифа китайского языка и их модификации показали, что данные процессы имеют под собой глубокую когнитивную составляющую, которая легла в основу всех проанализированных преобразований, при этом ведущую роль играет таксономический критерий и классификаторы, что говорит о сложном устройстве человеческого мышления, с одной стороны, а также о схожих принципах его функционирования – с другой.

Е. Романенкова

ОСОБЕННОСТИ ПРОШЕДШЕГО СУБЪЕКТИВНОГО И ПРОШЕДШЕГО КАТЕГОРИЧЕСКОГО ВРЕМЕНИ В ТУРЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

В турецком языке существует множество языковых особенностей, сложных для понимания и применения учащимися. Опираясь на знание того, что основой для овладения языком в целом является грамотное использование и оперирование в речи временными формами изучаемого языка, рассмотрим особенности *прошедшего категорического* и *прошедшего субъективного времени* в турецком языке.

Прошедшее категорическое время в турецком языке не представляет особых сложностей в использовании, так как имеет прямой аналог в русском языке. Эта временная форма выражает завершенные, законченные до момента речи действия и на русский язык, как правило, переводится глаголом совершенного вида. Турецкий язык, в отличие от большинства европейских языков, является агглютинативным: слово- и формообразующие суффиксы добавляются к неизменной основе слова. Так и образование форм прошедшего времени происходит путем прибавления к основе глагола ударного аффикса прошедшего времени *tı* (*ti*, *tu*, *tü*) или *dı* (*di*, *du*, *dü*) в соответствии с законом гармонии согласных, а затем личных аффиксов.

Главной особенностью этого времени является то, что выражаемые действия всегда достоверны и известны говорящему, так как он сам был их свидетелем. Например: *Ben ödevimi sabah yaptım* ‘Я сделал домашнее задание утром’; *Nurten çiçekleri suladı* ‘Нуртен полила цветы’; *Çocuklar hep birlikte güldüler* ‘Дети дружно засмеялись’.

Однако глагол в форме прошедшего категорического времени может переводиться на русский язык и прошедшим временем несовершенного вида, в частности, если в предложении имеются обстоятельства времени, меры и степени. Например: *Bu sabah çalıştım* ‘Сегодня утром я работала’; *Bütün gün film izlediniz* ‘Вы целый день смотрели фильмы’; *Onlar saatlerce aynı Masada oturdu, ama hiç konuşmadı* ‘Они часами сидели за одним и тем же столиком, но вообще не разговаривали’.

Прошедшее субъективное время имеет довольно широкий спектр значений, в которых оно используется. Основное назначение данного времени – это передача значений, закончившихся в прошлом. Сам говорящий не видел и не является свидетелем этого, но слышал с чьих-то слов или узнал от кого-то. Образуется данное время путем прибавления к основе глагола суффикса *mış* (*miş*, *muş*, *müş*) в соответствии с гармонией гласных, а затем следует личный аффикс. Трудность заключается в том, что действия, выраженные этим временем, также переводятся на русский язык простым прошедшим временем. Например: *Bebekken çok ağlamışım* ‘Когда я был маленький, я много плакал’; *Aylin’in babası yeni bir araba almış* ‘Папа Айлин купил новую машину’; *Dünkü tüm akşam yemeklerini tek başına yapmış* ‘Весь вчерашний ужин она приготовила одна’.

Прошедшее субъективное время также используется в ситуациях, когда человек в силу каких-либо обстоятельств не помнит, не знает или забыл о выполнении действий, а затем узнает о них с чьих-то слов. Например: *Beş yaşında kulaklarımdan hastalanmışım ve annemle doktora gitmişiz* ‘Оказывается, когда мне было 5 лет, у меня заболели уши и мы вместе с мамой ходили к врачу’; *Dün akşam kimse yokken evimize hırsız girmiş ve tüm paralarımızı çalmış* ‘Вчера, когда никого не было, к нам в дом пробрался вор и украл все наши деньги’; *Annemden duydum ki çocukken ben hiç kavun yemezmişim* ‘Я слышал от мамы, что в детстве я совсем не ел дыню’.

Кроме того, прошедшее субъективное время используется в ситуациях, когда о совершении некоего действия вспоминают или обнаруживают спустя какое-то время. Как правило, такие ситуации вызывают удивление и недоумение, действие имеет оттенок «позднейшего умозаключения». Например: *Aaaa, cüzdanımı evde unutmuşum* ‘Ой, похоже, я свой кошелек забыла дома’; *Ali, dışarı bak! Gece çok kar yağmış, her yeri bembeyaz* ‘Али, посмотри в окно! Как много выпало снега за ночь, все белым-бело’; *Gömleğimin düğmesi kopmuş, ben ise fark etmemişim* ‘У меня на рубашке оторвалась пуговица, а я даже и не заметил’.

Глагол, употребляемый с суффиксом прошедшего субъективного времени, также может использоваться в ситуациях, имеющих оттенок недоверия, ощущение обмана или даже надувательства. При употреблении этого времени в форме первого лица единственного и множественного числа (*я*, *мы*) предложение приобретает оттенок ложного обвинения. В начале таких предложений обычно используются такие слова, как *güya* ‘будто бы, якобы’, *ona göre* ‘с её/с его слов’, *meğer* ‘оказывается’. Например: *Güya geçen yıl satranç turnuvasında birinci olmuş* ‘Будто бы в прошлом году он занял первое место в шахматном турнире’; *Ona göre Gamze bütün gün hiç dışarı çıkmamış, evde oturup saatlerce ders çalışmış* ‘С его слов, Гамзэ целый день вообще не выходила из дома, сидела и часами учила уроки’; *Güya hayatımda ben hiç bir zaman çalışmamışım ve geçinebilmek için tüm para annebabamdan almışım* ‘Якобы я вообще в жизни никогда не работал и все деньги на проживание мне давали родители’.

Данное время употребляется в сказках, анекдотах и сплетнях. Сказки традиционно начинаются с фразы *bir varmış bir yokmuş* ‘жили-были’. Например: *Bir varmış bir yokmuş kral ve kraliçe’nin 3 kızı varmış* ‘Жили-были король с королевой, и было у них 3 дочери’; *Duydun mu? Dün Hakan Zeynep’le evlenmiş* ‘Ты слышал? Вчера Хакан и Зейнеп поженились’; *Duydum ki Eren ve Elif dün çok kavga etmişler ve Elif hatta eşyalarını toplayıp ailesinin yanına gitmiş ‘*Я слышала, что Эрен и Элиф вчера сильно поссорились, Элиф даже собрала вещи и уехала к родителям*’.*

Прошедшее субъективное время не имеет аналога в русском языке, поэтому вызывает трудности на первых этапах обучения. Таким образом, как было выявлено на практике, прошедшее категорическое время и прошедшее субъективное время необходимо вводить параллельно, акцентируя внимание на сходстве и различиях с опорой на родной язык. Такая методика помогает избежать интерференции, а также добиться грамотного употребления времени в речи.

М. С. Филимонова

КОГНИТИВНАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ ОБУЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ ЧТЕНИЮ НА КИТАЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Чтение на китайском языке представляет собой сложный когнитивно-коммуникативный процесс, в результате которого осуществляется извлечение информации. Успешность понимания при чтении обусловливается необходимостью создания когнитивных основ коммуникации в процессе обучения чтению на китайском языке, то есть оно должно осуществляться с учетом его когнитивной направленности, включающей *обучение чтению с опорой на когнитивную базу обучающихся, концентрическую прогрессию* и *когнитивную визуализацию языкового материала*.

Обучение чтению с опорой на когнитивную базу подразумевает обучение чтению одновременно с образованием прочной когнитивной базы обучающихся и с опорой на ее уже сформированные фрагменты. Она представлена системой специально формируемых семантических, классификационных и ситуационных фреймов и мегафреймов лингвистических единиц; средств структурной, смысловой и коммуникативной целостности текста; фреймов-сценариев анализа иероглифов, слов, словосочетаний, предложений и текстов (система *семантических* (фреймы «значение идеографа N», «иероглиф N», мегафрейм «смысловая группа X»), *классификационных* (фреймы «количество черт N», «фонетик Y», «иероглиф N», «слово N», «синтаксический концепт N», «функциональный тип предложения N», мегафреймы «синтаксические концепты китайского простого предложения», «функциональные типы предложения»), *ситуационных* (фреймы «рематическая доминанта N», «функциональный тип текста N»,

мегафреймы «типы рематических доминант», «функциональные типы текстов») фреймов и мегафреймов лингвистических единиц и средств целостности текста).

Опора на когнитивную базу при обучении чтению позволяет раскрывать связи лексических единиц между собой, способствует эффективному усвоению не только их формальных характеристик, но и ассоциативных связей на когнитивном уровне, обеспечивая запоминание большого количества единиц и глубину обработки текстовой информации, тем самым создавая когнитивные основы коммуникации в процессе обучения чтению.

Построение когнитивной базы обучающихся характеризуется следующими свойствами:

- последовательность введения фреймов и мегафреймов, освоение последующих языковых единиц с опорой на уже сформированные в сознании индивида системы фреймов и мегафреймов;
- непрерывность процесса формирования и пополнения системы элементов когнитивной базы;
- системность, так как каждый фрейм является частью более широкой системы, включающей родственные соотнесенные фреймы (Л. В. Бабина), вследствие чего фрейм можно расширить в более сложную структуру за счет тесной взаимосвязи и взаимопроникновения фреймов, в результате чего образуется мегафрейм (Е. А. Огнева) (рис. 1).

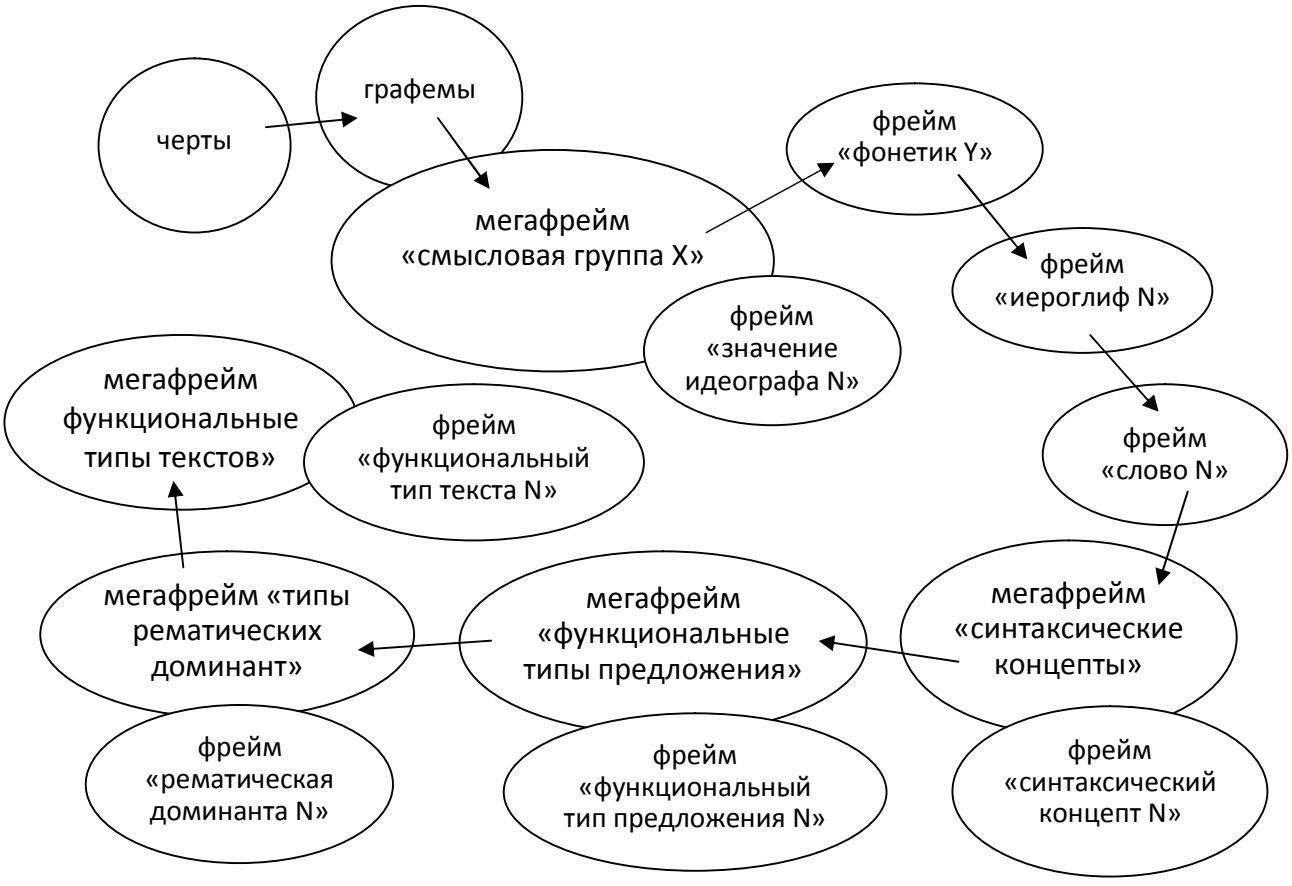


Рис. 1. Последовательность введения фреймов и мегафреймов

Принцип к о н ц е н т р и ч е с к о й п р о г р е с с и и предполагает обучение от простого к сложному, то есть от черт, идеографов, фонетиков к иероглифам; от иероглифов к словам, словосочетаниям, предложениям; от предложений к текстам, а также многократное возвращение к усвоенным лексическим единицам, выступающим в новой для себя функции в рамках нового графического материала; представляет процесс чтения в виде постоянно сменяющихся этапов: аналитического, синтетического и аналитико-синтетического, прохождение которых обеспечивается такими логическими операциями, как анализ, синтез, классификация, абстрагирование, систематизация, конкретизация.

С учетом вышеизложенного методическая организация иероглифического материала должны быть представлена следующими концентрами (рис. 2):

1) концентр фреймов иероглифических черт;
2) концентр фреймов графем (ключевых графем, фонетиков, идеографов);
3) концентр фреймов иероглифов;
4) концентр фреймов слов;
5) концентр фреймов словосочетаний;
6) концентр фреймов предложений;
7) концентр фреймов рематических доминант текста;
8) концентр фреймов функциональных типов текстов.

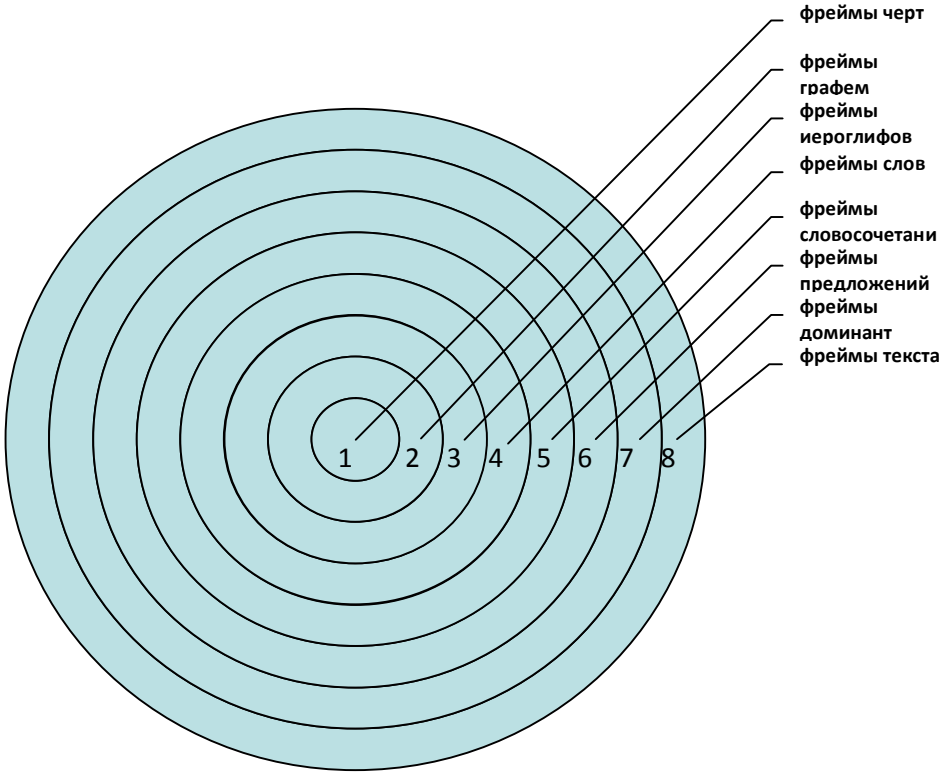


Рис. 2. Концентры иероглифического материала

Принцип когнитивной визуализации языкового материала находит свою реализацию, во-первых, в организации языкового материала в виде семантических, классификационных и ситуационных фреймов и мегафреймов языковых единиц; во-вторых, в использовании тезауруса читателя (составляющего личный опыт), текстовых (имманентно присущих тексту) и инструментальных (специально создаваемых и вводимых в учебный процесс в качестве временного средства обучения) опор (Е. В. Барбакова) в чтении, позволяющих осуществить методическую поддержку, направленную на активизацию смысла читаемого и обеспечение самоуправления этой деятельностью (рис. 3).

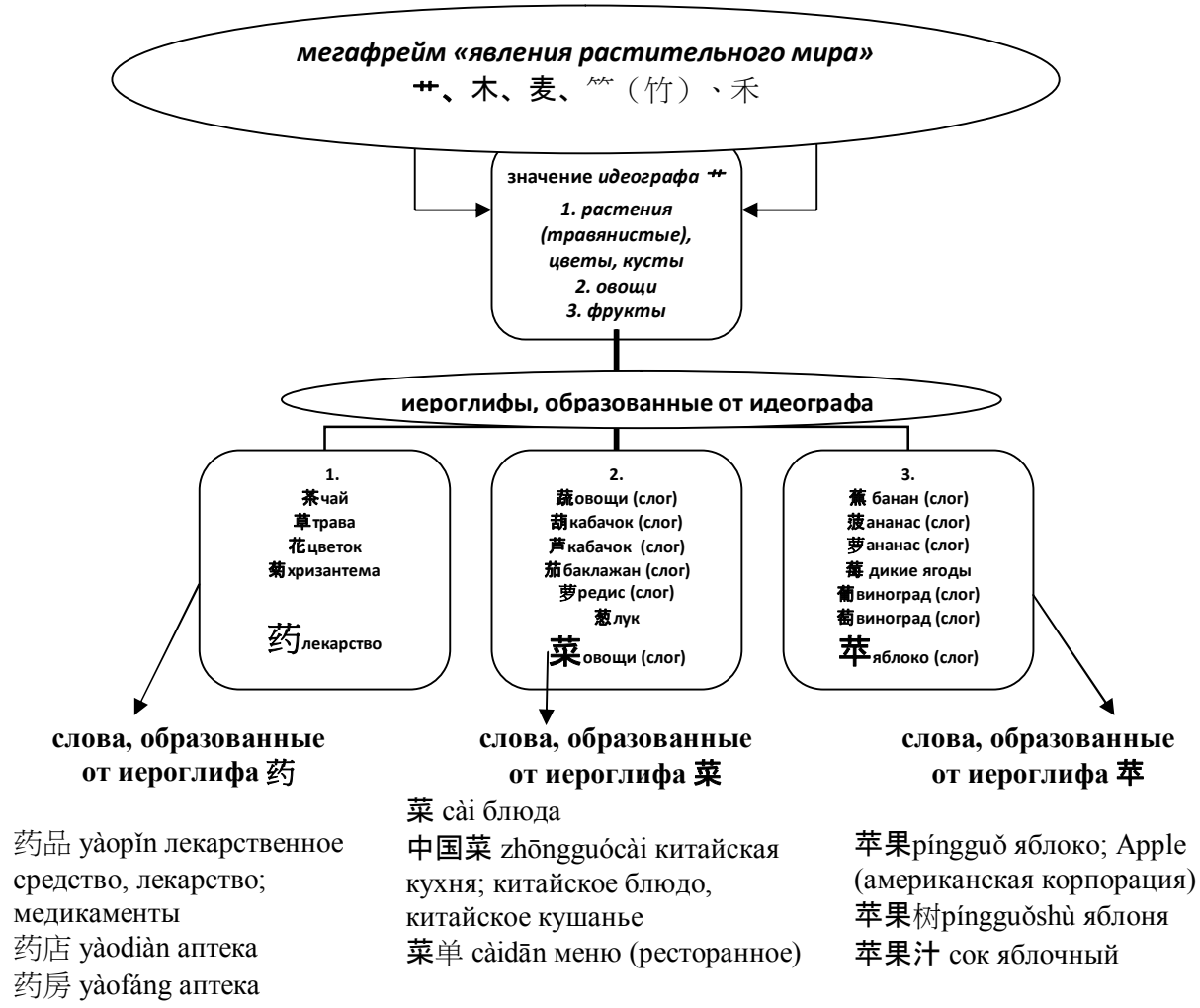


Рис. 3. Семантический фрейм «идеограф 艹», входящий в мегафрейм «явления растительного мира»

Учет всех вышеперечисленных принципов в процессе обучения способствует быстрому извлечению информации из текстов на китайском языке и осуществлению коммуникации обучающимися, вследствие того, что позволяют быстро и эффективно усвоить необходимый для процесса чтения лингвистический материал и правила оперирования им.

Н. А. Хассан Шали

СРАВНЕНИЕ РЕДАКЦИЙ ТЕКСТА КАК ПРИЕМ АНАЛИЗА СТИЛЯ ПИСАТЕЛЯ

Анализ индивидуально-художественного стиля писателя входит в круг важнейших филологических и методических проблем. Учителя-словесники используют различные приемы выявления стилевых особенностей изучаемых произведений: нахождение в тексте художественных средств и определение их функции, выявление стилевых доминант, анализ стилевых особенностей текста, стилистический эксперимент, изучение творческой истории произведения и др.

В трудах классиков методической мысли намечено два разных подхода к использованию на уроках литературы сопоставления чернового и окончательного вариантов текста.

Первый путь описала М. А. Рыбникова. Знаменитый филолог-педагог была сторонницей филологической ориентации в преподавании литературы. Она отдавала предпочтение приемам, которые «направлены на то, чтобы разъяснить трудный для учащихся языковой состав …произведения и тем уяснить его смысл и особенности его стиля в связи с его темой» («Очерки по методике литературного чтения»). Обязательным элементом анализа была «разработка словаря» произведения с помощью различных языковых упражнений (толкование слов, подбор однокоренных слов, синонимов, антонимов, этимологический анализ, сопоставление вариантов текста и др.).

Важным элементом языкового анализа произведения в системе М. А. Рыбниковой является сопоставление вариантов текста. В качестве образца работы автора над словом педагог приводит черновики Пушкина. Методист не ставит целью рассмотреть как можно больше авторских правок. На уроке по «Песне о вещем Олеге» она приводит четыре случая замены эпитетов. На этапе наблюдений над текстом ученики находили и комментировали эпитеты, с помощью которых созданы образы персонажей. Из приведенной стенограммы урока видно, что работа над правками, сделанными Пушкиным, вызвала большой интерес учащихся.

Учитель обращает внимание на эпитет, характеризующий княжеского коня: «Князь по полю едет на верном коне». В черновике было другое прилагательное. Размышляя над тем, почему Пушкин отказался от эпитета *смирный*, заменив его прилагательным *верный*, ребята указывают на другие характеристики коня: *ретивый, бурный, игривый*. Прилагательное *смирный* Пушкин использует в описании боя. Учитель спрашивает, нет ли противоречия в описании коня: с одной стороны, «смирный стоит под стрелами врагов», с другой – конь «бурный, игривый»? Рыбникова приводит ответы учеников: «Быть смирным на бранном поле − это не значит вообще быть смирным. Конь могучего князя бурный, игривый, а главное, он верный его товарищ. Эпитет “верный” является более существенным в характеристике коня».

Работая над характеристикой волхва, методист предлагает сравнить варианты: «И к мудрому (гордому) старцу подъехал Олег». В ходе беседы делается вывод о том, что у кудесника гордость была (ответ его князю полон достоинства и гордости), но в плане целого произведения это, конечно, мудрый старец. Наставник подводит учеников к важному выводу: «Эти поправки Пушкина еще раз ведут нас от одного слова к целому произведению… Они учат ценить слово, они воспитывают критическое отношение к своей и чужой речи, они позволяют сделать тот вывод, который и был закреплен словами одного из учеников: “Когда пишешь, пиши самое главное, думай! Может быть, кудесник гордый, но здесь важнее, что он мудрый”».

Иной подход к сопоставлению вариантов текста можно обнаружить у В. Г. Маранцмана. Известный методист был сторонником проблемного изучения литературы в школе. Одним из действенных способов организации проблемного обучения он считал сравнение вариантов текста. Особое внимание Владимир Георгиевич уделяет черновикам Пушкина, включая их в уроки по всем произведениям великого писателя, входящим в школьную программу. Разработки уроков с использованием черновиков даны в двухтомнике «Изучение творчества А. С. Пушкина в школе». Остановимся подробнее на методической разработке урока по «Песне о вещем Олеге».

Согласно теории проблемного обучения, при изучении конкретного произведения необходимо найти такой стратегический вопрос, который определит вектор и логику анализа. При изучении «Песни…» таким проблемным вопросом будет вопрос о причинах гибели князя. Проблемный вопрос обнаруживает разные грани его решения, позволяет сопоставить разные варианты ответов. Услышав разные точки зрения, учитель предлагает задуматься над тем, что же хотел сказать сам автор. Для того чтобы лучше понять авторский замысел, стоит обратиться к вариантам текста: «Может быть, направление его мысли помогут нам понять черновики, которые сохранились?»

Учитель предлагает еще раз рассмотреть сюжет «Песни...». Работа строится вокруг ключевых эпизодов текста, важной частью анализа которых становится сравнение редакций текста. Всего предлагается рассмотреть 12 правок. Методист отбирает детали, важные для понимания характеров героев. Он обращает внимание на различное появление князя и волхва. Олег появляется величаво: сначала мы видим дружину, затем сияние доспехов и только потом самого князя и коня. Кудесник появляется иначе − неожиданно, таинственно:

Из темного леса навстречу ему
Идет вдохновенный кудесник.

Пушкин сомневался в этом эпитете, в черновике был другой: *престарелый кудесник*. Но этот эпитет мог создать ощущение немощи старика, а кудесник наделен пророческим даром, таинственной силой. Он подчинен лишь воле богов, а не князя. Кудесник независим и смел. В окончательном варианте старость ему оставлена, но она лишена немощи, как и вызова.

В черновике была строка: «И к гордому старцу подъехал Олег». Но Пушкин оставил *мудрому старцу*. Независимость волхва не надменна. Высокомерен *владыка* − Олег. Князь понимает духовное величие кудесника, но обращается к нему снисходительно, призывает не бояться его власти, обещает вознаграждение. В черновике кудесник угрожал Олегу: «Но знаю, но вижу паденье твое». В окончательном тексте он сразу не произносит приговора, который отнесен в самый конец предсказания. Работая над этими строками, Пушкин оставляет воодушевление пророка, но исключает мстительную пылкость: «Но вижу твой жребий на светлом челе».

В черновике были строки, подчеркивающие воинственность, даже жестокость Олега. Этих строк нет в окончательном тексте. Пушкинский Олег не жесток, а величав, и его могущество усиливается в работе поэта над стихом.

Работая над сценой прощания Олега с конем, Пушкин усиливает ощущение тяжести прощания, привязанности князя к коню, которого он гладит *прощальной рукой*. Работа с вариантами текста, организованная подобным образом, позволяет проследить развитие авторской мысли в процессе создания произведения.

Как показывает опыт известных методистов, сравнение редакций художественного произведения позволяет решать различные образовательные и развивающие задачи: способствуют проникновению в творческую лабораторию писателя, учит воспринимать текст в единстве содержания и формы, помогает выявить и рассмотреть средства художественной выразительности, понять взаимосвязь элементов произведения, способствует выработке навыков стилистического анализа текста, оказывает положительное влияние на развитие речи учащихся, формирует наблюдательность, внимательное отношение к художественному слову, стимулирует совершенствование собственного стиля при написании сочинений.

А. И. Храмцова

КАТЕГОРИИ ВРЕМЕНИ И ЛИЦА В КОРЕЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Согласно грамматике Пор-Рояля (1990), глагол является «словом, обозначающим утверждение, с указанием на лицо, число и время». Русскому глаголу присущи все упомянутые категории.

Категорию времени глагола в русском языке образует система противопоставленных друг другу рядов форм, обозначающих отношение действия ко времени его осуществления. В русском языке категория времени глагола тесно связана с категорией вида. Так, глаголы несовершенного вида в изъявительном наклонении имеют три формы времени – настоящего, прошедшего и будущего сложного; глаголы совершенного вида имеют две формы вре-

мени – прошедшего и будущего простого. Следует отметить, что грамматическое значение времени свойственно не всем формам глагола, например, инфинитиву, повелительному и сослагательному наклонениям.

Основу категории времени глагола составляют формы времени в рамках изъявительного наклонения: 1) формы настоящего времени; 2) формы прошедшего времени; 3) формы будущего времени: а) будущее сложное, б) будущее простое. Следовательно, можно говорить о четырех группах временных форм глагола, которые имеют свойственные им категориальные грамматические значения и средства выражения (аффиксы и типы основ).

Формы настоящего времени образуются путем присоединения окончаний, являющихся одновременно показателями лица и числа, к основе настоящего времени глаголов несовершенного вида.

Формы прошедшего времени образуются присоединением суффикса ***-л-*** к основе инфинитива. В формах прошедшего времени отсутствуют специальные формальные показатели лица – личные окончания. На грамматическое значение лица указывают личные местоимения или существительные, являющиеся подлежащим в предложении с глаголом-сказуемым в форме прошедшего времени. Отличительной особенностью данной временной формы является наличие показателя числа и рода в формах единственного числа.

Формы простого и сложного будущего времени отличаются по форме. По основному значению формы будущего простого времени имеют значение совершения действия в будущем, однако по типу образования представляют формы настоящего времени глаголов совершенного вида. Формы будущего сложного времени – аналитические и характерны глаголам несовершенного вида. Такие формы образуются с помощью вспомогательного глагола ***быть*** в личной форме будущего простого времени и инфинитива основного глагола (*буду читать*). Формы вспомогательного глагола указывают также на лицо и число.

Согласно мнению некоторых лингвистов, грамматическое значение лица сформировалось «для того, чтобы избавить себя от необходимости постоянно употреблять в речи местоимения … достаточно приписать слову некоторое окончание, которое обозначало бы, например, что мы говорим о себе» (А. Арно, К. Лансло, 1990). Категория лица – это система противопоставленных друг другу рядов форм, выражающих отнесенность или неотнесенность действия к участникам речевого акта. Формы лица выражают отнесенность действия к говорящему.

Категория лица тесно связана с категориями наклонения, времени и числа. Как было указано выше, в изъявительном наклонении формальное выражение настоящего и будущего времени связано с личными формами глагола. Показателем значения первого, второго или третьего лица служат флексии, имеющие одновременно значения единственного или множественного числа. В повелительном наклонении категория лица выражена системой личных форм. В формах сослагательного наклонения и прошедшего времени изъявительного наклонения формальное выражение получает только грамматическое значение рода.

Категория лица в русском языке характеризуется противопоставлением следующих глагольных форм: в изъявительном наклонении 1) форм 1-го лица ед. и мн. числа (*читаю, приду; читаем, придем*); 2) форм 2-го лица ед. и мн. числа (*читаешь, придешь; читаете, придете*); 3) форм 3-го лица ед. и мн. числа (*читает, придет; читают, придут*); в повелительном наклонении 1) форм 2-го лица ед. и мн. числа (*читай, приди; читайте, придите*); 2) форм совместного действия (*давай(те) читать*).

В корейском языке в отличие от русского довольно сложно выделить единую систему времен, так как мнения лингвистов насчет отнесения той или иной формы глагола к временной существенно различаются. Так, Г. Рамстед (1951) выделяет 6 декларативных форм в изъявительном наклонении (настоящее, прошедшее, будущее, давнопрошедшее, прошедше-будущее, будуще-прошедшее). А. Холодович выделяет абсолютные и относительные формы времени. К абсолютным он относит настоящее (действие, совершаемое в момент речи), прошедшее (действие, совершаемое до момента речи) и будущее (действие, совершаемое после момента речи). К относительным он таким же образом относит настоящее, прошедшее и будущее время.

Настоящее абсолютное время не имеет специального временного аффикса, что и указывает на то, что глагол выражает действие, совершающееся в момент речи. Можно сказать, что глагол имеет нулевой признак времени, нулевую морфему. Нулевая морфема является самым распространенным указателем на настоящее время в корейском языке. Прошедшее абсолютное время образуется присоединением одного из параллельных суффиксов -았- ‘ат’, -었- ‘от’, -였- ‘ёт’. Будущее абсолютное выражается с помощью суффикса -겠- ‘кет’, который присоединяется к первой основе. Морфему -겠- ‘кет’ не следует путать с омонимичной морфемой со значением недостоверности. Первая морфема используется для указания на действия, которые должны произойти в будущем. В этом случае подлежащим в предложении является первое лицо. Вторая морфема употребляется для указания на действия, приуроченные к любому времени. В этом случае подлежащим является второе или третье лицо.

Относительным называется время, которое выражает отношение действия к абсолютному времени другого действия. В данном случае за точку отсчета принимается не момент речи непосредственно, а время совершения другого действия. Другим значением термина «относительное время» является время, действия в его отношении к последующему моменту в развитии самого этого действия. Имеющие данное значения формы глагола называют перфектными.

Категория лица в корейском языке в таком виде, как в русском языке, не представлена. Однако имеются грамматические формы, выражающие значения близкие к грамматическим значениям категории лица (А. А. Холодович, 1954). В корейском языке есть возможность выразить, что действие совершается не первым лицом, не самим говорящим. Для этого служит суффикс -시- ‘си’, который присоединяется ко второй основе глагола. Дан-

ный суффикс используется для выражения вежливости по отношению ко второму или третьему лицу, когда собеседник выше говорящего по положению, статусу, возрасту. В этом случае речь идет о вежливом ***Вы***. Иногда происходит замена нейтрального глагола его вежливым эквивалентом. Например, *자다 – 주무시다* (*чада – чумусида*) ‘спать’. Также в корейском языке можно показать, что действие одного лица совершается в интересах другого. Для этого используются языковые средства, указывающие на направленность действия (например, вспомогательный глагол 주다 (чуда), имеющий в самостоятельном употреблении значение ‘давать’). Данный глагол присоединяется ко второй основе глагола. Следует отметить, что категория лица также может выражаться в категорическом наклонении и с помощью суффикса -겠- ‘кет’. Если данный суффикс обозначает намерение говорящего совершить определенное действие, подлежащее выражено первым лицом. В случае, когда суффикс передает значение предположения относительно происходящего действия, подлежащее выражено вторым или третьим лицом.

Таким образом, в русском и корейском языках основу временных форм глагола составляют формы настоящего, прошедшего и будущего времени. В русском языке категория времени осложняется наличием простого и сложного будущего времени, а в корейском – наличием относительных (перфектных) форм. Наибольшие различия имеет категория лица. В русском языке она выражена разнообразием личных форм глагола, а также личных местоимений, в то время как в корейском языке при отсутствии грамматической категории лица как таковой используются другие средства указания на исполнителя, к которым относят суффиксы -시- ‘си’, -겠- ‘кет’, категорию направленности действия, а также вежливые эквиваленты глагола.

КОНТРАСТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ГЕРМАНСКИХ И СЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКОВ

О. В. Аношина

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНФИНИТИВНЫХ СТРУКТУР В СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ПРОЗЕ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ПЕРЕДАЧИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Инфинитив в английском языке представлен 6 формами, отражающими такие морфологические категории, как категория временной соотнесенности, категория залога и категория аспекта. Категория временной соотнесенности указывает на то, происходит ли действие, выраженное инфинитивом, одновременно или после момента речи или действия, обозначаемого глаголом-сказуемым в личной форме, или предшествует ему. Как правило, если действие, выраженное инфинитивом, предшествует глаголу-сказуемому, используется перфектная форма инфинитива. Исключением из этого правила служат инфинитивы глаголов чувственного восприятия, движения и действий, ассоциируемых с движением, неперфектная форма инфинитива которых обозначает предшествующее действие. Категория залога отражает, осуществляет ли действие, обозначаемое инфинитивом, сам субъект, или же это действие осуществляется над субъектом. Категория аспекта находит свое выражение в противопоставлении простых и длительных форм инфинитива и отражает характер действия, обозначаемого инфинитивом.

Английский инфинитив существенно отличается от русской неопределенной формы глагола (мы будем использовать этот термин для обозначения инфинитива в русском языке) и выполняет в предложении целый ряд функций, несвойственных русской неопределенной форме глагола.

Материалом данного исследования послужили отрывки из двух книг современных авторов, переведенных и опубликованных на русском языке.

Результаты исследования функционирования инфинитивных структур представлены в таблице. Под инфинитивными структурами мы подразумеваем отдельно стоящий инфинитив, фразы с инфинитивом, а также предикативные конструкции с инфинитивом, а именно: субъектная инфинитивная конструкция, объектная инфинитивная конструкция и инфинитивная конструкция с предлогом *for*.

Как наглядно демонстрирует таблица, на первом месте по частоте употребления стоит инфинитив в функции дополнения. На втором месте – инфинитив в функции части составного глагольного модального сказуемого. Третье место разделили инфинитив в составе объектной предикативной конструкции, функционирующей как сложное дополнение, и инфинитив в функции обстоятельства.

Функционирование инфинитивных структур

Употребление	Функция													
	Подлежащее	Сложное подлежащее	Дополнение	Сложное дополнение	Определение	Сложное определение	Обстоятельство	Сложное обстоятельство	CVMP	CVAP	Предикатив	Часть предикативка	Вводные слова	Всего
Количество	15	33	255	61	39	3	71	3	173	14	3	4	5	679
Проценты	2	5	38	9	6	0,5	10	0,5	25	2	0,5	0,5	1	100

Чаще всего инфинитив использовался в функции обстоятельства цели (72 % от всех употреблении в функции обстоятельства), были также зафиксированы обстоятельства последовавших действий (12 %), результата (10 %), исключения (5 %) и условия (1 %).

Субъектная инфинитивная конструкция использовалась с глаголами *seem* (16), *suppose* (12), *happen* (1), фразой с модальным значением *be sure* (1), в функции сложного подлежащего также зафиксирован 1 случай употребления инфинитивной конструкций с предлогом *for*.

Объектная инфинитивная конструкция использовалась после глаголов *make* (12), *let* (11), *feel* (7), *want* (5), *get* (5), *see* (5), *will* (2), *know* (1), *hear* (1), *need* (1), *expect* (1); зафиксирован 1 случай употребления инфинитивной конструкции с предлогом *for* в функции сложного дополнения.

Самый частотный модальный глагол в составе составного глагольного модального сказуемого – модальный глагол *can/could* (69 % употребления).

Частота использования инфинитива в составе предикативных конструкций составила 15 % от всех употреблений инфинитива.

Следует отметить сравнительно редкое употребление перфектных, длительных и пассивных форм инфинитива (5 % от общего числа употреблений). Не было зафиксировано ни одного случая употребления перфектной длительной формы. Около половины отличных от неперфектной недлительной активной формы инфинитива были зафиксированы после модальных глаголов, остальные случаи пришлись на дополнение, сложное дополнение и сложное подлежащее.

При переводе инфинитива в роли подлежащего на русский язык были использованы: 1) неопределенная форма глагола – *I knew it was ridiculous* ***to think*** *this way* ‘Знаю, смешно было так **думать’**; 2) существительное – *it’s normal* ***to be emotional*** *in pregnancy* ‘повышенная **эмоциональность** при беременности – это совершенно нормально’; 3) придаточное предложение – *It still gives me such a kick* ***to say*** *that* ‘До сих пор **как подумаю** об этом, аж вздрагиваю от радости’.

Для перевода инфинитива в роли дополнения на русский язык в анализируемом материале были использованы: 1) неопределенная форма глагола –

promise ***to tell*** *me if it does* ‘обещай мне **сказать**, если это так’; 2) личная форма глагола – *There was a piece of me that was still hoping* ***to find*** *this had been a very realistic nightmare* ‘Какая-то частичка меня все еще надеялась, что это **окажется** очень реалистичным кошмаром’. В ряде случаев при переводе было добавлено дополнительное модальное значение: *I am sorry* ***to disappoint*** *you* ‘Сожалею, что **вынуждена разочаровать** Вас’.

При переводе на русский язык инфинитива в роли определения были использованы: 1) неопределенная форма глагола (в случае, если определяемое слово принадлежит к классу абстрактных существительных) – *her inability* ***to comprehend*** *algebra* ‘своей неспособности **подтянуть** алгебру’; 2) прилагательное – *with a present for me and stories* ***to tell*** ‘с каким-нибудь сувенирчиком для меня и с кучей **интересных** историй’, 3) существительное – *there was music* ***to sing*** *along to* ‘мы были заняты **пением** песен’, 4) придаточное предложение – *this is a chiming ball* ***to soothe*** *the baby* ‘тут еще бубенчик, **звон которого успокаивает малыша**’, 5) опущение – *I told you, I have those… errands* ***to run*** ‘Ты же помнишь, у меня… дела’, 6) личной формой глагола – *I want to have a lovely new house* ***to bring*** *the baby home to* ‘Хочу жить в чудесном новом доме **и растить** в нем ребенка’. При переводе инфинитива в функции определения могло быть отражено дополнительное модальное значение нужности или возможности: *the perfect place* ***to leave*** *him* ‘лучшее место, где **можно оставить** братишку’, а также дополнительное значение цели.

Для перевода инфинитива в функции предикатива использовалась неопределенная форма глагола: *the last thing I wanted was* ***to upset*** *the evening* ‘последнее, чего бы мне хотелось, – так это **испортить** ей вечер’; части предикатива – существительное и наречие: *it was three stories and drafty, shockingly expensive* ***to heat*** *in the winter* ‘он трехэтажный и потому зимой **обогрев** стоит очень дорого’, *(it was) almost impossible* ***to cool*** *in the summer* ‘летом в нем весьма **жарко**’.

Перевод инфинитива в функции обстоятельства цели предполагал использование сочетание союза *чтобы* и неопределенной формы глагола: *craning my neck* ***to see*** *the screen* ‘вытягиваю шею, **чтобы видеть** экран’, сочетание союза «чтобы» и личной формы глагола: *Now I just have to shift it slightly* ***to get*** *the crucial bit* ‘Осталось чуть-чуть сдвинуть зонд, **чтобы было** лучше видно’; обстоятельства последовавших действий – сочетание сочинительного союза и личной формы глагола: *I feel Luke’s gaze on me and turn* ***to see*** *him* ‘Чувствую на себе пронзительный взгляд Люка, оборачиваюсь **и вижу** на его лице’; обстоятельства результата переводилось при помощи неопределенной формы глагола: *felt brave enough* ***to wear*** ‘которую мне хватало духу **надеть**’ или фразы со значением количества: *too many windows* ***to make*** *any logical sense* ‘слишком много окон – **куда больше необходимого**’; обстоятельство исключения – неопределенной формой глагола: *nothing left to do except* ***leave*** ‘тут больше нечего **делать**’; обстоятельство условия не было переведено, что можно объяснить издержками художествен-

ного перевода: *he had no idea that he'd picked it up and would have been mortified* ***to realize*** *it* 'не вполне осознавая, что он взял с прилавка и зачем', более близкий по смыслу к оригинальному тексту перевод мог бы звучать: 'и был бы крайне смущен, если бы понял это'.

Для перевода сложного дополнения, выраженного объектной инфинитивной конструкцией, использовались придаточные предложения: *I had never known Milly or Anderson to be awake before ten* 'я отлично знала, **что Милли и Андерсон никогда не встают** раньше десяти', и простые предложения: *my new skirt make* ***me look*** *like I'm Amish* 'в новой юбке **я похожа** на монахиню'.

Для перевода сложного подлежащего, выраженного субъектной инфинитивной конструкцией, при сказуемом, выраженном глаголом *seem* или *happen*, в большинстве случаев использовался прием опущения, когда сказуемое не переводилось, именной элемент конструкции соответствовал подлежащему в переводе, а глагольный элемент (инфинитив) – сказуемому: ***she*** *never seemed* ***to know*** 'подруга вечно **не помнила**', или использовалось причастие: *pair of earrings* ***that*** *seemed* ***to be made out*** *of some kind of tinsel* 'сережки, **сделанные** из чего-то вроде конфетной фольги'. В ряде случаев *seem* все же переводился: ***He*** *seemed* ***to actively be trying*** 'Он действительно **казался тем** парнем, **который старается**'. Перевод конструкции, употребленной с глаголом с модальным значением *suppose* или модальным выражением *be sure*, подчинялся правилам перевода составных глагольных модальных сказуемых: *like* ***she*** *was supposed* ***to be*** **'**как оно и **должно быть**', ***what*** *was sure* ***to be*** '**явно понималось**', *He knows* ***he's*** *not supposed* ***to mention*** 'при Джесс **лучше не заикаться**'.

Инфинитивная конструкция с предлогом *for* может использоваться в любой функции, соответственно, и перевод этой конструкции отличается большим разнообразием используемых грамматических и лексических средств: 1) простое предложение – *It was rare* ***for us not to see*** *each other on a daily basis* '**Мы виделись** почти каждый день', *(which) had been easy* ***for me to cross*** 'которые **я** легко **преодолевала**', 2) прилагательное – *I'd planned* ***for my summer to go*** 'такое **долгожданное** лето', 3) притяжательное местоимение – *It's stuff* ***for you to do*** *in Scotland* 'Это просто список **твоих** дел в Шотландии', 4) неопределенная форма глагола – *Sloane had a plan* ***for both of us to find*** 'У Слоан был план **подыскать нам обеим**'.

Естественно, что рассмотренные отрывки не охватывают абсолютно все случаи использования инфинитива в художественных текстах и варианты перевода: так, например, в анализируемых отрывках не встретилось использование инфинитива в функции определения после порядкового числительного или прилагательного *last*, в переводе которых, как отмечается в исследованиях, используют глагол в личной форме.

Тем не менее приведенные данные свидетельствуют о том, что у переводчика есть широчайший арсенал средств перевода инфинитивных структур, позволяющих сохранить образность, модальную и эмоциональную окраску и избежать смысловых потерь.

А. В. Бенедиктович

РОЛЬ ВЫСКАЗЫВАНИЙ С АБСТРАКТНЫМИ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫМИ В ПОСТРОЕНИИ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ

Предназначение публицистического текста – воздействие на сознание адресата с целью побуждения его к определенным действиям, поэтому в нем не только отражаются и описываются значимые события. Авторы также передают свое отношение к описываемым фрагментам действительности и представляют иные точки зрения и мнения по обсуждаемым проблемам.

Модусные категории обеспечивают возможность различной интерпретации человеком того или иного концептуального содержания и формирования на этой основе специальных субъективных смыслов. К числу модусных категорий относятся отрицание, аксиологические категории, категории аппроксимации, эвиденциальности (Н. Н. Болдырев), категории персуазивности и авторизации (Т. В. Шмелева).

Модусные категории относятся к числу коммуникативных, поскольку связаны с процессом использования языка. Они широко представлены в высказываниях, однако не имеют строго закрепленных форм выражения из-за того, что отражают субъективные сущности индивидуального восприятия и осмысления событий и отношения к ним.

Материалом для анализа послужили высказывания с абстрактными существительными, отобранные из художественно-публицистических статей на английском языке из качественной британской прессы. Информация, представленная в текстах посредством высказываний с абстрактным существительным, носит разнонаправленный характер. С одной стороны, это сообщение о происходящем событии или ситуации, с другой – это интерпретация данной информации субъектом коммуникации.

Высказывания с абстрактными существительными позволяют субъекту коммуникации представить модусную интерпретацию действительности, а именно точки зрения, отношения и оценки. Абстрактные существительные выступают в качестве обозначения целого спектра модусов: модуса мнения, модуса намерения, модуса речи, модуса знания и т.д., например,

And now, aged 37, Huie has written a book that overturns the PR ***notion*** *that it's what we project on the outside that matters* (The Guardian, 15.04.2018);

The final layer of understanding what her own ***purpose*** *was, and the spur to write her book, came in 2016 when she was caring for her father, who had been diagnosed with terminal cancer* (The Guardian, 15.04.2018);

Big tech groups face constant ***demands*** *to protect the people that use their services. Earlier this year, a group of Apple investors wrote to the company urging it to tackle smartphone addiction among children and to introduce better parental controls* (The Telegraph, 06.05. 2018);

I had to surrender. That taught me an important ***lesson****, which is that it's not by seeking to control the world that we get the best out of it. So, in the final moments of my dad's life, I realised the true purpose of my own* (The Guardian, 15.04.2018).

Для экспликации модуса активно используются атрибутивные придаточные предложения в случае употребления в высказываниях абстрактных существительных общесобытийного значения:

Deep down, though, she knew the relationship wasn't right and, although ***the last thing she wanted to be*** *was a single mother a second time around, she ended the relationship when her baby was just a few months old* (The Guardian, 15.04.2018). Словосочетание ***the last thing she wanted to be*** является обозначением модуса желания.

Эксплицитным показателем модусности на синтаксическом уровне выступают придаточные предложения. В таком случае роль абстрактного существительного в высказывании изменяется: его функцией становится обозначение интерпретируемой ситуации:

What Sweden and Italy have in common *is* ***a rigorous, multi-stage selection progress*** *which respects Eurovision as a musical competition, and tries to send the best of the best* (The Telegraph, 07.05. 2018).

Модусность является текстовой категорией. Информация, репрезентируемая высказыванием, в котором содержится модусная интерпретация, может распространяться на целую последовательность ситуаций:

A pivotal ***moment*** *in Huie's own search occurred when she was working in a hairdresser's, after leaving school. "I was washing this woman's hair and she said: 'You're too intelligent for this. Come and work for me.' She said she worked in an office in Holland Park. It turned out she was a big-name PR with lots of famous clients"* (The Guardian, 15.04.2018). В данном примере автор статьи дает модусную интерпретацию события, описанного в целом фрагменте текста, определяя ее как модус возможности: *a pivotal* ***moment.***

Интерпретирующая деятельность субъекта – сложное явление и может быть направлена одновременно на передачу интенций, эмоциональных установок и оценок:

Breaking up was absolutely ***the right decision****, because it allowed me to find myself"* (The Guardian, 15.04.2018);

Our most pressing duty *is to reconnect with ourselves, because then we can connect with others. We need time, without distractions, to mine deep within ourselves. Once we do get to know ourselves, change can happen"* (The Guardian, 15.04.2018).

В данных примерах сообщения о событиях подвергаются комплексной модусной интерпретации за счет активизации оценочного компонента лексической семантики атрибутов абстрактных существительных. Словосочетание *the right decision* обозначает комбинированный модус мнения и оценки, а словосочетание *our most pressing duty* является реализацией модуса оценки в сочетании с модусом необходимости.

Таким образом, высказывания с абстрактными существительными в публицистическом тексте служат эффективным языковым средством репрезентации субъективно-оценочной позиции автора.

О. А. Гергиев

СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ КАТЕГОРИИ АДРЕСАНТА В ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ НА АНГЛИЙСКОМ И БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКАХ

На современном этапе актуальным в лингвистике становится изучение категорий дискурса. Среди них особое значение имеет категория адресанта, поскольку она служит значимым параметром, позволяющим охарактеризовать лингвостилистические особенности того или иного жанра дискурса.

В настоящей работе категорию адресанта мы рассматриваем в узком смысле как те лексико-грамматические средства, которые позволяют оратору эксплицитно или имплицитно называть себя во время выступления. В фокусе нашего внимания оказались торжественные и аргументативные выступления на белорусском и английском языках.

Ядерными маркерами данной категории в публичной речи являются личные местоимения 1-го лица ед. и мн. ч. (*I, we; я, мы*) и их производные (*my, mine, our(s), us; мой, мяне, мне, наш, нам*), служащие интимизации общения и усиливающие эффект доверия и сопричастности.

Сопоставительный анализ показывает, что и в англоязычной, и в белорусскоязычной публичной речи наиболее употребительным средством вербализации категории адресанта является местоимение *мы*. Ораторами преимущественно используется так называемое *инклюзивное мы* с целью объединения и солидаризации с аудиторией. Однако частотность употребления местоимения 1-го лица ед. ч. в выступлениях британских ораторов значительно выше, что объясняется принадлежностью британцев к индивидуалистскому типу культуры: ***I*** *think* ***I*** *somehow knew, when as a student* ***I*** *worked as minority sports correspondent for Oxygen 107.9 FM, that one day* ***I'd*** *become Minister for radio* ‘Я думаю, что я знал, когда работал спортивным корреспондентом на радиостанции Оксиджен 107.9 FM, что однажды стану министром’. Результаты анализа отражены в таблице.

Употребительность местоимений *я* и *мы*
в англо- и белорусскоязычной публичной речи (на 1 000 слов)

Тип публичной речи	Английский язык		Белорусский язык	
	I	we	я	мы
аргументативная	9,8	19,9	4,4	23,4
торжественная	13,1	18,9	1,8	8,9

Немаловажно и то, что в выступлениях на белорусском языке достаточно часто встречаются безличные синтаксические конструкции и номинативные единицы, имплицирующие оратора (*трэба адзначыць*, *хочацца дадаць, міністэрства*): *У сувязі з вышэйсказаным* ***хочацца яшчэ раз падкрэсліць*** *выключную важнасць працы вучоных-лінгвістаў НАН Беларусі,*

*якія не толькі даследуюць гісторыю мовы, выяўляюць спецыфічныя асаблівасці розных яе сістэм на матэрыяле старажытных пісьмовых помнікаў, але і дбайна рупяцца пра захаванне норм сучаснай літаратурнай мовы, пра культуру маўлення; **Міністэрства** замежных спраў падтрымлівае гэту прапанову, і **мы** зробім усё магчымае дзеля таго, каб рэалізаваць гэту вельмі цікавую і слушную ідэю.*

Употребление данных конструкций белорусскоязычными ораторами, вероятно, объясняется их стремлением быть предельно объективными в своих выступлениях.

Таким образом, результаты исследования позволяют говорить как о сходствах, так и о различиях в языковой манифестации категории адресанта в англо- и белорусскоязычной публичной речи.

П. П. Глазко

ВАРИАТИВНОСТЬ СЕАНТИЧЕСКОЙ СТРУКТУРЫ ЖАНРА ЭССЕ В РАЗЛИЧНЫХ ВИДАХ ДИСКУРСА

Проблемы межжанровой дифференциации и внутрижанровой вариативности являются одними из ключевых для современной генристики. Всепроникающие процессы глобализации и дигитализации обусловили появление новых сфер коммуникации, в частности, электронной коммуникации; размывание канонов речевых жанров с тенденцией к жанровой гибридизации и функционированию нескольких моделей реализации одного жанра. Данные преобразования жанровой картины свидетельствуют об актуальность изучения ядерных, устойчивых характеристик жанров в рамках когнитивно-коммуникативной исследовательской парадигмы, отражающей закономерности мыслительной деятельности по созданию речевого произведения и ориентированной на выявление существующих в коллективном сознании моделей и принципов построения речевых жанров.

В этой связи особый интерес представляет изучение структурных параметров речевого жанра эссе, определяемого лингвистами как «блуждающая сущность», жанр, характеризующийся бесструктурностью, голографичностью, свободный от структурных ограничений и опирающийся исключительно на авторское субъективное видение проблемы. С этим, по всей вероятности, связаны убеждения некоторых исследователей в том, что эссе может быть оформлено в виде дневника, письма, воспоминания, рассказа и обладает потенциалом композиционного совмещения разных жанров в рамках одного произведения.

Принимая утверждение Е. В. Бузальской о том, что «интенциональной доминантой эссе является намерение автора передать личный опыт осмысления феноменов окружающей действительности», а также разделяя мнение о принятии в качестве ключевых характеристик эссе фокусирование

внимания на осмыслении важнейших концептов культуры, преимущественное использование функциональных речевых форм описания и рассуждения, а также индивидуальный авторский выбор языковых средств и способ презентации материала читателю, мы все же полагаем, что они не могут быть надежными параметрами моделирования речевого жанра, поскольку во многом являются результатом субъективного восприятия текста читателем. Именно поэтому в качестве жанрообразующего и жанроидентифицирующего параметра мы предлагаем рассматривать структуру. Под структурой в данном случае мы понимаем семантическую структуру, или суперструктуру, предложенную Т. ван Дейком для анализа новостных текстов и использованную в дальнейшем при анализе различных речевых жанров. Таким образом, цель настоящего исследования заключается в выявлении констант (ядерных компонентов) и переменных в семантической организации жанра эссе различной дискурсной принадлежности.

В результате логико-содержательного и сопоставительного анализа было установлено, что суперструктура жанра медийного эссе представлена *нарративным* и *аргументативным* суперкомпонентами, отражающими глобальные текстовые стратегии информирования и воздействия. Каждый из суперкомпонентов включает в себя ряд терминальных субкомпонентов. В структуру нарративного суперкомпонента входит субкомпонент *проблема*, который образуют такие содержательные элементы, как *постановка проблемы*, *авторский комментарий* и *итог*.

Суперструктура академического эссе также имеет трехступенчатую структуру, представленную *нарративным* и *аргументативным* суперкомпонентами. Если аргументативный суперкомпонент академического эссе идентичен по своему составу аргументативному суперкомпоненту медийного эссе, то нарративный суперкомопонент обнаруживает ряд отличий. В частности, в семантической структуре академического эссе следует отметить наличие трех терминальных субкомопонентов (*введение*, *тенденция*, *заключение*), ни один из которых не дублируется из структуры медийного эссе. Единственной константой в данном случае является субкомпонент *проблема*. Однако в отличие от медийного, в академическом дискурсе этот семантический субкомпонент включает в себя компоненты *постановка проблемы* и *решение проблемы*. Очевидно, что *постановка проблемы* является ядерным для семантической структуры жанра эссе.

Таким образом, можно утверждать, что, несмотря на широко распространенное мнение о ведущей для эссе роли субъективного мнения автора, ядерным для исследуемого жанра является аргументативный суперкомпонент, поскольку он имеет неизменный состав в обоих типах дискурса. В плане нарративной субструктуры наибольшую устойчивость демонстрирует семантический компонент *постановка проблемы*, что свидетельствует о большей значимости для жанра проблемности, чем событийности либо авторской интерпретации.

О. О. Графутко

ЭМОЦИЯ ЗЛОСТИ И ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ЕЕ РЕАЛИЗАЦИИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ
(на материале английского и белорусского языков)

Злость является одной из базовых эмоций, признаваемых большинством исследователей. Цель данного исследования – выявить лексические средства представления эмоции злости в художественном дискурсе на английском и белорусском языках, а также определить сходства и различия между ними. Материалом послужили единицы, отобранные методом сплошной выборки из современных романов на английском и белорусском языках («Purity» J. Franzen, «The New Republic» L. Shriver, «Марыянеткі і лялькаводы» М. Южык, «Перакулены час» М. Южык, «Цень анёла» М. Клімковіч, У. Сцяпан).

В первую очередь были выделены лексические единицы, называющие различные оттенки злости: *anger* ‘злость’ – ‘a strong feeling of annoyance, displeasure, or hostility’; *annoyance* ‘досада, раздражение’ – ‘a **slightly** angry or impatient feeling’; *rage* ‘гнев, ярость’ – ‘a **very strong** feeling of anger’; *раздражненне* ‘стан злоснага ўзбуджэння; пачуццё незадаволенасці, злосці’; *злосць* ‘пачуццё гневу, незадаволенасці, раздражнення’; *абурэнне* ‘**вельмі моцнае** незадавальненне, гнеў’ и т.д.

Кроме того, выявлена значительная группа лексем со значением ‘испытывать злость’, включающая различные части речи: прилагательные: *apoplectic* ‘побагровевший (от злости)’, *vexed* ‘раздраженный’, *раз’юшаны*; глаголы: *to bristle* ‘ощетиниться’, *уз’есціся*; наречия: *viciously* ‘злобно’, *сярдзіта*; существительные: *a rant* ‘возмущенная речь’, *праклён*. Примечательно, что романы на английском языке содержат большое разнообразие таких лексем, тогда как белорусскоязычный дискурс характеризуется невысокой встречаемостью единиц, отличных от ядерных терминов эмоций и производных от них.

Группа лексем со значением ‘вызывать злость’ встречается значительно реже и представлена неравномерно в материале на двух языках: в англоязычном дискурсе обнаружены единицы всех четырех частей речи (*to jar* ‘раздражать’, *irksome* ‘раздражающий’, *incessantly* ‘непрерывно, *nuisance* ‘досаждающий предмет, надоедливый человек’), в то время как в романах на белорусском языке данный семантический компонент отмечен преимущественно в глаголах (*раз’ятрыць*, *развар’яваць*).

Важным средством передачи злости является голос, поэтому данную эмоцию могут репрезентировать лексемы со значением говорения, преимущественно – глаголы. Так, были выделены глаголы, в дефинициях которых эксплицирована эмоция злости: *to rave* ‘выть, реветь’ – ‘to talk in an **angry** and uncontrolled way’; *сыкаць* ‘гаварыць здаўленым ад **раздражнення**, **злосці** і пад. голасам’. Также были отобраны глаголы, в дефинициях которых нет эксплицитного указания на рассматриваемую эмоцию, и они приобретают

этот эмотивный оттенок лишь в контексте, например, *to shriek* ‘вопить’ – ‘to shout in a loud high voice because you are frightened, excited, or surprised’: “*For God’s sake, if you’re going to be that way,” Alexis was* ***shrieking****, “I could see, maybe, keeping a source like that to yourself …”<...> The most indifferent bystander at the Rat that night would have registered Alexis Collier’s outrage* ‘– Господи, если ты будешь так поступать, – **вопила** Алексис, – я бы еще поняла, если бы ты *ни с кем* не поделился таким источником... <...> Даже самый равнодушный посетитель бара в тот вечер отметил бы негодование Алексис Колльер’ (перевод наш, если не указано иного. – *О. Г.*).

Подобные глаголы обнаружены и в белорусскоязычной выборке, например, *лямантаваць* ‘моцна і працягла крычаць’ – их можно отнести к средствам передачи злости, опираясь на присутствие в ближайшем контексте единиц с однозначным эмотивным значением:

– Падлюга! Дармаед! – ***лямантаваў*** *ён. – Ты мне, маці, не затыкай рата! Хай чуе, такая дрэнь, хто ён ёсць! Дармаед! Нягоднік!! Скаціна!!!*

Людміла Пятроўна рэзка паклала нож, сарвала з крука фартух і замахнулася на развар’яванага мужа.

Среди глаголов говорения отмечена подгруппа, образованная метафорическим переносом значения глаголов звуков животных на речь человека, например: *to bark* ‘гаркать’*, to growl* ‘рычать’*, to snarl* ‘огрызаться’*; агрызацца, лаяць, рыкаць*.

В целом белорусскоязычная выборка обнаружила большее разнообразие глаголов говорения, чем англоязычная, где сема злости зачастую исключается из глагола и включается в зависимое прилагательное: *Andreas* ***said, offended*** ‘**возмутился** Андреас’[1].

Для передачи злости также важна кинесика: описания взгляда, цвета кожи, мимики, движений, например, *she sat up again, her eyes* ***blazing*** ‘она опять села – теперь глаза у нее **сверкали**[2]’, *Edgar* ***glared*** *with the impotent indignation* ‘Эдгар уставился с бессильным **возмущением**’; *Сяргей са злосцю* ***свідраваў*** *бацьку вачыма, Сурмач…* ***спадылба*** *пазіраў на субяседнікаў*. Данная группа лексем характерна для дискурса на обоих языках, что объясняется универсальностью процесса психофизиологического переживания злости.

Злость может реализовываться через лексемы, базирующиеся на метафоре «Гнев – это жар», отмеченной Дж. Лакоффом: *heat* ‘пыл, раздражение’*, hotly* ‘запальчиво’*, outburst* ‘вспышка’*, to seethe* ‘кипеть’; *бурліць, гарачы, кіпяціцца, успышка*. Однако в англоязычном дискурсе также встречаем нарушение этой закономерности, когда злость сопровождается прилагательным *холодный*: *She didn’t look hurt, just* ***coldly*** *angry* ‘Обиды в ее облике не чувствовалось, только **холодная** злость’[3]; *to propel Pip home to Felton in a* ***cold*** *rage* ‘Пип в **холодной** ярости ринулась в Фелтон[4]’.

---

[1] *Франзен, Дж.* Безгрешность / пер.: Л. Ю. Мотылев, Л. Б. Сумм. – М., 2016. – 736 с. – С. 161.

[2] Там же, с. 571.

[3] Там же, с. 522.

[4] Там же, с. 53.

Лексемы, выражающие злость, также составили несколько групп:

- единицы, связанные с религией – *for Christ's/God's sake* ‘ради всего святого’, *Jesus* ‘Иисусе!’, *damn* ‘черт!’, *goddamned* ‘прокля́тый’; *Госпадзе, д'ябал, (якога) нячысціка, чортавы*, причем для выборки на белорусском языке, по сравнению с английским, упоминание Бога для выражения злости характерно в минимальной степени;
- бранная лексика, обозначающая глупость кого- или чего-либо: *idiot* ‘идиот’, *moron* ‘болван’, *silly* ‘дурацкий’; *бязглузды, верзці*; а также низость или подлость – *jerk* ‘дрянь’; *паршывец, падлюган, хам*;
- метафорическое называние человека именами животных, выявленное только в дискурсе на белорусском языке – *асёл, ішак, кабяліна, казёл, псіна, сабака, сіння/свінчо/свінюк*;
- нецензурная лексика (*bloody* ‘прокля́тый’, *flipping* ‘чертов’; *быдла, дзёўбаны*), причем для англоязычного дискурса в значительном количестве характерны единицы разной степени вульгарности, а в романах на белорусском языке ненормативная лексика представлена минимально, что обусловлено нормами художественности и требованиями, предъявляемыми к художественным произведениям в разных социумах.

Злость является сильной эмоцией, поэтому для контекстов, описывающих ее переживание, характерно наличие ряда единиц, репрезентирующих оттенки злости: *As he gunned down the main road, Edgar's mind was a miasma of terror, **fury**, and self-disgust. He tried to direct his **rage** toward Tomás Verdade, but it kept looping back to himself ... . **Anger** at Verdade was like **anger** at a scorpion for being a scorpion. <...> Indeed, as Edgar reeled through the past to locate exactly where he'd gone wrong ... he found himself spooling all the way back to the **cursed**, miserable day he was born* ‘Пока Эдгар мчался по главной дороге, его разум был миазмом ужаса, **ярости** и отвращения к себе. Он попытался направить свой **гнев** на Томаша Вердади, но гнев бумерангом обращался на самого́ Эдгара … **Злиться** на Вердади было сродни **злости** на скорпиона за то, что он скорпион. <...> И действительно, когда Эдгар попытался вспомнить, когда именно он сбился с пути… ему пришлось мысленно вернуться к **прокля́тому**, жалкому дню, когда он появился на свет’. Та же закономерность отмечена в дискурсе на белорусском языке: – *Замаўчы! – знячэўку **ўскрыкнуў** Сяргей і рыўком сеў на тахце; бледная грымаса **злосці** на яго твары не пакідала сумневу ў тым, што ён пільна прыслухоўваўся да бацькавых слоў, што яны яго балюча паранілі. – Замаўчы! – **ускрыкнуў** ён другі раз, задыхаючыся ад **гневу**.*

Таким образом, проведенное исследование выявило в дискурсе на обоих языках лексемы, называющие, описывающие и выражающие эмоцию злости, глаголы говорения и лексемы невербальной эмоциональной реакции, а также лексемы, базирующиеся на метафоре «Гнев – это жар». Отмечено большее разнообразие глаголов говорения в белорусскоязычной выборке, что объясняется различным языковым членением мира двумя народами. Нецензурная лексика, допустимая и широко распространенная в англоязычной литературе,

минимальна в белорусскоязычной вследствие разных стилистических требований к художественному произведению в двух социумах, а соответствующие чувства выражаются другими средствами – метафорическим называнием человека именем животного, оскорбительной лексикой.

Т. Н. Гребень

ПОЗИЦИОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ СРЕДСТВ РАЗГОВОРНОГО СИНТАКСИСА В МЕДИАДИСКУРСЕ НА БЕЛОРУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

В последнее время язык средств массовой коммуникации претерпевает ряд изменений, связанных с активной демократизацией массмедийного пространства. Если еще несколько десятилетий назад язык СМИ характеризовался эталонностью, кодифицированностью, а редкое использование иных подсистем языка было всегда стилистически обусловлено, то сегодня можно наблюдать динамично протекающий процесс «коллоквиализации» всего массмедийного пространства.

Стирание в средствах массовой информации границ между официальным и неофициальным, сосуществование книжности и разговорности исследователи интерпретируют как результат стремления журналистов приблизиться к речи адресата. Существует мнение, что, если СМИ будут говорить на одном языке с большинством людей, использовать те же правила общения, что и в обиходно-бытовой сфере человека, они станут более понятными и доступными массовому адресату. Таким образом, с помощью разговорных средств создается впечатление живого устного общения. Более того, выделяясь на фоне своего кодифицированного окружения, разговорные единицы обладают ярко выраженным прагматическим эффектом.

Проведенный анализ разговорно-синтаксических средств, используемых в медиадискурсе на белорусском и английском языках («Звязда», «Народная газета», «Настаўніцкая газета», «Культура», «The Guardian», «The Independent», «The Telegraph», «The Observer»), позволил заключить, что данные единицы характеризуются позиционной вариативностью, т.е. встречаются, во-первых, в различных структурно-композиционных частях медиажанров, во-вторых, не только в прямой речи, но и в словах автора, выполняя при этом ряд прагматических функций.

Из всего широкого ряда средств разговорного синтаксиса, встречающихся в медиадискурсе на двух языках, эллипсисы и вопросительные предложения, включая вопросно-ответные комплексы, чаще остальных располагаются в заголовках, подзаголовках или концовках публикаций. Вопросы в заголовках и подзаголовках медийных жанров привлекают внимание к обсуждаемой проблеме и сигнализирует о начале «беседы» с адресатом. Например: *Каму на пенсіі жывецца весела?*; *What's it like to sing Carmen when your husband is the conductor?* ‘Каково это исполнять Кармен, когда твой муж – дирижер?’. Здесь авторы не столько указывают на тему

публикации, сколько пытаются с самых первых строк вступить в контакт с потенциальным читателем: приглашают реципиента не просто узнать все подробности о поднятой теме, а предлагают поразмышлять над проблемой, заинтриговывают адресата.

Использование эллиптических предложений в заголовках и подзаголовках также способствует привлечению читательского внимания за счет выдвижения релевантной информации в фокус внимания реципиента. Так, пропуск строевых элементов предложения *Да газеты – з любоўю* позволяет выдвинуть на первый план слова *газета* и *любовь*, что хотя и не делает тему публикации очевидной, но формирует позитивное читательское отношение к ней. Англоязычные заголовки, в свою очередь, всегда достаточно четко отражают тему публикации, и для них не характерны такие эллиптические предложения. Тем не менее в подзаголовках британских газет эллипсисы все же встречаются. Например*: I went to Dublin seeking wild landscapes, not really expecting to find any* ‘Я отправился в Дублин в поисках диких пейзажей, на самом деле не ожидая их найти’. Здесь в конце предложения пропущено словосочетание *wild landscapes* ‘дикие пейзажи’, что, однако, само по себе не несет какой-либо прагматической нагрузки. В данном случае интригу для читателя создает смысловое наполнение предложения, которое имплицирует, что автор в ходе своего путешествия неожиданно для себя обнаружил нечто крайне интересное.

В концовке медийных жанров использование вопросительных предложений позволяет удерживать интерес адресата к обсуждаемой проблеме даже после того, как материал публикации уже прочтен. Например, очерк о скопившихся в столичном крематории невостребованных урнах заканчивается следующим образом: *Калі-небудзь іх* [урны. – *Т. Г.*] *збяруць і пахаваюць у агульнай “брацкай” магіле без усялякіх апазнавальных знакаў. І душы памерлых, нарэшце, знойдуць вечны спакой. **А душы жывых?***.. Очерк на английском языке заканчивается вопросительным предложением *Funny how life works out, **isn’t it?*** ‘Забавно, как в жизни все происходит, не так ли?’ Употребление вопросительных предложений в финальной позиции дает читателю пищу для размышлений, побуждает к рефлексии.

Обращаясь к использванию средств разговорного синтаксиса в словах автора и прямой речи в медиадискурсе на двух языках, отметим как сходства, так и различия. В медиажанрах на белорусском и английском языках синтаксические структуры, содержащие избыточные единицы (личные местоимения в побудительных предложениях, плеонастические местоимения, заполнители пауз хезитаций, повторы, а также специфичные для англоязычных медиажанров эксплетивы, двойное отрицание и самокоррекция), являются наиболее яркими показателями разговорности за счет максимального контраста со своим окружением и участвуют в создании впечатления непринужденной беседы. Например: *Я так думаю, што **мая праца**, **яна** сапраўды патрэбная*; *... wise and still not too… **I don’t know**... decisive on a socio-economic scale!* ‘…мудрый и все-таки не слишком … не знаю … решительный на социально-экономическом уровне!’. В ходе проведения исследования было замечено, что своеобразие медийного дискурса на

белорусском языке состоит в представленности рассматриваемых структур не только в прямой речи участников коммуникации, как это типично для англоязычных медиажанров, но и в словах автора.

Расхождения в степени представленности средств разговорного синтаксиса в прямой речи и словах автора в медиадискурсе на двух языках проявляются также на уровне прагматических типов превалирующих разговорно-синтаксических единиц (эллипсисов, присоединительных конструкций и вопросительных предложений). Так, в медиажанрах на английском языке эллипсисы, *апеллирующие к эмоциям адресата*, вопросы, *выражающие эмоциональную реакцию* говорящего, и *эмоционально-экспрессивные* присоединительные конструкции более типичны для прямой речи, чем для слов авторов. Например: *Couldn't even clip his beard for the royal wedding!* (прямая речь) 'Даже не мог отрезать свою бороду ради королевской свадьбы!'; *What <…> is wrong with me? Am I so shallow, so lacking in substance, that I feel more myself when pretending to be somebody else?* (прямая речь) 'Да что со мной не так? Неужели я настолько поверхностна, настолько пуста, что больше чувствую себя собой, когда притворяюсь кем-то другим?'; *He has a mild learning difficulty, but he's lovely.* ***Really lovely*** (прямая речь) 'У него небольшие трудности с учебой, но он милый. Очень милый'. В то же время в медиадискурсе на белорусском языке рассматриваемые синтаксические разговорные единицы употребляются в словах автора и прямой речи примерно в равной степени: *І – збылося!* (слова автора) ; *Як? Ты не ведаеш?* (прямая речь); *Ёсць у мядовай гаспадарцы зусім нечаканы аграэкасядзібны аб'ект – воўк у клетцы!* ***Нават два ваўкі!*** (слова автора). Выявленное расхождение связано со склонностью британских авторов к передаче слов участников коммуникации не в косвенной форме, как это свойственно их белорусскоязычным коллегам, а посредством цитирования, что предполагает сохранение коммуникативных характеристик говорящего.

Рассмотренная позиционная вариативность средств разговорного синтаксиса в медийном дискурсе на белорусском и английском языках связана, во-первых, с прагматическими задачами, стоящими перед медийным дискурсом, и, во-вторых, со сложившимися традициями белорусско- и англоязычной медиакультур.

Н. В. Егоров

АРГУМЕНТАЦИЯ КАК ТАКТИКА УБЕЖДЕНИЯ В НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОМ ДИСКУРСЕ НА АНГЛИЙСКОМ И БЕЛОРУССКОМ ЯЗЫКАХ

Несмотря на непрерывные лингвистические изыскания в области дискурса, ученые так и не пришли к единому мнению в отношении исчерпывающего определения понятия *дискурс*. Следует отметить, что дискурс тесно связан с понятием текста, хотя и не является тождественным ему (Н. Д. Арутюнова, В. Е. Чернявская, Е. С. Кубрякова, В. И. Карасик,

М. Н. Кожина, А. С. Безсонова, Э. А. Лазаревич). Первый по сути своей является процессом, а второй – результатом дискурсивной деятельности. Это подтверждается словами Г. Н. Манаенко, который определяет дискурс как способ рациональной подачи знания в процессе языкового общения, а текст как форму языкового бытия дискурса. Функциональный стиль, в свою очередь, находясь в тесной связи с дискурсом и текстом, рассматривается как общественно осознанная и функционально обусловленная совокупность приемов употребления и сочетания средств речевого общения (Л. В. Щерба, Г. О. Винокур, В. В. Виноградов, М. Н. Кожина). В процессе вербализации в тексте дискурс подвергается стилевой трансформации: определяются наиболее удачные языковые средства для достижения заданной коммуникативной цели, затем на дискурсивную деятельность накладываются дополнительные ограничения с учетом более узкой сферы общения и частной коммуникативной задачи, которые и придают тексту необходимую форму и характерное для нее языковое наполнение.

Если говорить о научно-популярном дискурсе, то среди исследователей нет единства относительно его места: является ли он самостоятельным либо же одной из разновидностей научного дискурса. Т. А. Воронцова видит сложность в определении статуса научно-популярного текста в двух аспектах: 1) научно-популярная литература представлена самыми разными жанрами: монография, статья, интервью и т.д.; 2) коммуникативно-прагматические параметры, влияющие на стилистический способ презентации данных текстов, также весьма разнообразны. В частности, адресат научно-популярного текста может быть классифицирован по ряду критериев: по образовательному уровню, по возрасту, по возможностям восприятия научных знаний и целям их получения, что совокупно влияет на способ изложения информации.

Ряд исследователей (Н. Н. Маевский, Н. Я. Сердобинцев, Э. А. Лазаревич) рассматривает научно-популярный тип речи как самостоятельный функциональный стиль, типологические признаки которого не совпадают с признаками научной литературы; другие ученые (М. Н. Кожина, М. П. Сенкевич, В. И. Карасик, Е. В. Чернявская) – как подвид собственно научного стиля. В подтверждение последней точки зрения актуальным является определение, данное Н. В. Кириченко научно-популярному подстилю как одному из стилистико-речевых разновидностей научного стиля, выделяемого на основании реализации дополнительных задач коммуникации – необходимости конверсии специфической научной информации в обыденное знание, а именно, задач популяризации научных знаний для широкой аудитории.

Принимая во внимание споры о месте научно-популярного дискурса, вслед за А. С. Безсоновой, будем рассматривать научно-популярный дискурс как гибридное образование, которое может сочетать элементы всевозможных типов дискурса в зависимости от коммуникативной ситуации, задач, которые ставит перед собой адресант, познавательных интересов адресата, исторических и социальных предпосылок.

Основные цели автора научно-популярного дискурса заключаются в информировании массового адресата о новых научных достижениях в разных областях науки и подтверждение их общественной пользы в доступной для рядового читателя форме. Указанные коммуникативные цели определяют семантическую структуру исследуемого типа дискурса и основные коммуникативные стратегии – информирования и убеждения. Первая стратегия раскрывает содержание нового научного знания. В свою очередь убеждение направлено на доказательство новизны и пользы полученных учеными результатов. Взаимодействие указанных стратегий раскрывает сущность нового знания и одновременно способствует убеждению адресата в его значимости, что возможно осуществить при наличии информации об описываемом научном явлении.

Проведенный анализ научно-популярных статей американской и белорусской (на белорусском языке) газетно-журнальной прессы показал, что стратегия научно-популярного дискурса – убеждение – достигается с помощью трех коммуникативных тактик: акцентуации новизны научных результатов, апелляции к эмоциям и аргументации. Первая из перечисленных тактик вербализуется лексикой с общим значением новизны: *revolutionary, discovery*; *інавацыя, новы* и др. Тактика апелляции к эмоциям реализуется с помощью оценочной лексики, а также разноуровневых стилистических ресурсов.

Тактика аргументации вербализуется посредством особых блоков, структурно состоящих из тезиса и ряда аргументов или контраргументов. Тезис – это утверждение (положение), требующее доказательства и отражающее мнение адресанта об описываемой проблеме. В зависимости от семантического наполнения и особенностей его языкового воплощения в научно-популярном дискурсе нами выделены следующие типы тезисов: тезис-утверждение, тезис-допущение, тезис-прогноз. Основной функцией аргумента (контраргумента), содержащего фактические или статистические данные, логические умозаключения, мнения авторитетных специалистов и др., является доказательство (опровержение) тезиса.

Рассмотрим примеры аргументативных блоков с различными типами аргументов в научно-популярном дискурсе на английском и белорусском языках:

Тезис: *Both chronic stress and stress-related disorders, such as anxiety and depression, increase the risk for heart disease <…>.* **Аргумент 1 (мнение авторитетной организации):** *According to the American Heart Association, stress may indirectly influence cardiovascular health through high blood pressure as well as unhealthy behaviors, including overeating and smoking.* **Аргумент 2** (**содержащий логическое умозаключение**): *And the shock of sudden, intense stress, such as the death of a partner, can rapidly weaken the heart, possibly because of a surge of stress hormones.* **Аргумент 3** (**содержащий научный факт**): *The phenomenon is called broken heart syndrome* (Popular Science, 03.2015).

Тезис: *Макулатура – адзін з самых выгадных для перапрацоўкі відаў другаснай сыравіны.* **Аргумент:** *Яна выкарыстоўваецца ў вытворчасці новай паперы і кардону, але гэтым яе скарыстанне не абмяжоўваецца: макулатуру перапрацоўваюць заводы па вытворчасці мяккіх дахавых матэрыялаў*. Но сразу же идет **Контраргумент 1:** *Існуючы ў рэспубліцы ўзровень <...> не дазваляе эфектыўна перапрацоўваць макулатуру ніжэй 7 маркі, таму што яна моцна забруджаная друкарскімі фарбамі, клеючымі рэчывамі.* **Контраргумент 2:** *Перапрацоўка такой сыравіны патрабуе павышаных выдаткаў энергіі і хімічных рэагентаў на яе ачыстку* (Родная прырода, 05.2017).

Следует отметить, что в статьях на белорусском языке автор склонен располагать аргументы (контраргументы) далеко от самого тезиса, как бы «разбавляя» ими текст, тем самым поддерживая интерес читателя к теме сообщения. В научно-популярных статьях американских СМИ все компоненты идут, как правило, друг за другом в одном параграфе.

Несмотря на схожесть структуры тезисно-аргументативных блоков в статьях на сопоставляемых языках, в них наблюдаются свои особенности. Роль аргумента (контраргумента) может усиливаться различного рода стилистическими средствами, а также оценочными единицами, в частности, эмотивного характера. Для англоязычного научно-популярного дискурса характерна более высокая частотность употребления эпитетов: *Approximations of these scents exist, but they can sometimes smell* ***uncomfortably distant*** *from the real thing <...>* (Popular Mechanics, 10.2016). В то же время в белорусскоязычных статьях распространены стертые метафоры: *Рухомыя і нерухомыя артэфакты <...> з'яўляюцца важнейшымі* ***гістарычнымі крыніцамі*** (в первом значении слово *крыніца* означает 'бьющая из земли водяная жила', однако с переносом значения на основании общности функции оно приобрело смысл 'источник знаний' и стало тесным образом ассоциироваться именно с последним) <…> (Беларуская думка, 04.2017).

Подводя итоги, важно подчеркнуть особую роль аргументации в реализации стратегии убеждения. Сама тактика вербализуется в форме тезисно-аргументативных блоков, в которых тезис является утверждением, а аргументы по своему типу подразделяются на фактуальные, цитатные и логические. Несмотря на схожесть такого рода структур, в обоих языках наблюдаются определенные различия, в частности, англоязычный дискурс характеризуется более частотным употреблением эпитетов для усиления прагматического потенциала аргументов, в то время как белорусский автор отдает предпочтение метафорам.

О. В. Изотова

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ОБЩИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О БРАКЕ В ПОСЛОВИЦАХ БЕЛОРУССКОГО И НИДЕРЛАНДСКОГО ЯЗЫКОВ

В статье анализируются паремии, описывающие общие предствления о браке, а также содержащие идею, в соответствии с которой брак пони-

мается как значимый компонент развития человека: *Хужы няма кары, як жыць без пары; Адзін і ў кашы няспорны; Адзін ні сабе слуга, ні Богу раба; І птушцы адной нудна.*

Согласно представлениям белорусов, жених и невеста предназначены друг другу судьбой: *Нарачонага не абойдзеш; Суджанага і канём не аб'едзеш; Суджаны вылезе з лужыны; Калі Бог судзіць, то і чорт не разгудзіць; Калі каго Бог злучыць, чалавек (ніхто) не разлучыць; Смерць і жона ад Бога прызначона; Адно дзіця роджана, а другое суджана; У дзяўчыны жаніхоў сто адзін, а дастанецца адзін.*

В нидерландском языке схожая идея (у каждого есть своя пара) вербализуется в следующих пословицах: *Geen pot zo scheef of er past een deksel op – Не бывает горшков в такой степени кривых, что к ним не подошла бы ни одна крышка (Толкование: Bij iedere man past wel een vrouw (en omgekeerd) – Нет такого мужчины, для которого не нашлось бы соответствующей ему по типу женщины (и наоборот); Op elk potje past een dekseltje – Каждому горшку своя крышка.*

Как белорусские, так и нидерландские пословицы отмечают тот факт, что мужчина и женщина в браке взаимозависимы и необходимы друг другу: *Баба без мужыка, як калёсы без каня; Худа з худым мужам, а без мужа хужэй дужа; Een vrouw zonder man is als een schip zonder roer – Женщина без мужа, что корабль без руля; Een vrouw zonder man, is een vrouw zonder ziel – Женщина без мужа – женщина без души; Een man zonder vrouw is een paard zonder teugel(s) – Мужчина без жены, что конь без узды; Een man zonder vrouw, een hemd zonder mouw – Мужчина без жены, как рубашка без рукава; Een huis zonder vrouw verarmt – Дом без жены беднеет; Vrouw en man is één gespan – Жена и муж – одна упряжка (Толкование: Een echtpaar zal elkaar bijstaan als het er op aankomt – Муж и жена помогают друг другу в сложных ситуациях).*

В белорусских и нидерландских пословицах содержится также представление о том, что новый социальный статус способен изменить мужчину в лучшую сторону, лишить его ряда отрицательных качеств: *Ажаніцца – пераменіцца; Ажаніўся, то і перамяніўся; Een man zonder vrouw is een paard zonder teugel(s) – Мужчина без жены, что конь без узды.*

Интересно, тем не менее, отметить, что белорусские пословицы отличает несколько более минорный «женский» взгляд на брак (*На дзень вяселле, а навек мучэнне*) и вербализация представления, в соответствии с которым *З добрым мужам нажывешся, а з ліхім гора набярэшся*. Нидерландские – отмечают скорее наличие сложных периодов в жизни каждой семьи: *Elk huisje heeft z'n kruisje. – В каждой семье бывают сложные времена. В каждой семье бывают свои проблемы; Geluk en ongeluk wonen onder één dak. – Счастье и несчастье живут под одной крышей (Толкование: Ook in het gelukkigste gezin kent men verdriet, heeft men op zijn tijd leed te verwerken. – Даже в самой счастливой семье бывают сложные времена).*

Т. П. Карпилович

ТИПЫ МОДАЛЬНОСТИ И ИНТЕНЦИОНАЛЬНОСТЬ МЕДИАДИСКУРСА

Рассматривая категории дискурса, следует, на наш взгляд, признать, что к ним принадлежат и все категории текста как результата дискурсивного процесса. Вместе с тем среди категорий текста можно выделить и ряд таких, которые являются, по своей сути, дискурсивными, поскольку они актуализируются именно в процессе создания или порождения текста, то есть в дискурсе. Это интенциональность, информативность, тематическое единство, когерентность, модальность, адресованность, образ автора. В настоящей работе в качестве предмета исследования избраны две коммуникативно-прагматические категории дискурса – интенциональность и модальность, которые рассматриваются с точки зрения их языковой реализации в медиадискурсе на английском и белорусском языках в контрастивно-типологическом аспекте.

Под интенциональностью понимается глобальная целеустановка адресанта, т.е. типовая цель, характерная для того или иного дискурсивного жанра. Эта цель реализуется в семантической структуре дискурса, коммуникативных стратегиях, тактиках и языковых средствах их реализации. В настоящей работе главное внимание уделяется тому, как модальные единицы участвуют в достижении основных интенций автора дискурса. При этом учитываются два типа модальности: субъективная и иллокутивная. Под субъективной модальностью понимаются значения, которые выражают отношение говорящего к тому, что он сообщает, например, желательность, гипотетичность, сомнение, необходимость, возможность и др. К иллокутивной модальности мы относим значения утверждения, побуждения и вопроса, которые реализуются соответствующими типами высказываний. В традиционной грамматике, как в английской, так и в русской, это классификация высказываний по коммуникативной цели.

Материалом исследования служат аналитические статьи проблемного характера из белорусской и американской прессы. Как показал проведенный ранее анализ, данный медиажанр на английском и белорусском языках обладает сходной прототипической структурой, которая включает компоненты *сущность проблемы* и *пути ее разрешения*, распадающиеся в дискурсе на ряд более конкретных составляющих. Анализ данного жанра с точки зрения его интенциональности показал, что ведущей авторской интенцией является «поиск путей разрешения сложившейся проблемной ситуации» на основе рассмотрения мнений ее участников, а также представителей государственных, частных и общественных организаций. Таким образом, интенциональность проблемного медиадискурса непосредственно связана с его прототипической структурой, а именно со вторым компонентом.

В отличие от композиции, суперструктурные компоненты не всегда реализуются в дискурсе в строгой последовательности: они могут быть представлены недискретно в различных композиционных частях. Так, хотя определение путей разрешения проблемной ситуации обычно следует за анализом ее причин, тем не менее ведущая авторская интенция может быть заявлена уже в заголовке, подзаголовке или в лиде статьи, и здесь могут использоваться единицы, реализующие как субъективный, так и иллокутивный тип модальности. При этом особенно эффективны с точки зрения поиска путей разрешения проблемы вопросы и императивы: *Buy stocks, sell bonds?* (USA Today, 10.08.2012); *Eyman's suggestion:* ***Make*** *cuts elsewhere* (The Seattle Times, 19.10.2009); *Што трэба для гарантыі бяспекі*? (Звязда, 21.02.2017); *Чаму амаладжэнне навуковых кадраў прынцыпова важнае?* (Звязда, 24.11.2017). Следует отметить, что вопросы, выражая иллокутивную модальность, одновременно являются и эффективным стилистическим средством, приглашающим адресата к размышлениям и прочтению всей статьи.

Заголовки, оформленные в виде интеррогативных высказываний, более характерны для белорусского дискурса. Кроме того, они нередко употребляются и в названиях структурных частей основного корпуса статьи, что также более характерно для белорусской прессы. Например, в статье о проблемах вузовского обучения, озаглавленной *Як маналог пераўтварыць у дыялог*? (Чырвоная змена, 15.02.2018), есть основной подзаголовок: *Чаму шмат ведаў – не сінонім поспеху?* А в другом подзаголовке есть ответ на то, как решить проблему: *Не даць веды, а арганізаваць іх пошук* (имплицируется модальное значение необходимости).

В американском проблемном дискурсе модальные единицы необходимости (*need, must, have to*, *should*), сигнализирующие о способах решения поставленной проблемы, нередко встречаются в сильных позициях статьи (заголовках, подзаголовках, лиде): *Washington state's education system* ***must change*** *in big ways – and it will, partly by stick and potentially by choice* (The Seattle Times, 14.10.2012). Модальный глагол *must* делает высказывание категоричным; можно предположить, что по этой причине его эквивалент в белорусском языке – предикатив *павінен* – редко встречается в сильных позициях проблемной статьи.

Однако в большинстве проанализированных статей их глобальная установка последовательно раскрывается в ходе обсуждения путей решения проблемы представителями различных государственных, общественных и частных организаций. Их мнения приводятся в структурах прямой и косвенной речи, в которых нередко присутствуют модальные единицы необходимости и возможности. При этом большинство таких единиц встречается одинаково часто как в журналистском дискурсе, так и в дискурсе других коммуникантов: *Schools and youth groups* ***should work*** *to make young adults more aware of how to ace a personality test* (USA Today, 05.06.2015); *Аспірантура прызначана толькі для тых, каму ёсць куды рухацца і гэта* ***трэба*** *даводзіць да моладзі* (Звязда, 24.11.2017); *З дапамогай эўрыстычных заданняў найбольш эфектыўна* ***можа*** *вырашацца, на мой погляд, праблема «заштампаванасці» мыслення* (Чырвоная змена, 15.02.2018).

В белорусскоязычном проблемном дискурсе модальный предикатив *павінен*, имеющий оттенок категоричности, чаще встречается в не-авторском дискурсе: *І галоўнае, клопатам наймальніка* ***павінны*** *стаць пастаянныя медагляды членаў <…> працоўнага калектыву* (Звязда, 11.04.2018). Чтобы смягчить категоричность, автор статьи, высказывая собственное мнение, использует структуры с местоимением *мы,* тем самым включая и себя в число тех, кто должен предпринять те или иные действия для решения обсуждаемой проблемы.

В проблемном медиадискурсе на двух языках используются модальные единицы со значением возможности, когда рассматриваются альтернативные действия и их последствия: *For individuals*, *Hewlett says one of the key steps you* ***can*** *take <…> between conformity and authenticity is to decide what is negotiable and what is not* (The Seattle Times, 20.07.2014); *Як не з кожнага* ***можна*** *выхаваць алімпійскага чэмпіёна, так і не кожнаму суджана стаць вучоным …* (Звязда, 24.11.2017).

В заключительном абзаце, если в нем дается авторское обобщение всех высказанных точек зрения, наиболее четко вербализуется интенциональность рассматриваемого медиажанра, и в нем нередко присутствуют модальные единицы возможности и/или необходимости, а также императивы: *We* ***need*** *to raise our expectations for ourselves and our society, not lower them* (The Seattle Times, 21.09.2010); *Калі студэнт дакладна ведае, чаго ён хоча, то няхай дзейнічае! Не* ***трэба*** *баяцца перамен,* ***трэба*** *імкнуцца быць шчаслівым!* (Чырвоная змена, 15.02.2018).

Подводя итоги, отметим основные различия в употреблении единиц, реализующих субъективную и иллокутивную модальность в проблемных статьях американской и белорусской прессы: 1) более широкое употребление вопросов, реализующих иллокутивную модальность в сильных позициях проблемной статьи на белорусском языке, что повышает экспрессивность дискурса; 2) различия в частеречных характеристиках модальных единиц необходимости (в англоязычном дискурсе превалируют модальные глаголы, а в белорусском – модальные наречия), что связано с системными отличиями рассматриваемых языков.

Д. Ю. Матиевская

ДЕТСКАЯ ТЕЛЕПЕРЕДАЧА КАК ЖАНР РАЗВЛЕКАТЕЛЬНО-ДИДАКТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА

В современном мире СМИ оказывают огромное влияние на формирование концептуальной картины мира общества в целом и детей в частности. Дети как никто иной подвержены вербальному и невербальному воздействию медиадискурса. В рамках детских белорусскоязычных телепередач («Калыханка» и «Дабраранак») и англоязычных телепередач (“Barney and Friends”, “Sesame Street” и др.), которые являются предметом исследования, формиру-

ются ценностные установки и решается ряд дидактических задач: нравственное, умственное, физическое и трудовое воспитание детей. Познавательный потенциал таких передач в полной мере достигается в развлекательно-дидактической форме.

Термин *развлекательно-дидактический* впервые был предложен в статье А. В. Архангельской «Развлекательно-дидактические жанры в русской литературе XVIII в. (сказка, басня, эпиграмма, фацеция)» для описания группы литературных жанров, характеризующихся дидактизмом и нравоучительностью. Произведения данного жанра имеют схожую структуру: экспозиция; действие; кульминация; *перелом*; *мораль-концовка*. В развлекательной манере такие произведения выполняют социализирующую и воспитательную цель, вовлекая читателя в поучительный сюжет. Тем самым, будучи вовлеченным в проблемную ситуацию, читатель усваивает необходимые знания через познавательный опыт персонажей. Данные характеристики позволяют нам применить данный термин по отношению к детской телепередаче и дискурсу в целом.

В ходе анализа белорусских и американских телепередач для детей были выявлены основные компоненты семантической структуры: приветствие, введение в проблемную ситуацию, разрешение проблемной ситуации, подведение итогов, прощание. В основе детских телепрограмм лежит проблемная ситуация (правила поведения, преодоление страха, традиции и обычаи и т.д.), в процессе решения которой осуществляется вербализация новой информации. Познавательные сюжеты таких программ построены на основе национальных традиций, социальных ценностных установок с учетом особенностей менталитета. За разрешением проблемной ситуации следует рефлексия, формирующая отношение к проблеме или межличностные отношения в определенной ситуации.

Типовыми участниками детской телепередачи являются ведущий, куклы-персонажи и зрители. В таких передачах автор дискурса (ведущий), оказывая дидактически правильное воздействие на адресата (кукла-персонаж, зритель), исполняет некоторую конвенциональную роль и является носителем социального, возрастного или др. статуса, например, учитель, взрослый. Адресат (зритель) – это получатель информации, тот, кому предназначено высказывание, то есть больше объект, а не субъект общения. В то же время аудитория может вступить в диалог с автором, может откликнуться или не откликнуться эмоциональной или вербальной реакцией.

Дискурс детских телепередач параллельно реализует две цели: социализировать нового члена общества и адаптировать его к существующим реалиям в обществе, а также привлечь внимание детской аудитории и развлечь ее.

Управление вниманием аудитории в американских телепередачах осуществляется путем смены обстановки, видеороликов, эмотивной составляющей. В белорусских программах стратегия привлечения внимания реализуется с помощью вербальных манипуляций. Наиболее популярными стилистическими языковыми средствами в белорусских программах являются: повторы (*Ой, бяда-бяда!; Далёка-далёка; Хутчэй-хутчэй; Прабачце-прабачце!*), эллипсис (*Тады дададзім не ўвесь, а крышачку; Дзве, мы ж у двух*),

параллелизмы (*Трэба вывучыць свой хатні адрас, і яшчэ трэба ведаць нумар сваіх бацькоў*), риторические вопросы (*Ці прыйдзе «заўтра»?*), инверсия (*З павукамі звязана шмат розных прымет; І цяпер давайце ўсе разам мультфільм глядзець*), сравнения (*Ён жа ласун, якіх свет не бачыў!; Я лічу, што абавязкова, бо гэта як будучы дзень, ён заўсёды прыходзіць*). Синтаксис характеризуется многообразием вопросительных предложений и изобилием восклицаний. По мнению исследователей, данная особенность детского дискурса объясняется стремлением коммуникантов поддержать контакт, создать непринужденную тональность общения. В то же время вопросы, обращенные к самому себе, имитируют свойственную детям привычку «думать вслух». В белорусскоязычных программах чаще используются одобрительные слова (*добра, малайчына* и др.), разнообразные обращения к зрителям *(дружа, сябар, кветачкі, мае ж вы любыя* и др.). Анализ языкового наполнения показывает, что речь ведущих и сказочных героев детских телепередач отличается эмоциональностью и образностью.

Поскольку перед СМИ постоянно стоит вопрос привлечения и удержания внимания аудитории, идет поиск новых жанров, новых форматов. В связи с этим неудивительно, что детская телепередача, сочетая в себе характеристики развлекательного и дидактического дискурса, является жанровой разновидностью развлекательно-дидактического дискурса, представляющего множество тематически и функционально обусловленных текстов, адресованных детской аудитории, параллельно с развлекательной функцией несущих дидактический потенциал и направленных на воздействие на духовную, социальную и эмоциональную стороны зрителей.

С. Е. Олейник

ЭТНОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ И БЕЛОРУССКИХ КУЛИНАРОНИМОВ

Потребность человека в пище является базовым физиологическим фактором, который определяет нормальное развитие и жизнедеятельность организма. Гастрономические пристрастия меняются с развитием цивилизации и у представителей каждой нации формируются свои собственные вкусовые предпочтения, которые находят отражение в гастрономической языковой картине мира.

Кулинарная лексика представляет собой особую знаковую систему, которая объединяет названия блюд и напитков, кулинарные термины обработки, приготовления и потребления пищи, названия продуктов питания, а также названия мест питания и торговых марок.

Несмотря на тот факт, что в лингвистических исследованиях тема еды уже затрагивалась неоднократно, встречаются различные ономастические терминологии для обозначения явлений кулинарии, что, как правило, связано с разным пониманием содержания исследуемого явления. Так, для номинации знаков, связанных с приготовлением, подачей и потреблением пищи

и напитков, а также их названий в научной литературе введен термин *глюттоним* (А. В. Олянич, 2004), более узкими по содержанию терминами выступают *кулинароним* (А. И. Леонова, 2003) для обозначения названий блюд и напитков, *трофоним* (Е. М. Кирсанова, 2009) для названий продуктов питания. Несколько более объемным по значению предстает термин *глюттонический прагматоним* (Л. Р. Ермакова, 2011), охватывающий, помимо названий блюд, напитков и продуктов питания, еще и места питания и торговые марки.

Наше исследование посвящено сопоставительному анализу названий блюд и напитков в английском и белорусском языках, и наиболее подходящим для обозначения такого рода номинаций представляется термин *кулинароним*.

Как показал анализ названий блюд и напитков, размещенных на электронных ресурсах «Classic British Recipes» (www.greatbritishchefs.com) и «Беларуская кухня» (www.knihi.com), в зависимости от языка, в кулинарных номинациях представлены как определенные экстралингвистические свойства, отражающие соответствующие культурные и этнические картины мира, так и универсальные признаки.

Так, названия английских и белорусских национальных блюд несут следующую информацию:

– о способе приготовления продукта (англ. *game pie* ‘пирог с дичью’, где заимствованное из латинского языка в XIV в. слово *pie* обозначает ‘мясо или рыба в тесте’, *potted shrimps* ‘консервированные креветки’ от *pot* ‘консервировать’, *devilled kidneys* ‘почки в остром соусе’ от *devil* ‘готовить острое блюдо’ и бел. *верашчака* от *верашчаць*, которое отсылает к звуку шипения колбасы во время приготовления блюда, *дранікі* от *драць*, *абаранкі* ‘хлебобулочные изделия из заварного теста’ от *абварваць*);

– об особом способе обработки пищевого сырья (англ. *roast lamb* ‘жареный ягненок’, *cured pork belly* ‘копченый бекон’, *grilled kippers* ‘жареная на углях селедка’ и бел. *смажанка*, *тушанка*, *запяканка*);

– об основном сырье блюда (англ. *chicken tikka masala* ‘жареная курица под острым соусом масала’, *cauliflower cheese* ‘цветная капуста в сырном соусе’, *bread and butter pudding* ‘хлебный пудинг’ и бел. *каша гарбузовая*, *рыбнік*, *крывянка*);

– о топосе происхождения блюда (англ. *Yorkshire pudding* ‘йоркширский пудинг’, *Battenberg cake* ‘Баттенберг, двухцветный «шахматный» бисквитный торт с марципановой глазурью’, *Etton mess* ‘Итон мес, «итонская путаница» (традиционный английский десерт)’, *Cambridge burnt cream* ‘крем-брюле по-кембриджски’ и бел. *поліўка беларуская*, *каўбаскі па-магілёўску*, *катлеты маладэчанскія*);

– религиозную маркировку (англ. *Christmas pudding* ‘рождественская кутья’, бел. *канун*);

– густальные свойства продукта или блюда (англ. *chilled rice pudding* ‘холодный рисовый пудинг’, *sticky toffee pudding* ‘финиковый пудинг с карамелью’, где *sticky* ‘липкий’, бел. *бяссольнік*, *халаднік*, *кісель* от *кіслы*, *мяса кісла-салодкае*).

Этноспецифика английской и белорусской гастрономической картин мира характеризуется следующими национально-культурными особенностями.

Так, в названиях блюд английской кухни присутствуют антропонимы: фамилии создателей блюд (*Mrs Beeton's snow eggs* 'яичные снежки Миссис Битон'), легендарные имена (*Eve's pudding* 'бисквитный пудинг с фруктами'), фамилии известных людей (*Beef Wellington* 'говядина «Веллингтон»') и пр. В белорусском языке отмечается информация об особенностях потребления блюда, ср. *мачанка* от *макаць*.

Как английские, так и белорусские кулинаронимы могут представлять собой лакуны для представителей другой нации. Как правило, такие лексические единицы относятся к древнему слою словарного состава, и их этимология может быть неизвестна или туманна, ср.: англ. *pudding* 'пудинг, английский десерт из яиц, сахара, молока и муки, приготовляемый на водяной бане' восходит к западногерманскому корню **pud-* 'увеличиваться, надуваться, набухать' или рассматривается как заимствование из древнефранцузского языка *boudin* 'sausage' или *syllabub* 'силлабаб, сбитые сливки с вином' неизвестного происхождения и бел. *боршч*, восходящее к праславянскому **bъršč̀ь* 'борщевник, борщевик' или неизвестного происхождения *кулага* 'каша из ржаной или пшеничной муки и солода'.

Следует отметить такую универсальную характеристику кулинаронимов в исследуемых языках, как наличие заимствований, при этом представлено небольшое количество общих названий, соответствующих идентичной рецептуре приготовления и входящих в состав сложных названий, например, англ. *omelette*, *soup*, *salad* и бел. *амлет*, *суп, салата* из французского языка. В целом же заимствования в исследуемых гастрономических языковых картинах не соотносятся и являются этнокультурно обусловленными. Так, в английской кухне встречается большое количество французских заимствований (*sausage* 'колбаса', *sorbet* 'сорбет', *puree* 'пюре', *mousse* 'мусс', *quiche* 'киш, открытый пирог из песочного теста'), а также слов индийского происхождения (*tikka masala* 'кусочки под острым соусом масала', *kedgeree* 'жаркое'), что обусловлено тесными контактами английской культуры с французской и индийской в ходе таких различных социально-исторических событий, как норманнское завоевание, оказавшее сильное влияние на развитие английской кухни, и многовековая колонизация Индийского субконтинента. Среди белорусских культуронимов отмечаются заимствования из различных языков, что может быть обусловлено длительным сосуществованием белорусского этноса с соседними народами в рамках одного государства: польского (*бігас*, *зразы*, *жур*, *паляндвіца*), литовского (*грыжынка*) или русского (*кулебяка*); а также экспансией других национальных кухонь: французской (*вінегрэт*, *валаван*, *булён*, *катлеты*), немецкой (*клёцкі*, *карамбамбуля* (название ликера), *калдуны*) и итальянской (*лазанкі*, *сальцісон*).

Отличительной особенностью английских и белорусских гастрономических номинаций можно считать образные названия блюд и напитков, отражающих внешний вид блюда или его воздействие на человека. Как правило, в таких названиях наблюдается перенос формы изделия в название,

при этом могут использоваться зоометафоры, ср. англ. *toad in the hole* ‘открытый пирог с сосисками’ (*досл*. «жаба в норе») и бел. *вожыкі* ‘мясные тефтели с рисом’. Необходимо отметить, что метафорические переносы уникальны для сравниваемых языков, например, англ. *Guinness rarebit soldiers* ‘гренки с пивом Гиннесс (*досл*. гренки-«солдаты»)’ и бел. *вушкі* ‘мучное блюда’, *капыткі* ‘блюдо из картофеля’. Этноспецифика белорусской гастрономической картины мира отличается наличием метонимического переноса в кулинаронимах, например: *хрушчы* ‘хворост’ от издаваемого звука при еде данного мучного изделия.

Таким образом, кулинаронимы в английском и белорусском языках обладают как универсальными, так и этнокультурными характеристиками. Изоморфными признаками для английской и белорусской гастрономических языковых картин мира является информация о способе приготовления и обработки продукта, о самом продукте и его свойствах, наличие заимствованной лексики. Этнокультурная специфика обусловлена особенностями социально-исторического развития английского и белорусского относа, что находит отражение в названиях кулинаронимов, в различном влиянии другой кухни и образности гастрономической номинации.

И. Г. Осмоловская

РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭМОЦИЙ В НОВОСТНОМ ДИСКУРСЕ
(на материале немецкого и белорусского языков)

Когнитивно-дискурсивные исследования репрезентации эмоций свидетельствуют о наличии специфики в репрезентации эмотивных ситуаций, в зависимости от типа текста и языка, на котором они реализуются. В новостном дискурсе практически не присутствуют такие средства репрезентации эмоций, характерные для художественной литературы, как: 1) лексическое описание кинем и просодии; 2) лексическое описание через употребление эмотивов; 3) стилистические средства, например, сравнения. Передача эмоций в новостях происходит преимущественно в рамках смыслового подхода, т.е. их описание дается через прототипические ситуации, в которых они возникают. В новостном дискурсе эмотивные ситуации представлены преимущественно в виде вкраплений в информационно-нарративные фрагменты текста. Применяется также и метафорический подход, базирующийся на использовании эмоциональной лексики, которая описывает или вызывает определенные эмоции. Такую лексику квалифицируют как *ассоциативно-эмотивную*, так как она, не выражая эмоций, вызывает ассоциации в сознании говорящих и слушающих с теми или иными эмоциями. Это происходит за счет той эмоциональности, которая все-таки присутствует в их семантике.

В докладе освещаются средства репрезентации эмоций в новостном тексте на немецком и белорусском языках. Для компаративного анализа отобраны новостные отрезки одной тематики – стрельба в школе штата Флорида, США, в феврале 2018 года, заимствованные из новостных

порталов «Deutsche Welle» («Немецкая волна»), адрес в Интернете: http://www.dw.com/de/deutsch-lernen/nachrichten/s-8030 и «Навіны Беларусі» Белорусского телеграфного агентства, адрес в Интернете: http://blr.belta.by.

Фрагмент немецкоязычного новостного микротекста от 15.02.2018:

*17 Tote nach **Schüssen an Schule** in Florida:* *17 Menschen haben durch die Schüsse eines 19-Jährigen an einer High School in Parkland im US-Bundesstaat Florida **ihr Leben verloren**. Nach Krankenhausangaben werden noch 14 Personen stationär behandelt, drei von ihnen seien in **kritischem Zustand**. (...) Laut lokalen Berichten löste der Schütze zunächst einen Feueralarm aus, um seine **Opfer** aus dem Gebäude zu **locken**, und **eröffnete** dann **wahllos** mit einem halbautomatischen Gewehr **das Feuer** auf Schüler und Lehrer.*	‘17 убитых в результате **стрельбы в школе** штата Флорида: 17 человек **ушли из жизни** в результате стрельбы, которую открыл 19-летний в одной из старших школ города Паркленд в штате Флорида. По данным, поступившим из больниц, 14 человек находятся в стационаре, трое из них – в **критическом состоянии**. Как сообщают местные СМИ, сначала стрелок включил сигнал пожарной тревоги, чтобы **выманить** свои **жертвы** из здания, а потом **открыл беспорядочный огонь** из полуавтоматического оружия по школьникам и учителям’.

В новостной статье представлена эмотивная ситуация, репрезентирующая эмоции горя, страдания, страха, а именно: расстрел невинных людей. При передаче данных эмоций задействованы следующие лексические средства с семантикой горя: устойчивые глагольные выражения – *das Leben verlieren* ‘потерять жизнь’, ‘уйти из жизни’, *in kritischem Zustand sein* ‘находиться в критическом состоянии’, с семантикой страха – *das Feuer wahhllos eröffnen* ‘открыть беспорядочный огонь’, *das Opfer locken* ‘выманить жертву’, а также именное словосочетание *die Schüsse an der Schule* ‘стрельба в школе’.

Фрагмент белорусскоязычного новостного микротекста той же тематики от 15.02.2018:

***Ахвярамі стральбы** ў школе ў Фларыдзе сталі 17 чалавек:*

*У выніку стральбы ў школе у горадзе Паркленд (штат Фларыда) **загінулі** 17 чалавек, паведамляюць інфармагенцтвы. У мясцовыя шпіталі былі дастаўлены 17 чалавек, у тым ліку і стралок Нікалас Круз, які з'яўляецца былым вучнем школы, выключаным за парушэнне дысцыпліны. Паліцэйскія затрымалі яго прыкладна за 1,5 км ад **месца трагедыі**. (...) Быў уключаны сігнал пажарнай трывогі. Не выключана, што гэта зрабіў сам **злачынец** для таго, каб **узняць паніку.** Большасць навучэнцаў закрыліся ў класных пакоях. Нікалас Круз, узброены паўаўтаматычнай вінтоўкай з магазінам на 30 патронаў, **расстрэльваў усіх, хто трапляўся яму на дарозе**. **У школе былі забіты** 12 чалавек, двое – каля будынка школы, адзін – на вуліцы, двое **памерлі ў шпіталі**. Сярод **загінулых** як вучні, так і дарослыя. (...)*

«Навіны Беларусі» репрезентируют ту же эмотивную ситуацию – горе, страдание, страх. Лексические средства вербализации этих эмоций в белорусскоязычном тексте более разнообразны по сравнению с немецкоязычными. Семантика горя и страдания содержится в именных словосочетаниях: *ахвяры стральбы* ‘жертвы стрельбы’, *месца трагедыі* ‘место трагедии’; глагольном словосочетании – *памерці ў шпіталі* ‘умереть в госпитале’, а также в отдельных лексемах: субстантивированных причастиях – *загінулыя* ‘погибшие’, глаголах – *загінуць* ‘погибнуть’. Семантика страха, ужаса выражена в глагольных словосочетаниях: *быць забітым у школе* ‘быть убитым в школе’, *узняць паніку* ‘поднять панику’, а также в целом предложении *Нікалас Круз расстрэльваў усіх, хто трапляўся яму на дарозе* ‘Никалас Круз расстреливал всех, кто встречался ему на пути’.

В репрезентации эмотивной ситуации используется также и прямая речь, когда говорящий сам описывает свое эмоциональное состояние.

Фрагмент немецкоязычного новостного микротекста от 23.02.2018:

Bewaffneter Hilfspolizist sah Schulmassaker tatenlos zu: *Beim Schulmassaker von Parkland war nach offiziellen Ermittlungen ein bewaffneter Hilfspolizist vor Ort, griff aber nicht ins Geschehen ein. Der Polizeichef von Broward County in Florida, Scott J. Israel, sagte wörtlich: "**Ich bin entsetzt und mir wird richtig übel. Dafür lassen sich keine Worte finden."***	‘Вооруженный добровольный помощник полиции безучастно наблюдал за стрельбой в школе: Во время стрельбы в школе города Паркленд, по официальным данным, на месте присутствовал вооруженный добровольный помощник полиции, который, однако, не вмешался в происходящие события. Шериф округа Броварда штата Флорида Скотт Й. Израэл сказал следующее: **«Я в ужасе, мне, действительно, плохо. Для всего этого невозможно найти слова»**’.

Шериф округа Скотт Й. Израэл употребляет в речи наречия, передающие эмоциональное состояние горя и страдания: *entsetzt* ‘повергнутый в ужас’, *übel* ‘скверно’, ‘плохо’. В качестве интенсификатора данного состояния можно рассмотреть все предложение *Dafür lassen sich keine Worte finden* ‘Для всего этого невозможно найти слова’.

Эмоциональное состояние может вербализоваться в прямой речи и описательно, через описание эмотивной ситуации.

Фрагмент белорусскоязычного новостного микротекста от 16.02.2018:

Абвінавачаны ў расстрэле 17 чалавек у школе Фларыды прызнаў віну… «**Мы беражліва захоўваем у душы памяць аб 17 загінулых ва ўчарашняй трагедыі і ўспамінаем іх пры святле свечак гэтай ноччу. Мы абяцаем ніколі не забываць іх**», – перадае словы шэрыфа акругі Броўарда Скота Ісраэля тэлекампанія CNN.

Высказывание шерифа Скотта Й. Израэля: *"Мы беражліва захоўваем у душы памяць аб 17 загінулых ва ўчарашняй трагедыі і ўспамінаем іх пры святле свечак гэтай ноччу. Мы абяцаем ніколі не забываць іх"* ‘Мы бережно храним в душе память об этих 17 погибших во вчерашней трагедии и поминаем их при свете свечей этой ночью. Мы обещаем никогда их не забыть’ – описательно передает эмоциональное состояние горя и грусти.

Подводя итог, приходим к следующим выводам:

- репрезентация эмоций в новостном дискурсе на материале обоих языков имеет сходные черты:

- непосредственная номинация эмоциональных состояний встречается относительно редко, при передаче прямой или косвенной речи;

- значительно чаще выражение эмоций происходит через описание прототипических ситуаций, в которых они возникают;

- при этом используются специальные лексические единицы (прилагательные, глаголы, существительные), вызывающие ассоциацию с определенной эмоцией или передающие описательно определенное эмоциональное состояние;

- способы репрезентации эмоций горя, страдания, страха на материале белорусского языка оказались более многочисленными.

Т. А. Сысоева

АКТУАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА И ЕЕ ОЦЕНКА
(на материале англоязычных и русскоязычных медиатекстов)

Современная массовая коммуникация строится на взаимодействии адресанта с аудиторией, будь то прямое общение или «условный» диалог. Это означает, что газетные публикации, во-первых, должны быть интересны массовому читателю и привлекать его внимание уже самой темой обсуждения, а во-вторых, диалогичной должна быть форма текста. Не зря многие медиажанры характеризуются ярким проявлением «авторского начала», открытой субъективностью, эксплицитно выраженной оценочностью и даже разговорностью. Соблюдение этих двух условий – актуальная тема и «богатое» языковое оформление – приводит к тому, что читательская аудитория воспринимает себя не как пассивного потребителя информации, а как полноправного участника процесса коммуникации, в котором, нужно признать, удовольствием принимает участие.

Тексты, послужившие материалом настоящего исследования, – это небольшие по объему статьи аналитического характера, которые можно отнести к «гибридному» жанру *дискуссия* (*спор*). Анализировались публикации из американских изданий «The Washington Post», «USA today» и русскоязычного белорусского издания «Народная газета» (а также их интернет-версий) за 2016–2018 гг. В статьях затрагиваются актуальные проблемы, и их авторы высказывают собственное мнение по поводу сложившейся ситуации. Важно то, что публикации не являются независимыми: они связаны тематически и представляют собой альтернативные точки

зрения по одному и тому же вопросу. Пусть и условно («виртуально»), но подобный «обмен» носит диалогический характер, при этом он может осуществляться в разных форматах. Например, в «Народной газете» два человека, являющиеся экспертами в определенной сфере деятельности (экономика, здравоохранение, образование и др.), высказывают собственное мнение, после чего две публикации размещаются на одной газетной странице под общим заголовком в рамках рубрики *Спор*. На сайте издания «The Washington Post» в разделе *Opinion* читатели могут ознакомиться с альтернативными точками зрения на проблему, перейдя по ссылке *Read more on the topic*. Издание «USA today» предлагает сопоставить «полярные» мнения, помеченные как *Our view* и *Opposing view*. Роль читателя состоит в том, чтобы сравнить несколько статей и определить для себя победителя «спора».

Тематический анализ исследуемых текстов показал, что в белорусском издании чаще всего поднимаются следующие вопросы: культура (театр, кино, музыка) – 35 % публикаций, экономика (бизнес, реформы, интеграция) – 23 %, социальные проблемы (ЖКХ, пенсия, уровень жизни) – 18 %, образование, наука – 18 %. В свою очередь в американских изданиях внимание уделяется следующим темам: социальные проблемы (социальный роли, домашнее насилие, уровень зарплат) – 41 % публикаций, образование – 17 %, экономика – 17 %, здравоохранение и медицина – 15 %. Рассмотрим далее, каким образом осуществляется обсуждение наиболее актуальных тем (проблемы в сфере культуры в белорусских изданиях и социальные проблемы – в американских) и как именно выражается авторское субъективное мнение по поводу данных вопросов.

Рассуждая об определенной сфере человеческой деятельности (*культурная жизнь*, *классическое искусство*; *social issues*, *public involvement*), авторы статей указывают на институты, организации или людей, которые с ней связаны (*оперные и балетные коллективы*, *филармонии*, *музыканты*, *певцы*, *актеры*, *руководители музыкальных коллективов*; *government*, *social workers*, *police*, *state legislators*), и комментируют совершаемые ими действия (*поставить шоу*; *pass a law*). При этом в англоязычной прессе делается акцент на «расстановке сил», сторонниках и противниках обсуждаемых мер, противостоянии разных групп: *vast majority*, *supporters*, *competitors*, *critics*, *victims*.

Сама проблема обозначается в общем (*вопрос*; *issue*, *concern*) или конкретизируется (*discrimination*, *exploitation*, *assault*, *violence*), что более характерно для англоязычных текстов. Отношение автора статьи к проблеме выражается комплексом языковых средств, прежде всего, негативнооценочной лексикой: *тревожные вещи*, *тяжелая работа*, *очень сложный труд*, *скользкая тема*, *уродливые формы*; *devious*, *terrifying*, *ugly*, *disaster*, *an enormous burden*. Интересно следующее: если авторы статей из белорусской прессы делают акцент на оценке ситуации в целом (*экономический спад*, *замкнутый мир*, *нонсенс*, *грустный карнавал*), то американские авторы концентрируются на описании негативных эмоций и переживаний, возникших в связи со сложившимся порядком вещей (*anxiety*, *fear*, *suffering*, *hostility*). Указать на характер проблемы, образно ее описать позволяют также фразеологические единицы: *ходить с протянутой рукой*, *плюнуть в душу*,

прятать голову в песок; *put us in uncharted waters*, *throw into turmoil*, *spill blue blood*. Идиоматические выражения могут использоваться и при описании решения проблемы, перечислении необходимых, по мнению автора, мер: *need to knock on more doors*.

Субъективное отношение автора к обсуждаемому вопросу передают вводные слова и средства текстовой связи с семантикой уверенности/неуверенности, оценки стиля высказывания, эмоциональной оценки и др.: *мне кажется*, *я уверен*, *конечно*, *наверное*, *естественно*, *честно говоря*, *судя по всему*, *к сожалению*; *indeed*, *certainly*, *of course*, *fortunately*, *unfortunately*. Лингвокультурной спецификой англоязычных текстов является более частое использование коннекторов с семантикой противопоставления, добавления информации, причинно-следственных отношений: *however*, *though*, *to the contrary*, *moreover*, *finally*, *for these reasons*.

В ходе рассуждения о проблеме и ее возможном решении автор выводит на первый план собственное «Я», подчеркивая субъективность высказываемого мнения: ***Мне совершенно невозможно представить**, чтобы такую махину, как наш Большой театр, мог сегодня финансировать и содержать один, пусть даже очень богатый человек, одна очень богатая компания*; ***Я думаю**, время подскажет нам, куда двигаться дальше*; ***I have** a solution to this problem*. Причем это может быть позиционирование себя как индивида или солидаризация с группой: ***We should acknowledge** that for the city to prosper, **we have to conspire** to bring together business, labor and government to find common ground*. На субъективность выражаемой точки зрения указывает и апелляция к личному опыту автора: *Лет десять назад, помню, я с жаром отговаривала одного молодого артиста серьезно связывать свою жизнь со сценой*; *Помню, произошел у меня забавный случай*; *Last summer, I went to London for a few days*. Интересен тот факт, что авторы статей из американской периодики делают больше отсылок на «внешние» источники информации, апеллируя к их авторитетности и надежности приводимых данных: *statistics*, *research*, *a troubling new report*, *recent studies suggest*, *studies have shown*.

Таким образом, в текстах жанра *газетная дискуссия* (*спор*), обладающих диалогическим характером, используется комплекс языковых средств, которые позволяют маркировать авторскую субъективную точку зрения и давать эмоциональную оценку обсуждаемой проблеме. Это, прежде всего, лексика с негативно-оценочным значением, фразеологизмы, вводные слова и средства текстовой связи, эксплицирующие отношение говорящего к теме. В текстах на обоих языках делается акцент на авторском «Я» (или «мы»), используется апелляция к личному мнению и персональному опыту адресанта.

В подходе к описанию актуальных проблем в двух лингвокультурах есть и различия. Так, публикации в американских изданиях отличаются большей детализацией, которая проявляется в конкретизации характера проблемы, акцентировании внимания не только на мнении автора, но и на «внешних» авторитетных источниках информации. Для англоязычной прессы характерны противопоставления, что находит свое воплощение как в описании участников событий (противоборствующих сил), так и в использовании коннекторов с соответствующей семантикой, позволяющих «столкнуть» идеи

или факты. Однако англоязычные авторы уделяют больше внимания раскрытию личных эмоций и переживаний по поводу обсуждаемой проблемы, тогда как авторы публикаций в белорусских изданиях чаще дают оценку ситуации в целом.

Т. Ю. Щепачёва

ОСОБЕННОСТИ ВЕРБАЛИЗАЦИИ ОБРАЗА ПАРФЮМЕРНОГО ПРОДУКТА В АНГЛО- И РУССКОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТАХ

Реклама как информация о товарах или услугах представляет собой особый вид информации, ставящий своей целью не только знакомство с рекламируемым объектом, но и побуждение к его приобретению. Одной из форм рекламы является рекламный текст, под которым понимается «структурно оформленное, смыслозавершенное, функционально организованное сообщение, адресант которого посредством применения определенных коммуникативных стратегий и тактик, реализуемых различными вербальными и невербальными средствами, ставит перед собой задачу психологического воздействия на адресата с целью приобретения последним предполагаемого товара».

Бурный рост интернет-торговли, где основным средством передачи информации о товаре выступает слово, актуализирует потребность в специализированных дескриптивных текстах. Особый интерес в данном контексте представляют тексты, посвященные парфюмерной продукции, которые решают сложную задачу трансляции образа продукта для того, чтобы потребитель имел возможность ощутить его органом чувств. Создание таких текстов представляет собой новое направление в развитии современного английского и русского языков и представляет интерес для лингвистов. В целях выявления общих и специфических особенностей рекламных текстов на английском и русском языках было проведено настоящее исследование.

Материалом для исследования послужили англоязычные тексты о женской парфюмерной продукции британского бренда «Burberry» и русскоязычные – о белорусском производителе «Dilis». На основе сопоставительного анализа были определены общие для обоих языков инструменты создания вербального образа продукта, выявлены особенности, характерные только для англо- или русскоязычных рекламных текстов. Наиболее частотным средством создания образности в обоих языках является эпитет. В англоязычных текстах эпитеты используются в основном для описания непосредственно аромата (*succulent and fresh burst of fruits* ‘сочный и свежий всплеск фруктов’; *luxury chypre-fruity composition* ‘богатая шипровая фруктовая композиция’; *zesty mandarin* ‘пикантный мандарин’; *deep and seductive finish* ‘глубокое и притягательное завершение аромата’). Случаи, когда эпитет используется для описания потенциального покупателя, крайне редки (*Burberry woman is simple and charming* ‘Женщина Burberry проста и очаровательна’).

В русскоязычных текстах, помимо описания парфюмерной композиции (*звонкие нотки цитрусовых; умопомрачительный аромат; целомудренный боярышник; мощные древесные оттенки*), наблюдается использование эпите-

тов, описывающих потребителя (*легкая и естественная; уверенная; роковая соблазнительница; беззаботная кокетка; всемогущая женщина*), а также характеризующих реакцию окружающих на аромат и его обладательницу (*мужчины, завороженные магическим благоуханием; хищные взгляды; мечтательная улыбка*).

В обоих языках используется сравнение, хотя в английском – данный прием встречается значительно реже (*comfortable as an English blanket, scented with warm notes of vanilla, cedarwood and oakmoss* ‘уютный, как английское шерстяное одеяло, надушенное теплыми нотами ванили, кедра и дубового мха’; *сложный, словно работа старинного мастера; словно дымка яблоневого сада в полудневную жару; словно прекрасная Эсмеральда).*

Одной из отличительных особенностей русскоязычных текстов является частая эксплуатация таких приемов, как персонификация парфюмерной композиции и ее составляющих (*невероятный аромат раскрывает многогранность женщины; этот аромат превозносит женщину, ставит ее не пьедестал и охраняет, создавая «щит» из аккордов; начальные ноты кофе и розового перца ясно говорят окружающим, что вы по-восточному коварны и бесстрашны*), а также преувеличения (на вас устремлены тысячи глаз; весь мир у ваших ног; мечта любой жительницы большого города) и использование эмотивных интенсификаторов (*...как это умеет только женщина, абсолютно уверенная в выразительности своего искусства; на ваши волосы и запястья слетают и сыплются нежнейшие лепестки роз*).

Особенностью англоязычного рекламного текста является менее активное и менее разнообразное использование стилистических средств для создания желаемого образа. Авторы приводят цитаты известных парфюмеров и дизайнеров, которые приняли участие в создании аромата (*“Burberry Body is the most exciting launch that we have ever created and captures the iconic spirit of the brand today in a striking and sensual way” (Christopher Bailey, creative director of the brand))* «Burberry Body – самый волнующий выпуск, который мы когда-либо делали, который передает культовый характер/дух бренда сегодня поразительным и чувственным образом» (Кристофер Бэйли, креативный директор бренда))’, указывают имена актеров или моделей, которые стали лицом рекламной кампании, ссылаясь на популярные в обществе и отождествляемые с успехом образы, которые не нуждаются в дополнительном позиционировании (*Two of the most famous British models Kate Moss and Cara Delevingne represent the faces of this edition* ‘Две самые известные британские модели Кейт Мосс и Кара Делевинь стали лицом этого аромата’).

Анализ показал, что общей особенностью рекламных текстов на обоих языках является апелляция к эмоциям как основной способ коммуникации с потенциальным покупателем. Также важно отметить отсутствие систематизированного и устоявшегося словаря, который мог бы снабдить авторов рекламы необходимыми средствами для вербальной передачи восприятия парфюмерной продукции. В данном контексте следует учитывать, что речь идет именно об эмоциональном восприятии образа, так как перечень характеристик товара не содержит его образа, который потенциальный покупатель мог бы «примерить» на себя и сделать выбор в его пользу.

Круглый стол
«ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА:
ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРЕПОДАВАНИЯ»

О.Ч. Байдак

СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ МНОГОКОМПОНЕНТНЫХ АТРИБУТИВНЫХ СЛОВОСОЧЕТАНИЙ В ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

Атрибутивная синтагма, или атрибутивное словосочетание, представляет собой группу, состоящую из определяемого существительного и определяющего слова. Наиболее часто в качестве определения в именном словосочетании выступает прилагательное, качественное или относительное. Структурно данная атрибутивная синтагма может быть представлена в виде: именная группа N+A (nombre+adjetivo) или A+N (adjetivo+nombre).

В испанском языке для двухкомпонентных именных групп актуальна проблема положения прилагательного по отношению к определяемому слову. Относительные прилагательные всегда занимают постпозицию в атрибутивном словосочетании. Качественные прилагательные могут предшествовать или следовать за определяемым словом; препозиция определения имеет оттенки стилистического или субъективно-оценочного характера.

Еще более осложнены – и структурно, и семантически – отношения между компонентами многочленного атрибутивного словосочетания. Рассмотрим две группы многокомпонентных атрибутивных словосочетаний. Первую группу составляют два существительных и одно определяющее их прилагательное. Вторая группа представлена одним существительным и двумя прилагательными – определениями к нему.

В многокомпонентных атрибутивных словосочетаниях **первой группы** основная проблема связана с согласованием прилагательного в роде и числе с определяемыми существительными. Выделяют пять случаев согласования.

1. Препозиция прилагательного к существительным: Adj+N+N.

Прилагательное согласуется с первым существительным либо употребляется во множественном числе и мужском роде (если существительные разных родов или мужского рода) или в женском роде (если существительные женского рода). Например: *hombre de much**a** experiencia y talento; un grupo compuesto de vari**as** señoras y caballeros; blanc**os** las blusas y los paños; est**os** jardines y huert**os**; larg**as** guardias y vigilias*.

2. Постпозиция прилагательного к существительным одного рода в единственном числе: N+N+Adj.

Прилагательное ставится во множественном числе данного рода. Например: *la lengua y literatura español**as**; el paganismo y naturalismo antigu**os***.

3. Постпозиция прилагательного к существительным разных родов в единственном числе: N+N+Adj.

Прилагательное согласуется с последним существительным или ставится во множественном числе мужского рода. Например: *la maestría y talento rar**o**; bajo nombre y dirección fals**os***.

4. Постпозиция прилагательного к существительным разных родов во множественном числе: N+N+Adj.

Прилагательное согласуется с последним из существительных или ставится во множественном числе и мужском роде. Например: *los soldados y las autoridades nuev**as**; los ojos y las cejas negr**os***.

5. Постпозиция прилагательного к существительным разных родов в разных числах: N+N+Adj.

Прилагательное предпочтительно ставится во множественном числе и мужском роде. Например: *se acumularon ropa y platos suci**os**; las orejas y el rabo cortad**os**; las aulas y el corredor llen**os** de estudiantes*.

Во **второй группе** многокомпонентных атрибутивных синтагм к одному существительному относятся два прилагательных-определения, поэтому основная проблема в таких словосочетаниях – положение прилагательных по отношению к определяемому слову.

Как было отмечено выше, относительные и качественные прилагательные по-разному характеризуют существительное. Относительное прилагательное всегда занимает постпозицию, выделяет, ограничивает существительное. Качественное прилагательное может выступать как в ограничительной, так и в описательной функции. Рассмотрим следующие случаи структурной организации атрибутивного словосочетания в зависимости от характеристик прилагательных-определений.

A. Постпозиция двух относительных прилагательных: N + Adj(rel) + Adj(rel).

Ближайшее к существительному относительное прилагательное ограничивает существительное и составляет с ним более узкое понятие, которое далее определяется вторым относительным прилагательным. Например: *la flota mercante española; una ganancia económica líquida; la comida rápida sana*.

B. Постпозиция относительного и препозиция качественного прилагательного: Adj(cal) + N + Adj(rel).

Относительное прилагательное ограничивает понятие, выражая вместе с существительным единое, более узкое понятие, тогда как качественное – квалифицирует это понятие. Препозиция прилагательного (как и в двухкомпонентных атрибутивных синтагмах) чаще всего сообщает о характеристике, присущей существительному или понятию, либо о субъективной оценке говорящего. Например: *el rico queso manchego; un espléndido caballo árabe; un misterioso y remoto castillo escocés; la triste y melancólica lluvia otoñal*.

C. Постпозиция относительного и постпозиция качественного прилагательного: N + Adj(rel) + Adj(cal).

Более узкое значение существительного, приобретенное посредством относительного прилагательного, получает характеристику качественного прилагательного, что в свою очередь выделяет существительное из ряда других. Например: *una labor didáctica inútil; un experimento científico sencillo; una situación económica difícil.*

D. Препозиция 2 качественных прилагательных: Adj(cal) + *(y)* + Adj(cal) + N.

Оба прилагательных выступают в описательной функции, не выделяют существительное из ряда других, не ограничивают его значение. В русском языке прилагательные выступают как однородные члены, в испанском языке в этом случае используется соединительный союз *y*. Например: *A lo lejos se ven las* ***nevadas y agudas*** *cumbres de la sierra. En aquella casa pasamos* ***largas y monótonas*** *horas. El* ***ilustre y docto*** *conferenciante resultó aburrido.*

E. Постпозиция 2 качественных прилагательных: N + Adj(cal) + *(y)* + Adj(cal).

Оба прилагательных дают качественную характеристику существительному, выделяя его из ряда других. Например: *¿Cómo tener una vida* ***plena y feliz****? Una sorpresa* ***inesperada y desagradable*** *vino a turbar sus pensamientos*.

Постпозиция прилагательного в многокомпонентной структуре предопределена, если оно имеет зависимые слова и само является центром словосочетания. Например: *un experimento científico* ***fácil de*** *realizar; una dieta mediterránea* ***rica en*** *grasas vegetales; una ofensa grave* ***imposible de*** *perdonar.*

Следует отметить особые случаи организации многокомпонентного атрибутивного словосочетания.

На базе двухкомпонентных атрибутивных синтагм с относительными прилагательными, относящимися к одному существительному, может образоваться многокомпонентная атрибутивная структура N + Adj(rel) + *(y)* + Adj(rel), в которой **существительное** используется во **множественном** числе, а каждое из относительных прилагательных – в единственном. Например: *las políticas agraria y pesquera del Gobierno; mis abuelas paterna y materna; los capítulos primero y segundo; las recetas de las gastronomías andaluza y vasca*. Семантически данные атрибутивные синтагмы представляют собой слияние двухкомпонентных словосочетаний и отличаются от многочленных групп, рассмотренных ранее. В данных примерах не происходит последовательного ограничения значения существительного, как в случае *la flota mercante española, la comida rápida sana.*

Перевод **сложных прилагательных** с русского языка на испанский не вызывает трудностей, если в испанском языке имеется соответствующее сложное прилагательное. Например: *‘общественно-политический журнал’ – larevista político-social; ‘российско-перуанские отношения’ – las relaciones ruso-peruanas*.

Если сложное прилагательное отсутствует в испанском языке, рекомендуется определить тип семантической связи в русской именной группе и, исходя из этого, осуществлять перевод. Например: *‘военно-промышленный потенциал’ (сложносочиненная связь) – el potencial militar e industrial; ‘национально-освободительное движение’ (сложноподчиненная связь) – el movimiento de la liberación nacional*.

Таким образом, атрибутивные отношения характеризуют многокомпонентные именные словосочетания, представленные как несколькими существительными и одним определением к ним, так и несколькими

прилагательными, относящимися к одному существительному. Структурно-семантическая организация многокомпонентных атрибутивных словосочетаний схожа с организацией и функционированием двухчленных именных групп, в то же время обладает специфическими особенностями построения синтаксической и смысловой структуры предложения.

О. Ч. Байдак, В. Крель

ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТА ДЕЛОВОГО ПИСЬМА НА ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

Деловое письмо представляет собой четко структурированный, зафиксированный в письменной форме документ с ярко выраженной прагматической ориентированностью. Основой делового письма является завершенный текст, заключающий в себе уведомление делового содержания, отражающее реальную деловую ситуацию.

К основным характеристикам делового письма относятся: высокий уровень формализма, детальность, информативность, коммуникативная интенция, определенный набор реквизитов, структурированность, точность.

В зависимости от коммуникативной интенции можно условно выделить следующие группы деловых писем: благодарность, запрос, жалоба, извинение, информирование, напоминание, отказ, побуждение, представление, согласие.

Каким бы ни было коммуникативное назначение делового письма, его общая композиционная структура подчиняется определенным стандартам. В нее входят такие обязательные компоненты, как вводная часть (*encabezamiento*), основное сообщение (*cuerpo de la carta*) и заключительная часть (*cierre*).

Начало письма также имеет четкую структуру, состоящую из следующих частей: адрес отправителя, дата, адрес получателя, тема или предмет письма, ссылка (ведется учет деловой корреспонденции, каждому письму присваивается входящий и/или исходящий номер), непосредственный адресат (в случае необходимости) и обращение.

Деловые письма обладают рядом **лексических** особенностей, выделяющих их на фоне писем неформального характера. К ним относятся: вежливый тон письма, использование абстрактной лексики и специальной терминологии, особых речевых штампов, отсутствие разговорных выражений и неформальной лексики (сленга).

К числу **грамматических** особенностей делового письма на испанском языке относятся:

1) употребление глаголов в первом лице множественного числа вместо единственного числа;

2) применение синтаксических конструкций с неличными формами глагола (инфинитив, причастие, герундий);

3) тенденция к обезличиванию, выражающаяся в широком применении пассивного залога и безличных предложений;

4) исключительно частотное применение сослагательного наклонения;

5) использование синтаксических клише;

6) строгий порядок слов.

Употребление глаголов в **первом лице множественного числа** выражает солидарную ответственность отправителя (отправителей) письма, совместную ответственность группы лиц, принявших на себя обязательство. Особенно часто эта тенденция встречается в переписке, где хотя бы одна сторона является юридическим лицом. В таком случае в формуле прощания используются фразы типа: *les saludamos atentamente*, *les enviamos un afectuoso saludo*, *se despide atentamente*, а вместо подписи указывается название предприятия прописными буквами и ставится его штамп. Например:

Agradeciéndoles la confianza que han depositado en nosotros,
les saludamos atentamente.
NORTE EXPRESS

Использование в деловой переписке синтаксических конструкций с **неличными формами глагола** позволяет более детально, точно, и в то же время более компактно передать необходимую информацию. Являясь средством языковой компрессии, инфинитивные, причастные, герундиальные обороты увеличивают семантическую емкость предложения, не делая его громоздким и сложным для понимания. Например:

*Les solicitamos información sobre los servicios que ofertan ustedes y sus precios para **poder** analizarla y tomar decisión.*

*Una vez **recibido** el pedido les rogamos que nos envíen la factura dentro de los diez días de su emisión.*

***Siendo** mi mayor deseo formar parte del personal de esta majestuosa mutual les mando adjunto mi curriculum vitae, fotocopias de certificados y diplomas obtenidos.*

Синтаксические конструкции с неличными формами глагола весьма частотны в деловой переписке. Они не имеют четкой локализации в тексте письма, используются вначале, в основном сообщении и в завершении. В одном предложении могут встретиться несколько неличных форм глагола одновременно.

Компрессионные средства повышают информативность предложения как единицы синтаксиса в деловом письме. Рекомендуется чередовать семантически расширенные простые предложения со сложными, сложноподчиненными и сложносочиненными, чтобы не перегружать внимание получателя письма.

Тенденция к **обезличиванию** в деловой переписке выражается в использовании пассивного залога и безличных конструкций с целью придать деловому письму более официальный тон. Например: ***No fue descubierto** ningún defecto en las mercancías… En el folleto que me presentaron ustedes en su oficina **se decía** que … **No es justo** que **dejen** sin informar a los viajeros. Me **parece estupendo** que en la ciudad **se cree** nuevos restaurantes*.

Однако широкое употребление пассивного залога осложняет структуру предложения и его понимание, поэтому в пособиях по составлению деловых писем на испанском языке рекомендуется применять пассив по возможности реже. Например, *Nuestra empresa* ***ha realizado*** *el siguiente informe* вместо *El siguiente informe* ***ha sido realizado*** *por nuestra empresa.*

Исключительно частотное применение **сослагательного наклонения** в деловом письме обусловлено необходимостью соблюдения адекватного вежливого тона, который задается не столько обращением на «Вы» (*usted*, *ustedes),* сколько глаголами в форме *presente de subjuntivo* и *imperfecto de subjuntivo.* Характерно использование сослагательного наклонения в сложноподчиненных придаточных предложениях различных типов.

Например, для выражения просьбы в сложноподчиненных дополнительных предложениях используется глагол *rogar* ‘просить, ходатайствовать’ и следующий за ним глагол в сослагательном наклонении: *Les* ***rogamos*** *que* ***efectúen*** *el pago al contado*. Сослагательное наклонение также имеет широкое употребление при выражении надежды на дальнейшее сотрудничество: *Esperamos que nuestra oferta* ***sea*** *de su interés*. Форма *imperfecto de subjuntivo* используется в условных предложениях: *Le quedaría muy agradecido si* ***pudiera*** *informarme de las condiciones del contrato*.

Распространенными **синтаксическими клише** в письменной форме делового обращения на испанском языке являются следующие выражения: обращения *estimado señor*, *muy señor(es) mío(s)*; для указания цели письма применяются клише *el motivo de esta carta es*…, *por la presente quería*…; для связи элементов письма – *lo cual se convirtió en un gran problema*, *Muchos lo hemos comentado desde hace tiempo*; для пожеланий в конце письма – *en espera de sus gratas noticias.*

Сколь бы многочисленны, удобны и экономичны ни были синтаксические клише, стоит помнить о том, что текст письма не должен быть перегружен вышеуказанными малоинформативными фразами. Нельзя забывать, что адресат будет избирательно подходить к чтению деловой корреспонденции, бессознательно опуская использованные в письме клише для того, чтобы добраться до сути сообщения. Если процент содержательных фраз в нем будет меньше процента задействованных клише, такое деловое письмо может не выполнить своего коммуникативного назначения.

Строгий **порядок слов** в деловой переписке необходим для полного, четкого понимания адресатом прочитанного и обязателен при составлении письма. Базовый порядок слов в деловом письме сводится к следующей цепи: субъект действия – действие (ряд действий) – обстоятельства.

Для делового письма на испанском языке (в отличие от вариативности в разговорной речи) характерно сохранение позиции подлежащего в начале предложения. Например: *Su grata carta fue recibida. El hecho de que el restaurante se abrió justo debajo de mi casa afecta a mi familia. Compensar los daños que su mala gestión ha generado será... La única solución que vemos es …*

Стандартная структура предложения: подлежащее – сказуемое – обстоятельства оптимальна для текста делового письма, так как способствует точному и однозначному восприятию информации. Например: *La reunión de los accionistas tendrá lugar en el despacho del jefe el viernes 27 a las 12 horas*. *En ella hablaremos sobre los problemas vigentes*.

Таким образом, грамматическая организация текста делового письма на испанском языке имеет свою специфику и отвечает таким основным характеристикам делового письма, как информативность, структурированность, прагматическая направленность. Безупречность грамматического оформления деловой корреспонденции обеспечивает понимание и успешное сотрудничество в деловых отношениях.

Е. В. Будагова

ОСОБЕННОСТИ НОМИНАТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ В ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

Экономическая терминология как семиологическая система формировалась и продолжает формироваться в ходе развития экономических отношений. Как и любая терминологическая система, она постоянно пополняется по причине необходимости номинации новых замеченных свойств объектов, вновь возникающих предметов, явлений, понятий. Экономические термины, обозначая понятия специальной области знания и деятельности и образуя терминологическую систему, входят в общую лексическую систему языка. Экономическому термину присущи фактически все характеристики слова, в том числе номинативные, словообразовательные и семантические, а терминосистемам – те же языковые законы, что и общеупотребительной лексике.

Номинация, являясь сложным процессом, в котором проявляются языковые и мыслительные закономерности, связывает мир действительности с миром языка, устанавливает отношения между предметами, явлениями окружающего мира и их языковой интерпретацией. При любой номинации важная роль отводится мотивировке. Мотивированными бывают термины, созданные из материала своего языка, а также термины, сконструированные из международных терминоэлементов. Но мотивированы они по-разному. В первом случае нередко имеет место метафора или метонимия. Во втором – термин мотивирован соответствующим набором терминоэлементов. В качестве международных для европейских языков чаще всего выступают греко-латинские термины: *ad valorem* 1) ‘в соответствии со стоимостью, по стоимостной оценке’; 2) ‘адвалорный’, *homo económicus* ‘человек как субъект хозяйственной деятельности’, *per cápita* ‘в расчете на душу населения’, *quantum* ‘количество’; ‘сумма’; ‘объем’.

Мотивированные слова занимают основное положение в экономической терминологии и указывают на тесную связь между мотивированностью,

немотивированностью и внутренней формой термина. Мотивация в свою очередь является исходным принципом номинации. Наибольшими значениями мотивированности характеризуются термины, важность выражения признаков которых предполагает тесную связь между планами выражения и содержания терминологической единицы. Внутренняя форма предопределяет мотивированность термина и является способом его реализации, его трансформации в определенный термин. Мотивация проявляется в прямой номинации, но еще более интенсивной она оказывается, когда выступает в образной номинации, например, *fuerza animal* ‘тягловая сила’.

Взаимосвязь между научной терминологией и общеупотребительной лексикой объясняет тот факт, что многие немотивированные слова бытового языка становятся мотивированными при их употреблении в экономической сфере: *interés (m)* ‘заинтересованность’; ‘интерес’; (экон.) ‘процент’.

Для экономической терминологии можно выделить три типа мотивации: словообразовательно-морфологический, семантический и лексико-синтаксический. Основным типом номинации экономических терминов является лексическая номинация, т.е. номинация терминов и терминосочетаний осуществляется путем выбора признака.

Прямая номинация – это номинация, при которой знак отражает существенный признак денотата. Как уже отмечалось ранее, контекст играет немаловажную роль в определении семантики термина. Повторяемость контекста закрепляет за термином строго определенное значение. Контекст и терминосистема, куда входит данный элемент, являются лингвистическими факторами, которые определяют денотативное значение термина и реализуют лексико-семантический вариант значения. Одной из форм прямой номинации в экономической терминосистеме являются гиперонимы, которые благодаря своей широкой семантике реализуют номинативную функцию. К ним относятся: *elemento, materia, tipo*. Другой формой прямой номинации, распространенной в данной терминосистеме, являются неологизмы: этимологические, семантические, морфологические и заимствованные из других языков. Например, (англ.) *behavorismo (m)* ‘теория поведения (потребителей, фирмы)’, (фр.) *Tir (transport internacional routier)* ‘накладная международного сообщения’.

В основном среди терминов имеет место прямая номинация, при которой знак отражает существенный признак денотата, но встречается также и косвенная номинация, когда наименование осуществляется через соотнесение с определенным предметом, явлением, понятием, через указание на один из его характерных признаков. Частичное расширение экономической терминосистемы происходит в процессе вторичной номинации и это обусловлено асимметрией языкового знака. Происходит переосмысление закрепленных значений уже существующих в языке наименований и образование у них новых значений: *igualación (f)* ‘выравнивание’; (экон.) ‘соглашение, договор’, *intereses (m, pl)* 1) ‘интересы’; 2) (экон.) ‘проценты’; 3) ‘имущество’, ‘состояние’. Прямая и косвенная номинации тесно связаны

с явлениями метафоризации и метонимизации: *burbujas especulativas en la bolsa* ‘спекулятивный ажиотаж на бирже’, *capitales-golondrinas (m, pl)* (Лат. Америка) ‘«кочующие» капиталы’, *flotación de tipos de cambio* ‘«плавание» валютных курсов’, *serpiente europea (f)* ‘«европейская валютная змея»’, *serpiente monetaria (f)*‘«валютная змея»’, ‘режим колебания валютных курсов’.

Однако в большей степени экономическая терминосистема пополняется за счет заимствований, особенно внешних. Основным экстралингвистическим фактором, который повлиял на усвоение заимствованных терминов изучаемой терминосистемы, является связь с североамериканской моделью экономического развития и внешнеэкономической деятельностью Испании и испаноговорящих стран. В экономической терминосистеме испанского языка широко используются терминологические англицизмы: *broker* ‘брокер’, *boom* ‘бум’, *trading* ‘трэйдинг’, *clearing* ‘клиринг’, *leasing* ‘лизинг’. В испанском языке они передаются фактически без изменений, а в русском языке путем транслитерации.

Большое количество терминов заимствовано из стран Латинской Америки: Аргентины, Колумбии, Мексики, Кубы. Это обусловлено различием в развитии экономических отношений. Например, ‘предпринимательство’ (Арг.) *emprendimiento (m)*, (Исп.) *actividad empresarial (f)*, ‘розничный торговец’ (Лат. Америка) *baratero (m)*, (Исп.) *minorista (m)*. Также встречаются экономические термины, которые употребляются только в Испании: *canón (m)* ‘пошлина’, ‘налог’; *ajuste industrial (m)* (Исп.) ‘перестройка промышленности’, *industria doméstica (f)* ‘национальная промышленность’. Как в развивающейся терминосистеме, в экономической терминологии испанского языка также наблюдаются терминологические эквиваленты: *marketing – mercadeo*; *variabilidad – variación*.

Внутреннюю организацию экономической терминосистемы испанского языка отражают семь номинативных классов (процессов, предметов, материалов, свойств, количеств, знаний и деятелей), которые соотносятся с основными понятиями и отношениями экономической деятельности, характеризуют ее номинативную организацию, являясь основным центром в лингвистической специализации экономической терминологии, исходя из связей, образующихся между термином и реальностью. Выражение этих номинативных классов и постоянный поиск концептуальной терминологической точности приводят к появлению сложных конструкций, а также к синонимии и антонимии. Что касается синонимии, то она представлена различными группами синонимов: абсолютными – *ayuda (f) – fomento (m)*, частичными – *empresa (f) – firma (f)* и стилистическими – *impuestos (m, pl) – tríbutos (m, pl)*. В антонимические отношения вступают термины, которые могут быть противопоставлены друг другу по степени проявления отдельного качества или оценивают одно и то же явление с противоположных сторон. Можно выделить два типа антонимов: лексические – *compra (f) – venta (f)* и префиксальные – *empleo (m) – desempleo (m)*.

Существующая тесная связь между общенародной лексикой и специальной научной лексикой экономики и промышленности, с одной стороны, между терминосистемой, испанским языком в целом и его латиноамериканским вариантом – с другой, безусловно, оказывает влияние на формирование и номинативную организацию данной терминосистемы. Характерной особенностью экономической терминологической системы испанского языка является формирование ее номинативных единиц, в большей степени за счет иноязычного лексического фонда, в основном за счет англицизмов.

Е. А. Булат

ФУНКЦИИ РЕМАРОЧНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В СТРУКТУРЕ ДРАМАТИЧЕСКОГО ТЕКСТА НА ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

Ремарочные конструкции являются вербальной презентацией различных ситуаций и представляют собой сопутствующие репликам героев тексты, в которых реализуется авторское видение сюжета. В рамках данного исследования остановимся на ремарках, описывающих сцену, на которой развивается действие. Это описание сценического пространства, уточнение временных и пространственных маркеров, звуковое оформление и др.

Данные текстовые вкрапления выполняют важную установочную функцию и помогают драматургу выстроить сюжетную линию. Ремарочные конструкции, описывающие те или иные элементы сцены, являются традиционными для драматического текста. Драматург обращается к описанию таких объектов, как дорога (*camino*), архитектурные постройки, сооружения (*palacio, torre*) или их конструктивные элементы (*escalera, fachada, ventana, paredes, puerta*): *En Tarragona, camino a Sevilla* (Tirso de Molina); *Plaza de una ciudad. A la derecha, en primer término, fachada de una.* Описание конструктивных элементов сооружений помогает автору настроить адресата на определенную эмоциональную атмосферу.

Нередко такие ремарки представляют собой пространственно-временные описания. Например, в нижеследующей ремарке автор указывает, что лестничная клетка по истечении большого промежутка времени (20 лет) продолжает оставаться жалкой и тем самым настраивает нас на негативную обстановку развития событий: *Pasaron velozmente veinte años más. Es ya nuestra época … La escalera sigue siendo una humilde escalera de vecinos…* (Antonio Buero Vallejo).

Вместе с тем А. Буэро Валлехо дает детальное описание конструктивных элементов дома: окно с разноцветными стеклами (*cristales coloreados*), побеленные стены (*las paredes, blanqueadas*), двери оснащенные электрическим звонком. Благодаря такого рода описаниям драматург указывает на возможную смену обстановки в лучшую сторону.

Вторым видом ремарок являются конструкции, которые указывают на сценическое освещение, что также может быть связано с созданием

эмоциональной обстановки на сцене. Примером может послужить авторское уточнение: *Apaga las luces y sólo deja una lámpara encendida sobre una de las mesitas como al principio del acto* (Honorio Maura Gamazo). В данном случае свет лампы, не яркий и не назойливый, а приглушенный, передает атмосферу спокойствия и умиротворения, царящую в доме.

В другом примере Мауры Гамасо обилие зажженных ламп и яркого света моделирует романтичную атмосферу на сцене: *Las luces encendidas. Hay flores en todas partes* (Honorio Maura Gamazo).

Стоит отметить, что свет может оказывать и психологическое влияние на героев драмы. В частности, может выступать источником психологического давления одного персонажа на другого: *Acercando la lámpara para verla la cara* (Honorio Maura Gamazo). В данном примере герой направляет свет лампы в лицо другому персонажу и тем самым дезориентирует его.

В следующем примере героиня в спешке выключает почти весь свет, тем самым создается определенная интрига, так как героиня боится быть замеченной и что-то скрывает.

Еще одной важной характеристикой данного вида ремарок является описание предметов. Предметы интерьера являются элементами декораций и обеспечивают более глубинное восприятие произведения: *Mientras sube Elena, Flora va al espejo y procura componerse un semblante más alegre* (Honorio Maura Gamazo). Данная ремарка, описывая отражение героини в зеркале, позволяет нам прочувствовать ее эмоциональное состояние.

Следующим приемом драматурга является акцент на размещение стульев, на которых рассаживаются персонажи. Стулья расположены друг напротив друга и очень близко, что маркирует близкие и доверительные отношения персонажей.

Особого внимания заслуживают звуковые ремарки. Они содержат информацию о звуках, источник которых обычно находится вне сцены. Главной целью данных ремарок является передача звукового оформления сцены и создание общей атмосферы действия. Характерными в пьесе выступают такие звуки, как грохот, шум, звон.

Обратимся к примеру авторский ремарки, передающей грохот выстрела и крик женщины, потерявшей ребенка: *Llega un tableteo de fusilada. El grupo se mueve en confusa y medrosa alerta. Descuella el grito ronco de la mujer, que al ruido de las descargas aprieta a su niño muerto en los brazos* (Ramón María del Valle-Inclán). Цель приведенного текстового отрывка – вызвать у адресата чувство страха и переживания, сострадания к героине.

В следующем примере неожиданно раздается звонок телефона, что создает эффект интриги: *Y suena el timbre del teléfon* (Miguel Mihura).

Особое место среди звуковых ремарок занимает также та, которая на фоне реплик персонажей выступает в качестве действенного художественного средства. Ремарка «пауза» может указывать, что герою трудно говорить о предмете речи по причинам, обусловленным содержанием предшествующего диалога, обстановкой или сюжетом: *Una pausa*. *PEDRO deja de reír*.

Un silencio (Alfonso Sastre). В данном примере резко обрывается смех персонажа и наступает тишина, что свидетельствует о его эмоциональном потрясении.

Тишина на сцене может быть также предваряющим этапом к последующей интриге: *Silencio* (Honorio Maura Gamazo).

Таким образом, анализ оригинальных драматических текстов на испанском языке позволил нам выделить ремарочные сценические конструкции, которые оказывают большее влияние на чувства и эмоции реципиента, и активное их использование помогает автору лучше донести смысл происходящего и создать общую атмосферу действия.

Е. А. Булат, А. Горох

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ДИПЛОМАТИЧЕСКИХ АКТОВ НА ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

Тексты международно-правовых документов, договоров, конвенций играют важнейшую роль среди других переводимых текстов, уступая место лишь деловой корреспонденции и потребительским информационным текстам. В результате проведенного нами исследования было выявлено, что типичным примером использования официально-документального стиля является дипломатический акт. Наиболее распространенными дипломатическими актами считаются нота, меморандум, официальное письмо, памятная записка.

Остановимся на уточнении термина *дипломатический язык*: это выражение, употребляемое для обозначения двух различных понятий. Во-первых, это язык, на котором ведутся официальные дипломатические отношения и составляются международные договоры. Во-вторых, это совокупность специальных терминов и фраз, составляющих общепринятый дипломатический словарь.

Проведенный нами анализ текстового материала дипломатических актов позволил выделить ряд лексических единиц, наиболее присущих дипломатическим документам: *pacto, cónsul, canciller, notaverbal, plácet, etc.* Вместе с тем контекстуальный анализ документов позволил выявить, что в ряде случаев общеупотребительные лексические единицы в дипломатии получают особое, специальное значение.

Яркой демонстрацией данного положения служит слово *protocolo* ‘протокол’, известное в его общеупотребительном значении (*протокол собрания* ‘документ с записью всего происходившего на собрании’, *протокол допроса* ‘точное отражение вопросов и ответов’). В речи дипломатов данная лексема получает иной смысл. В дипломатии *протокол* – это совокупность общепринятых обязательных правил, традиционно соблюдаемых в международном общении. Сравните в испанском: *protocolo* – es el conjunto o serie de reglas diplomáticas, ceremoniales o palatinas que regulan y disponen el

comportamiento o desenvolvimiento dentro de ciertos actos. Son reglas universales y convencionales que facilitan la conviviencia y que pueden variar según la evolución del ser humano.

Следует отметить, что искусство комплимента в языке дипломатии имеет особую актуальность и особый смысл. Комплимент, похвала, выражение восхищения – все это способы укрепления международных отношений. Приведем пример вербальной ноты, которая была направлена посольству Республики Беларусь в Боливарианской Республике Венесуэла от лица Министерства иностранных дел, аппарата заместителя министра по вопросам сотрудничества со странами Карибского бассейна.: *El Ministerio del Poder Popular para Relaciones Exteriores/ Despacho del Viceministro para El Caribe, saluda muy atentamente a la Embajada de la República de Belarús en la República Bolivariana de Venezuela.* В данном случае комплимент используется для выражения уважения и почтения получателю со стороны отправителя.

Экспрессивно-эмоциональный компонент значения обязательно сочетается с позитивными коннотациями дипломатической лексики, словами, содержащими компонент ‘высокая степень оценки происходящего и будущего’ плюс ‘высокая степень удовлетворенности адресанта’, что в определенной степени сближает дипломатический подстиль с публицистикой. Проиллюстрируем данное положение следующим примером: *La Misión Permanente de México ante la Oficina de las Naciones Unidas y otros Organismos Internacionales con sede en Ginebra aprovecha la oportunidad para reiterar a la Oficina para Asuntos de Desarme, Secretaría de la Conferencia de Desarme las seguridades de su más atenta y distinguida consideración.*

Проведенный анализ фактического материала свидетельствует о том, что дипломатическая терминология на первый взгляд кажется достаточно устойчивой и традиционной. Однако изменения в общественной жизни страны, новые веяния в международном движении сказываются на изменении лексического состава данного подстиля. Более того, рассмотрев различные виды дипломатической документации, мы выяснили, что дипломатический подстиль является наиболее открытым из всех подстилей деловой речи, он ближе других разновидностей официально-делового стиля соприкасается с политикой и публицистикой, и это обусловливает его языковое и стилистическое своеобразие.

Для дипломатических актов характерен ряд отличительных черт и на грамматическом уровне языка.

Одной из важнейших характеристик является тенденция к употреблению сложных предложений, отражающих логическое подчинение одних фактов другим. Рассмотрим личную ноту, отправленную Министру иностранных дел Республики Беларусь от лица Министра иностранных дел Боливарианской Республики Венесуэла: *Espero contar con su presencia en este significativo encuentro, el cual permitirá renovar el compromiso de unidad. Paz y cooperación en el Caribe.* Данная синтаксическая особенность является релевантной для

дипломатических актов, и в большей части дипломатических документов, проанализированных нами, преобладают сложные предложения с различным типом синтаксических связей.

В связи с тем, что в большинстве своем дипломатические документы выполняют информативную функцию, наблюдается преобладание предложений повествовательного характера. Показательным в этом отношении является следующий пример: *Al presentar la solicitud de prórroga en el 2008, el Perú contaba con 35 áreas peligrosas por la existencia de minas antipersonal sembradas, en tres sectores correspondientes a los ríos que les dieron nombre: Santiago, Achuime y Cenepa, en los departamentos de Amazonas y Cajamarca.La presentación de datos sobre las catastróficas consecuencias de las armas nucleares realizada en las tres Conferencia sobre el Impacto Humanitario de las Armas Nucleares, celebradas en Oslo (2013), Nayarit y Viena (ambas en 2014), demostraron el interés de la comunidad internacional en este tema, y el cambio de paradigma.* Повествовательный характер изложения прослеживается в основной части приведенного документа, которая несет в себе наибольшую коммуникативную интенцию.

В документах дипломатического характера преобладающим принципом их конструирования является прямой порядок слов в предложении. Рассмотрим следующий пример: *El Perú ha destruido 18,220 minas antipersonal sembradas en el territorio nacional, entre enero de 2009 a diciembre de 2015.* Как можно заключить, использование прямого порядка слов при подготовке дипломатической документации указывает на формальный характер и недопущение свободной структуры.

В целом синтаксис дипломатических документов отличается сложностью, в нем преобладают распространенные предложения, осложненные причастными оборотами; сложноподчиненные предложения с различными типами придаточных частей (преимущественно определительными и изъяснительными), простые предложения с большим перечнем однородных членов.

Анализ частеречных характеристик дипломатических актов позволил выявить частотное употребление отглагольных существительных: *aplicar= aplicación; cambiar=cambio; hacer=hecho; tratar=tratado; presentar= presentación*. Рассмотрим следующий пример: *Acuerdo de Comisión de Regulación de Salud, Comité Técnico para presentación y análisis de alternativas de actualización del POS y de cálculo de la UPC 2011.* Грамматический анализ данного примера позволяет выявить, что во фразе, состоящей из 19 лексических единиц, 3 – являются отглагольными существительными.

Проведенный нами анализ также показал, что дипломатические акты характеризуются наличием вводных конструкций, которые используются, как правило, в начале предложения, а также устойчивых словосочетаний, служащих для связи частей сложного предложения. Приведем пример: *Sin embargo, algunas delegaciones se opusieron a que se incluyera este concepto alegando que se trataba de un concepto ambiguo aún en evolución; por otra parte,*

en la Conferencia de Nayarit, la Presidencia (México) enfatizó en que el impacto humanitario de las armas nucleares. Приведенный пример ярко иллюстрирует такие морфологические признаки дипломатического стиля, как употребление отглагольных существительных и событийных имен; обилие производных предлогов, наличие вводных конструкций и т.п.

Таким образом, анализ различных типов дипломатической документации позволил нам установить, что, несмотря на различия в содержании и разнообразие жанров, официально-документальный стиль в целом характеризуется рядом таких общих черт, как:

- сжатость, компактность изложения, экономное использование языковых средств;
- широкое использование терминологии, наименований (юридических, дипломатических, военных, административных и др.), наличие особого запаса лексики и фразеологии (официальной, канцелярской), включение в текст сложносокращенных слов, аббревиатур;
- частое употребление отглагольных существительных, отыменных предлогов, сложных союзов, а также различных устойчивых словосочетаний, служащих для связи частей сложного предложения;
- повествовательный характер изложения, использование номинативных предложений с перечислением;
- прямой порядок слов в предложении как преобладающий принцип его конструирования;
- тенденция к употреблению сложных предложений, отражающих логическое подчинение одних фактов другим.
- почти полное отсутствие эмоционально-экспрессивных речевых средств, устоявшихся выражений, фразеологизмов;
- слабая индивидуализация стиля.

В результате анализа и систематизации лексико-грамматических особенностей официально-документального стиля нами была выявлена специфика дипломатической документации, что поможет избежать возможных ошибок при переводе данного типа документации с испанского языка на русский.

Ю. М. Войтова

ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ДИСТАНЦИОННОГО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

В соответствии с реалиями современной жизни основой сегодняшней и будущей системы образования должна стать концепция персонализированного образования как естественная форма организации современного просвещения подрастающего поколения. Дистанционное обучение является относительно новой формой организации образовательного процесса, соединяющей в себе традиционные и новые информационные технологии обуче-

ния, основывающейся на принципе самостоятельного получения знаний и предполагающей в основном телекоммуникационный принцип доставки обучаемому основного учебного материала и интерактивное взаимодействие обучаемых и преподавателей как непосредственно в процессе обучения, так и при оценке получаемых ими в процессе обучения знаний и навыков.

Целью дистанционного обучения иностранным языкам в университете является выработка определенных навыков и умений разных видов речевой деятельности на основе знаний о способе деятельности (коммуникативная компетенция). Детализируя эту цель, целесообразно обозначить следующие задачи дистанционного обучения: 1) овладение лексико-грамматическими навыками и умениями иноязычного говорения, чтения, аудирования и письма; 2) совершенствование умений иноязычной устной и письменной коммуникации.

В своей работе мы попытались выделить наиболее существенные психолого-педагогические трудности в контексте обучения иностранным языкам в учреждении высшего образования. К числу основных психолого-педагогических проблем на сегодняшний день в дистанционном обучении относят: 1) отсутствие единой общепринятой и эффективной теории обучения с помощью компьютера; 2) отсутствие единства мнений по организации учебно-методических комплексов для обучения отдельным дисциплинам; 3) не разработаны методические и психологические принципы построения отдельного учебного курса, входящего в состав учебно-методических комплексов; 4) проблемы готовности преподавателей к такой работе. Это связано с психолого-лингвистическими особенностями восприятия звуковой, зрительной и другой информации, содержащейся в компьютерном учебном курсе.

Дистанционное обучение иностранным языкам с помощью интернет-ресурсов отличается опосредованным характером межличностного общения между преподавателем и обучаемым. С одной стороны, имеется возможность постоянного и достаточно динамичного телекоммуникационного общения учащегося и преподавателя на расстоянии, с другой – межличностное телекоммуникационное общение в силу своего опосредованного характера не способно в полной мере восполнить отсутствие непосредственного «живого» общения. Очень важно на начальном этапе дистанционного обучения предусмотреть для обучаемых последовательность подготовительных учебных действий по обмену через телекоммуникационную сеть сообщениями по работе в группе и в паре с преподавателем для приобретения необходимых начальных навыков телекоммуникационного общения. Основными формами представления сообщений в современных компьютерных телекоммуникационных сетях являются текстовая и графическая, в то время как в «живом общении» преобладают звуковая и визуальная формы представления сообщений. Таким образом, отсутствие «живого общения», безусловно, является главным фактором, определяющим специфику психолого-педагогических условий дистанционного обучения иностранным языкам через Интернет.

Еще одна трудность связана с необходимостью организации принципиально иной структуры учебного материала, предъявляемого при дистанционном обучении. На первый план здесь выходит самостоятельная познавательная деятельность обучаемого (учение, а не преподавание). Многие пассивно относятся к самостоятельной работе в силу отсутствия навыков самостоятельной работы, не умеют рационально использовать свое время, их смущает большой объем самостоятельной работы, к тому же трудно привыкнуть к дистанционной технологии. Очень важно внедрять в образовательный процесс при дистанционном обучении иностранному языку правильные компьютерные программы. Они должны быть составлены таким образом, чтобы у студента не возникал психологический барьер, чувство страха, неуверенности в себе, т.е. должен преобладать известный дидактический принцип: от простого к сложному.

Физическая разобщенность студентов в пространстве и времени зачастую порождает чувство одиночества, изолированности и дефицита личного внимания, что приводит к неуверенности в своих силах, к низкой самооценке, снижению мотивации, плохим академическим показателям и даже прекращению занятий. Создание виртуального сообщества обучаемых позволяет преодолеть эти негативные ощущения.

Если говорить о преимуществах дистанционного образования в целом, то можно выделить его основные положительные качества:

- предоставление возможности получения образования независимо от места проживания и возрастного ценза;
- снятие социальной напряженности в крупных городах и повышение уровня образованности в малых городах и населенных пунктах;
- возможность экспорта и импорта образовательных услуг.

Таким образом, несмотря на наличие определенных трудностей, дистанционное обучение способствует реализации современных образовательных парадигм: личностно-ориентированного обучения, индивидуализации и дифференциации учебной деятельности, самообразования и саморазвития обучающихся. Дальнейшее исследование вышеописанной проблематики должно быть направлено на устранение указанных психолого-педагогических трудностей и разработку таких дидактических материалов, которые бы максимально учитывали преимущества дистанционного образования.

Ю. С. Войтович

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНЫХ МЕТОДИЧЕСКИХ ПРИЕМОВ В РАБОТЕ С ВЫСОКОМОТИВИРОВАННЫМИ УЧАЩИМИСЯ
(на материале испанского языка)

Основные приоритеты системы образования Республики Беларусь в XXI веке – дальнейшее повышение интеллектуального, культурного и духовно-нравственного потенциала нации, формирование свободной, твор-

ческой, физически развитой личности. В связи с этим в учебных учреждениях страны стоит задача выявления, обучения и развития одаренных детей. Способная и творческая личность является гарантом процветания общества, так как одаренность при благоприятных условиях трансформируется в конкретную деятельность, которая содействует научно-техническому и культурному прогрессу. Наибольшего успеха в работе с творческими, одаренными детьми можно достичь лишь в том случае, если совместно определить общую цель и выбрать общий путь к ее достижению, т.е. создать систему деятельности.

В стенах Минского государственного лингвистического университета осуществляется ежегодная подготовка школьников к заключительному этапу Республиканской олимпиады по испанскому языку. Преподаватели кафедры фонетики и грамматики испанского языка и кафедры лексикологии испанского языка осуществляют комплексное обучение всем видам речевой деятельности (аудирование, говорение, чтение, письмо), используя информационные технологии, аутентичные аудио- и видеоматериалы и современные учебные материалы испанских авторов.

Хотелось бы поделиться не только тем опытом, который накоплен в процессе работы с одаренными детьми, но и обозначить проблемы, сопутствующие работе с одаренными учащимися.

В ходе подготовке учащихся к заключительному этапу Республиканской олимпиады по испанскому языку преподаватель сталкивается со следующими проблемами:

1) учащиеся не умеют применять на практике известные им грамматические времена, не умеют согласовывать времена в предложении;

2) учащиеся не умеют применять на практике местоимения в функции прямого и косвенного дополнений;

3) не умеют использовать в устной и письменной речи глагольные конструкции (с инфинитивом, причастием и герундием);

4) не способны развернуто отвечать на вопросы, особенно без предварительной подготовки;

5) не имеют навыков спонтанной речи (только подготовленное высказывание);

6) испытывают затруднения в пересказе от лица какого-нибудь героя;

7) испытывают затруднения в восприятии аутентичного аудио- и видеоматериала.

Учитывая вышеперечисленные проблемы, можно сформулировать следующие рекомендации по обеспечению работы с одаренными детьми:

1) необходимо анализировать с обучающимися использование глагольных форм в связном тексте, задавая вопросы: *Почему именно эту форму выбрал автор? Возможна ли здесь другая форма? Как изменится смысл высказывания?* и т.п., а также обращать внимание учащихся на употребление местоимений прямого и косвенного дополнений в том же связном тексте, глагольных конструкций и других грамматических явлений;

2) развивать языковую догадку учащихся, анализировать значения незнакомых слов по сходству с родным языком (интернациональные слова), по словообразовательным элементам, по контексту, а также актуализировать пассивный словарный запас. Это возможно в процессе аналитического чтения текстов, содержащих некоторый процент незнакомых слов, текстов, которые были бы интересны учащимся и заставляли их думать, искать и находить смысл;

3) использовать в процессе обучения тексты различных типов и жанров, учить логически организовать письменный текст, а также использовать синонимические средства и синтаксический перифраз;

4) учить отбору лексических единиц в соответствии с коммуникативными задачами и совершенствовать навыки употребления лексико-грамматического материала в коммуникативно-ориентированном контексте;

5) уделять большее внимание коммуникативным задачам, выполняемым в разных видах речевой деятельности, развивать навык критического мышления;

6) широко использовать парную работу, которая увеличивает время активной деятельности учащихся, в особенности устной диалогической речи, а также вовлекать учащихся в коллективное обсуждение предмета урока;

7) учить обучаемых вести беседу на основе ситуации, темы, прослушанного или прочитанного текста, комментировать увиденное, начинать и поддерживать разговор, высказывать совет, пожелание, используя как отдельные реплики, так и более развернутые связные высказывания;

8) использовать аутентичные аудио- и видеоматериалы на каждом уроке.

Мы уверены, что та непрерывная учеба, которая ежегодно организована для учащихся, дает колоссальный багаж знаний и обязательно должна привести к высоким результатам.

Н. М. Грищенко

О СООТНЕСЕННОСТИ СИМВОЛА И МИФА В ИСПАНСКОМ ПОЭТИЧЕСКОМ ТЕКСТЕ

В испанском поэтическом тексте между символом и мифом устанавливается тесная взаимосвязь. Миф, являясь первичным в постижении мира, находится в тесном взаимодействии с символом, который воспринимается как целостный чувственный образ. Символ часто интерпретируется как знак, содержание которого наиболее полно и образно раскрывается через соответствующий ему миф.

Во взаимосвязи с мифом символ приобретает также социальные и коммуникативные функции. При этом для мифологических образов и символов, используемых в поэтических текстах, характерна высокая степень эмоциональной насыщенности и интенсивности. Их эмоциональная окраска настолько самобытна и живописна, что присутствие символов в поэтическом произведении заставляет читателей не только вдумчиво размышлять о прочитанном, но и вызывает у них определенные эмоции.

Символ можно представить и как своеобразный текст в тексте, поскольку, будучи включенным в конкретный текст, символ может возникнуть задолго до создания этого текста. Вследствие этого символы могут существовать вне зависимости от текста, причем они обладают межтекстовым характером: один автор может использовать устойчивые символы в различных произведениях.

Другими важными характеристиками символа, позволяющими соотнести его с текстом, является наличие у него замкнутого в себе значения и четко выраженной границы, выделяющей его из культурного и семиотического контекста.

Применительно к поэзии символ играет фундаментальную роль. В основе поэтического произведения символ часто используется как сообщение, открытое для нового восприятия и осмысления, стимулирующее личностный мир адресата. В то же время «алфавит» символов, используемых поэтом, не всегда индивидуален: он может использовать в своих произведениях символику эпохи, культурных направлений, социального круга. Здесь речь идет о глубинном кодирующем устройстве – процесс развертывания потенций символа имеет необратимый и непредсказуемый характер, поскольку по своей природе творческий процесс асимметричен.

Кроме того, в поэтическом тексте символ может представлять собой как некий лексический, грамматический или фонетический код, построенный на денотативных связях, в котором конкретной единице выражения соответствует определенная единица содержания, так и риторический, выстроенный на коннотативных связях и предполагающий бóльшую свободу и независимость кодов, участвующих в интерпретации.

Зачастую символ, наряду с метафорой, определяется как важнейшее знаково-символическое средство, являющее собой творческое проявление языка, поскольку в основе символа, как и в основе метафоры, лежит образ (А. Ф. Лосев, У. Эко). Символ, во взаимосвязи с метафорой, выступает как текстуальная модальность, способ произведения и интерпретации аспектов текста. Помимо прямого значения, он обладает дополнительным смыслом, в определенной степени актуализированным самим адресатом сообщения. Смысловая структура символа многослойна и предполагает активную внутреннюю работу воспринимающего. В поэтическом тексте слово тяготеет к актуализации своих скрытых смыслов, а сам текст ориентирован на экспрессивность, эмотивность, сопереживание. Эмотивные стимулы, которыми сообщение воздействует на своего адресата, в эстетическом сообщении понимаются как система коннотаций, управляемая и контролируемая собственно структурой сообщения, поскольку архетипы, мифологемы, символы, составляющие код культуры, постоянно открыты для новых осмыслений. То есть речь идет о своеобразных отсылках к исторической памяти культуры. Суть символа состоит в неоднозначности вероятных трактовок, он открыт семиотическим перемещениям от интерпретатора к интерпретатору.

Присущее испанской культуре обращение к символике и мифам Средиземноморья является доминантой творчества многих крупных поэтов, писателей, философов, художников конца XIX – начала XX в., в частности, Сальвадора Руэды, предвестника модернистской поэзии, и Франсиско Вильяэспесы, литературного кумира эпохи модернизма. Характерной чертой поэтических произведений этих авторов является четко прослеживающаяся связь с мифотворчеством, глубокий философский смысл, отражение противоречивого духа переходной эпохи.

Отсылка к мифопоэтическим моделям Средиземноморья для испанской культуры, в частности поэзии, обусловлена историческими факторами. Колонизация Иберийского полуострова в VII–IV вв. до н.э. греческой цивилизацией во многом определила путь развития Испании. Являясь древнейшей формой освоения мира, греческая мифология несла в себе колоссальный самостоятельный эстетический посыл.

Мифологизацию героев поэтических произведений и воссоздание мифологических сюжетов испанскими поэтами конца XIX – начала XX в. можно объяснить стремлением к античной гармонии в тяжелое для Испании время, ведь смена веков ознаменовалась для Иберийского полуострова экономической и политической нестабильностью, чередой конфликтов и войн. Примечательно, что и в период смены ренессанса эпохой барокко, который для Испании также охарактеризовался кризисной ситуацией, наблюдается возрождение мифологических образов и сюжетов в творчестве испанской культурной элиты.

При анализе слова в поэтическом тексте становится очевидной необходимость использования культурологического подхода при изучении лексического пласта языка. Процесс восприятия любого текста культуры, например, поэтического текста, предполагает реконструкцию семиотического языка культуры, что требует использования, наряду с собственно лингвистическим анализом, культурологического анализа.

Испанская поэзия рубежа XIX–XX вв. характеризуется активным символом творчества. Новая система символов, основанная на базе традиционной символики и мифологии, диалогична, она формирует мировоззрение читателя и способствует диалогу автора и читателя. С другой стороны, эта система удерживает читателя в рамках контекста, отсылая его к памяти культуры.

В. В. Евдокимова

НАЦИОНАЛЬНО-СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЯЗЫКОВЫХ СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ АВТОРСКОГО КОММЕНТАРИЯ В ИНФОРМАЦИОННОЙ СТАТЬЕ
(на материале испанского и русского языков)

В качестве объекта изучения настоящей работы выступают тексты испаноязычных и русскоязычных информационных статей публицисти-

ческого дискурса общей тематической направленности (международные события). В ходе исследования с использованием методов логического обобщения и количественного анализа были выделены 8 семантических категорий (компонентов), отражающих смысловую организацию текстов данного жанра: краткое содержание, главное событие, предшествующие события, последствия, вербальные реакции, фон, контекст, ожидания.

Все компоненты детальной схемы на поверхностном уровне имеют характерный способ языкового выражения. Результаты исследования позволяют говорить как о схожих, так и об отличительных способах дискурсивного маркирования семантических категорий. В данной работе мы остановимся на категории вербальных реакции, поскольку именно она предполагает авторский комментарий.

На поверхностном уровне данная категория выражается, в основном, глаголами речи, которые вводят прямое или косвенное цитирование. Иногда используется квазицитирование. Автор статьи как бы монтирует цитату из фрагментов высказываний, взятых в кавычки. Данное наблюдение характерно для обоих языков, различия же касаются семантики глаголов, вводящих вербальную реакцию.

В испанском языке наиболее употребительными оказались глаголы: asegurar – 17 %; decir, afirmar – 6,2 %, añadir/agregar – 4,6 %, contestar/ responder – 4,6 %. В русском языке наиболее частотными оказались глаголы: заявить – 30,6 %, отметить – 12,6 %, заверить – 7,2 %, сообщить – 7,2 %, подчеркнуть – 4,5 %.

Как в русском, так и в испанском тексте доминируют глаголы речи. Условно их можно разделить на следующие группы: 1) собственно глаголы речи (или глаголы со значением говорения): *заявить*, *цитировать*, *отметить*, *сказать*, *добавить*, *прокомментировать*, *сообщить*, *рассказывать*, *подытожить*, *высказать*, *говорить*, *уточнить*, *подчеркнуть*, *утверждать*, *резюмировать*, *предупредить*, *считать*, *заметить*, *объявить*, *пояснить*, *destacar*, *reiterar*, *indicar*, *añadir*, *explicar*, *subrayar*, *anunciar*, *decir*, *mencionar*, *informar*, *escribir*, *agregar*, *proseguir*, *señalar*, *resumir*, *afirmar*, *declarar*, *recordar*, *expresar*, *apuntar*, *manifestar*; 2) глаголы волеизъявления (или глаголы со значением побуждения): *приказать*, *призвать*, *попросить*, *pedir trasladar*, *recomendar*; 3) глаголы со значением эмоционального отношения и оценки: *выразить сожаление*, *не скрывать своего возмущения*, *recalcar*, *lamentar*, *criticar*, *insistir*, *sentencionar*, *afear*, *defender*, *recreminar*, *reprochar*, *amenazar*, *ironizar*, *lanzarunapuya*; 4) глаголы, выражающие вопрос/ответ: *ответить*, *contestar*, *responder*.

Наибольший интерес в сопоставительном аспекте представляет группа глаголов, содержащая в своем значении сему эмоционального отношения и оценки. Отличительной особенностью испанского материала является очевидное семантическое разнообразие и численное превосходство глаголов данной группы в отличие от русского языка. В испаноязычной новостной статье прямая или косвенная речь вводится глаголами, в семантике которых

представлена эмоционально-оценочная сема, чаще всего имеющая отрицательную коннотацию: *lamentar*, *criticar*, *insistir*, *apuntar*, *sentenciar*, *afear*, *recreminar*, *reprochar*, *amenazar*, *ironizar*, *lanzarunapuya*.

Например, *Clinton también* ***afeó*** *a su rival que hubiese criticado la figura del presidente Barack Obama y que le llamase «débil» y una «decepción», al asegurar que se esperaba «esas palabras de un republicano pero no de una persona que se presenta por el Partido Demócrata». [Clinton se lanza al ataque contra Sanders] «Animamos a las partes al diálogo»,* ***sentenció*** *su canciller, María Fernanda Espinosa, que aprovechó la cumbre para golpear al anterior presidente, Rafael Correa: «Lamentablemente con él la corrupción campeaba en todos sus sectores. [La cumbre de las Américas sentencia el final de la era bolivariana en la región]*.

Употребление данных глаголов при вводе прямой/косвенной речи, с одной стороны, позволяет наращивать иллокутивную силу высказывания, а с другой – имплицитно выражать оценку. Также, исходя из данных примеров, можно сделать вывод, что напрямую автор не выражает свое мнение о реакции участников события-новости, однако авторский комментарий прослеживается через глаголы с эмоционально-оценочной семой. В русскоязычном материале был зафиксирован только один подобный пример: *«Однако в нарушение этой резолюции часть оппозиции выдвигает ультиматумы и предварительные условия (в общем, им есть у кого учиться), пытается внести раскол в МГПС», –* ***не скрывал своего возмущения*** *Сергей Лавров.*

Национально-специфической особенностью испаноязычной новостной статьи является то, что комментарий дается непосредственно участниками события-новости. В то время как в русскоязычной статье автор обязательно приводит мнение экспертов, чаще всего нескольких, имеющих различные точки зрения на событие-новость. Языковые средства, маркирующие данную категорию, являются во многом схожими: *según*, *deacuerdocon* и их русские эквиваленты: *по словам*, *по мнению*, *по данным*, *отмечается* в *ее заявлении*, *говорится в заявлении* и др.

Например, *«Россия созывает экстренное заседание Совета Безопасности ООН для обсуждения агрессивных действий США и их союзников», –* ***говорилось в тексте заявления президента*** *[«Международное хулиганство» осталось без ответа] «Асад стал безрассуден. Мы не можем допустить даже незначительное применение химоружия. Подобное легко может произойти и в Соединенных Штатах, если мы не будем поступать продуманно», –* ***приводит ТАСС слова Хейли****. [Хейли заявила, что США не допустят применения химоружия в Сирии]*.

В результате высказанного выше наблюдения можно констатировать, что информационные статьи в материале испанского и русского языков имеют национально-специфические особенности языкового выражения авторского комментария.

Отличительной особенностью испанского текста является употребление глаголов, вводящих прямую или косвенную речь, в семантике которых представлена эмоцинально-оценочная сема, чаще всего имеющая отрица-

тельную коннотацию. Употребление данных глаголов позволяет решать сразу несколько задач: наращивать иллокутивную силу высказывания и имплицитно выражать оценку.

В тексте как высшей коммуникативной единице гармоничным образом взаимодействуют языковые средства, реализующие те или иные речевые модусы в качестве стратегий производства текста, способствующие достижению коммуникативных целей адресанта. Такой подход позволяет изучать текст в единстве поверхностной и содержательно-коммуникативной сторон.

С. А. Колесник

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ЗООМОРФНЫМ КОМПОНЕНТОМ В ИСПАНСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Фразеология является неотъемлемой частью и своеобразной сокровищницей любого языка мира. Яркие и образные, одобряющие и осуждающие, шутливые и ироничные фразеологические обороты можно смело считать резервом любого литературного языка, источником его обогащения.

Фразеологизм – это устойчивое неделимое словосочетание, которое имеет переносное значение и не вытекает из смысла составляющих его слов. Фразеологизмы носят национальный характер, они заключают в себе опыт предыдущих поколений, культурное наследие народа. Поскольку в большинстве своем фразеологизмы создавались народом, то они и связаны с интересами и повседневными заботами простых людей. Животный мир, например, всегда играл важную роль в жизни как испанского народа, так и русского, поэтому фразеологические единицы с названиями животных являются одной из самых многочисленных и внутренне разнообразных групп фразеологического фонда русского и испанского языков. Несмотря на то, что они порой не переводимы, можно отметить их сходство. Причины этого сходства могут быть разными.

Во-первых, общий источник. К этой группе относятся библейские сюжеты. Напр.: *la burra de Balaam* ‘Валаамова ослица’, *oveja descarriada* ‘заблудшая овца’, *el lobo con piel de oveja* ‘волк в овечьей шкуре’. Надо отметить, что данных фразеологических единиц существует небольшое количество. Также сюда можно отнести устойчивые выражения, пришедшие из латинских и древнегреческих текстов, которые прижились в русском и испанском языках благодаря доступу этих народов к культурному наследию древности. Напр.: *perro de hortelano* ‘собака на сене’, *caballo de Troya* ‘Троянский конь’ и др.

Во-вторых, это фразеологические единицы, представляющие сходные жизненные сюжеты и смыслы при помощи одинаковых зооморфических образов. Среди них выделяются такие смысловые пласты, как отношение друг к другу, к проблеме жизненных ценностей и т.п. Напр.: *a caballo*

regalado no le mires el diente ‘дареному коню в зубы не смотрят’, *cría cuervos y te sacarán los ojos* ‘вскорми ворона, а он тебе глаза выклюет’, *coger al toro por los cuernos* ‘взять быка за рога’, *animales ingratos: las mujeres y los gatos* ‘неблагодарные животные – женщины и кошки’, *quien tema a los lobos, no vaya al monte* ‘волков бояться – в лес не ходить’, *perro que ladra no muerde* ‘собака, которая лает, не кусает’, *volvamos a nuestros carneros* ‘вернемся к нашим баранам’. Все данные фразеологические единицы являются полными эквивалентами. Однако очень часто встречаются фразеологизмы, которые также представляют сходные жизненные сюжеты и смыслы, но уже при помощи неодинаковых зооморфических образов. В этом случае речь идет об этноспецифичности. Например, *cada mochuelo a su olivo* ‘знай сверчок свой шесток’, *pedir leche de gallina* ‘захотеть молочка от бычка’, *el gato escaldado del agua fría huye* ‘пуганая ворона куста боится’.

Источниками различий могут служить особенности жизни каждого народа, свойства характера, приоритеты человеческой деятельности, географическое положение, а также и то, что одному и тому же животному могут приписываться неодинаковые человеческие качества, или же различные животные могут быть «носителями» одного и того же качества. Например, *hacer de una pulga un camello* ‘делать из мухи слона’, *bien sabe el asno en que cara rebuzna* ‘знает кошка, чье мясо съела’, *toro corrido* ‘стреляный воробей’, *más vale pájaro en mano que buitre volando* ‘лучше синица в руках, чем журавль в небе’, *matar dos pájaros de un tiro* ‘убить двух зайцев’, *cuando haya pájaros nuevos* ‘когда рак на горе свистнет’.

Фразеологизмы с названиями животных окружают нас повсюду: в художественной литературе, публицистике, устной и письменной речи. Образные представления, лежащие в их основе, отражают одновременно общее и сугубо национальное, сохраняя в себе весь колорит и особенности развития языка и истории народа.

П. С. Кушнер

ТЕХНОЛОГИЯ РАБОТЫ С ПОДКАСТАМИ В ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ

В современном мире приоритет в обучении иностранным языкам отдается коммуникативной модели, в которой большое внимание уделяется изучению языка в культурном контексте, а также использованию аутентичных материалов. Целью и результатом такой модели становятся развитие и совершенствование навыков аудитивных, произносительных, навыков устной и письменной речи на иностранном языке, а также формирование у учащегося осознания языкового обучения и способности к саморефлексии.

Для успешного овладения навыками восприятия и понимания иноязычной речи на слух на занятиях по иностранном языку традиционно используются различные аудиоматериалы. Однако с развитием информационных

компьютерных технологий использование аудиоматериалов перешло в разряд средств обучения, обеспечивающих развитие не только рецептивных навыков, но и творческих способностей учащегося.

Одним из способов разнообразить классическое практическое занятие по иностранному языку является использование подкастов. Подкасты (от *iPod* – популярный аудиоплеер и англ. *broadcasting* – широкое распространение) – аудио-, видеоматериалы, распространяемые бесплатно в Интернете в виде коротких выпусков, как правило, посвященные одной теме, которые можно скачать и слушать в любое удобное для пользователя время. Первые подкасты появились в 2004 году. Технология подкастинга (распространения подкастов) очень быстро стала популярной и широко используемой не только отдельными пользователями, но теле- и радиостанциями, а также университетами.

Так появился новый вид подкастов – образовательные, которые в настоящее время составляют значительную долю от общего числа подкастов. Также немаловажную роль в настоящее время играют подкасты, направленные на изучение иностранного языка. Можно выделить их основные отличия: наличие целевой аудитории и постановка коммуникативной задачи.

В целом технология работы с подкастами на занятии не отличается от работы с другими аудиоматериалами, включающей три этапа: предварительное задание, процесс восприятия и осмысления, контроль понимания. Но, поскольку подкасты представляют собой аутентичный материал, при отборе и разработке заданий необходимо быть особенно внимательным: подкаст должен соответствовать уровню языковой подготовки учащихся; у спикера должен быть приятный голос, естественный темп речи, четкая дикция и выразительная интонация; материал подкаста должен быть актуальным и соответствовать изучаемой теме. Для обеспечения наибольшей эффективности работы с подкастом необходимо учесть, что запись не должна быть длительной (не более 5 мин.), а приступать к работе лучше через 15–20 мин. после начала занятий.

Подкастинг дает возможность подойти к организации работы с аудированием по-новому, в частности, при организации самостоятельной работы учащихся. Ученикам может быть предложено самостоятельно выбрать необходимые материалы на заданную тему: найти, прослышать, осмыслить, подготовить сообщение и даже упражнения для других учеников. Также, ученикам с соответствующим уровнем языковой подготовки можно предложить подготовить собственные подкасты по заданной теме. Однако не стоит использовать подкастинг в качестве главного способа развития самостоятельной познавательной деятельности студентов.

Работа с подкастами в аудиторной и внеаудиторной деятельности имеет множество преимуществ. Подкасты представляют собой аутентичный материал и, несмотря на то, что большинство из них не предназначены для изучения иностранного языка, они несут в себе большое количество культурологической информации. Прослушивание аутентичных подкастов разви-

вает не только навыки аудирования, но и фонетический слух, языковую догадку и расширяет словарный запас. Технические условия использования подкастов просты и доступны каждому: необходимый материал нужно прослушать онлайн или скачать, чтобы работать с ним в удобное время. Однако подкастинг как средство обучения имеет и ряд недостатков: несоответствие материала уровню учащихся, зачастую отсутствие упражнений или даже печатного текста, а также непрофессионально записанные подкасты.

Г. Ф. Лепесская, М. Зубович

СУБСТАНТИВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ МЕТАФОРЫ В ИТАЛЬЯНСКОМ, ИСПАНСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Количественные отношения объективного мира в языке могут отображаться в виде определенного и неопределенного множества. Объектом изучения в настоящей работе послужили метафоры неопределенного множества, представленные именной конструкцией генитивного значения. В итальянском и испанском языках данная конструкция строится по модели *существительное-квантификатор + предлог di / de + существительное*, а в русском – *существительное-квантификатор + существительное в родительном падеже*, например: *un mare di guai, un océano de dificultades, море огней*. Опорным компонентом конструкции являются квантификаторы с метафорическим значением, выражающие не только количественную, но и качественную множественность.

В лингвистической литературе приводятся различные классификации субстантивных количественных метафор.

С. Деннингхауз, исходя из когнитивного подхода, систематизировал способы метафорической номинации в русских выражениях данной модели, подразделив их на три блока: 1) динамические и статические топографические метафоры количества; 2) социально-мотивированные метафоры количества; 3) метафоры-контейнеры.

Согласно данной классификации динамические природные метафоры количества соотносятся с подвижными формами существования материи, с их помощью осуществляется вербализация движения горизонтального *(ручьи слез, поток машин)* либо вертикального (*дождь пуль, град упреков)*. Статические метафоры связаны с именами, обозначающими возвышенности *(гора подушек, стена людей, куча денег)*. Социально-мотивированные метафоры количества представлены подтипами, обозначающими упорядоченное количество *(армия скворцов, полчище комаров)* и неупорядоченные объединения животного мира *(табун машин, рой звездочек)*. Метафоры-контейнеры объединяет общее значение «вместилища» *(сундуки сюжетов, целый мешок лжи, вагон и тележка дел)*.

Иная классификация, основанная на критерии количественной градации, предложена А. И. Лашкевичем, вычленяющим три разновидности конструкций со значением метафорического количества: 1) словосочетания со значе-

нием неисчислимого множества *(вселенная замыслов)*; 2) словосочетания со значением неопределенно большого количества *(рой журналистов)*; 3) словосочетания со значением неопределенно малого количества *(горстка бойцов)*. Данная классификация использовалась нами на первоначальном этапе анализа итальянского и испанского языкового материала.

Разграничение метафорических сочетаний осуществлялось с опорой на словарные дефиниции. К группе словосочетаний со значением неисчислимого множества отнесены квантификаторы, переносное значение которых описывается с помощью дефиниций ‘quantità immensa, enorme, esagerata’, ‘gran cantidad o abundancia de algo’, ‘непомерно большое количество, неисчислимое множество’ *(un oceano di folla, la mar de ilusiones).* В группу словосочетаний со значением неопределенно большого множества включены существительные, образное значение которых описывается через дефиниции ‘grande quantità’ или ‘gruppo numeroso’, ‘cantidad considerable pero imprecisa de algo’, ‘совокупность большого количества, множество’ *(un sciame di bambini, un enjambre de jóvenes)*. К группе словосочетаний со значением неопределенно малого количества отнесены существительные, в дефинициях которых присутствуют идентификаторы ‘piccolissima, minima quantità’, ‘cantidad muy pequeña o muy poca cantidad’, ‘незначительное, ничтожное число’ *(un pugno di soldati, un puñado de valientes)*.

Вполне очевидно, что классификация количественной градации перекликается с систематизацией метафорической номинации, основанной на когнитивном подходе. Опорные существительные конструкций с семантикой неисчислимого множества в своем первоначальном значении называют природные объекты (*oceano, valanga, nube, montaña, море, гора*), и в переносном употреблении указывают на огромное количество объектов (*море цветов, обещаний, долгов*). В конструкциях со значением неопределенно большого количества выступают собирательные имена, обозначающие совокупности живых существ *(sciame, bandada, enjambre, стая, рой, табун)*, в семантике которых нередко заключена пренебрежительная либо негативная оценка (*табун девчат, свора полицейских*).

Образные квантификаторы обладают различной сочетаемостью с зависимыми существительными. Наиболее широкими сочетательными возможностями в конструкциях неопределенного множества наделены опорные существительные *mare, esercito, mar, enjambre, море, гора, рой.* Испанское существительное *mar* в роли квантификатора выступает как в форме мужского, так и женского рода, в последнем случае конструкция приобретает более выразительный характер и чаще используется в разговорном языке. Ср.: *un mar de ilusiones, de diferencias, de lágrimas, de dudas – la mar de cosas que hacer*, *hace la mar de tiempo que no la veo.*

Именной квантификатор *pioggia, lluvia, дождь* обычно сочетается с существительными отрицательно коннотированной семантики *(una pioggia di improperi, di minacce, una lluvia de misiles, de insultos, de infortunios, дождь слез, дождь камней, дождь выстрелов, дождь осколков*) и значительно реже со словами положительной или нейтральной коннотации *(una pioggia di fiori, di confetti, una lluvia de regalos, дождь подарков).*

Наиболее частотным квантификатором в итальянском языке является *un sacco,* в испанском *un montón*, а в русском *куча*, которые способны сочетаться с существительными самой разнообразной семантики, как конкретной, так и абстрактной, что свидетельствует о предельной грамматикализации данного количественного имени. Испанский квантификатор *montón* в отдельных употреблениях достигает более высокой степени десемантизации, чем *куча* в русском *(un montón de esperanzas, de besos, un montón de nada),* для последнего не характерны сочетания типа: *куча надежд, поцелуев, пустоты.*

В испанском языке не встречаются метафоры-контейнеры, достаточно узуальные в русском (*короб лжи, целый мешок лжи*), однако в итальянском такие эквиваленты имеются: *un sacco di bugie, di gente, di lavoro* (досл.: мешок лжи, людей, работы). Ср. также квантификатор *un sacco e una sporta* (букв. ‘мешок и сумка’), который соответствует русскому ‘вагон и тележка’.

Между языками отмечены и другие расхождения. Количественные метафоры с квантификатором *букет,* узуальные в русском языке (*букет неприятностей, проблем, болезней*), не используются в испанском, а в итальянском языке могут употребляться в сочетаниях типа *un mazzo di chiavi, di cravatte*. С другой стороны, в русском языке не используются метафорические сочетания со словом *веер,* в то время как в испанском они достаточно употребительны *(un amplio abanico de posibilidades, de opciones)* и также регистрируются в итальянском языке *(ventaglio di proposte, di posizioni politiche).*

Подытоживая все вышесказанное, следует отметить, что итальянский, испанский и русский языки обнаруживают большое сходство в использовании конструкций со значением метафорического количества, но вместе с тем обладают своей спецификой.

Н. В. Лещеко, А. Евлаш

ФОНАЦИОННЫЕ СРЕДСТВА ОПТИМИЗАЦИИ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ОБИХОДНО-РАЗГОВОРНОМ ДИСКУРСЕ
(на материале испанского языка)

Целью настоящей работы является исследование роли фонационных средств как способа повышения эффективности речевого воздействия коммуникантов в обиходном дискурсе. Эмпирическую базу исследования составили 37 фрагментов диалогов из современных испанских сериалов (Vis a vis, Gran hotel, Las chicas del cable, La casa de papel, Aquí no hay quien viva) длительностью до 1 минуты.

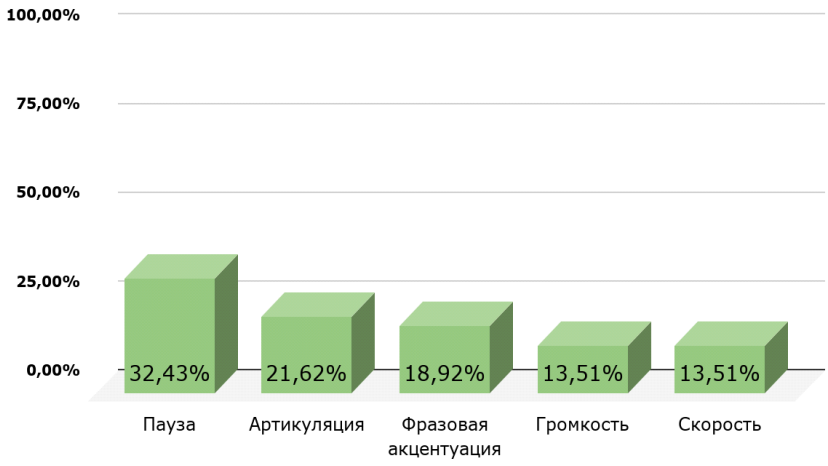
В качестве критерия отбора мы опирались на синтаксические и просодические характеристики. По первому критерию была выбрана немаркированная коммуникативная структура, т.е. не эмфатические конструкции, а предложения с прямым порядком слов. В подобных относительно

нейтральных контекстах возможно более точно установить эффективность различных фонационных средств для смыслового выделения отдельных фрагментов звучащей речи.

Как известно, просодические средства активно участвуют в выражении актуального членения речи и отражают коммуникативную структуру высказывания. Коммуникативная значимость того или иного элемента высказывания позволяет говорящему перенести фокус именно на этот сегмент, при этом слово приобретает характеристики акцентного выделения и маркируется в качестве тематического ядра.

В результате первичной обработки отобранных фрагментов диалогов было установлено, что в качестве эффективного средства речевого воздействия коммуниканты используют следующие фонационные средства: паузу, темп (или скорость речи), громкость, фразовую акцентуацию и артикуляцию.

Данные фонационные средства говорящий может использовать комплексно, реализуя свою коммуникативную интенцию. Однако для удобства анализа в качестве доминанты мы выделили рекурсивное употребление в речи каждого средства, с тем, чтобы попытаться установить удельный вес каждого компонента и на основе количественных данных сделать вывод об эффективности его употребления. Количественные данные отражены в диаграмме (рисунок).

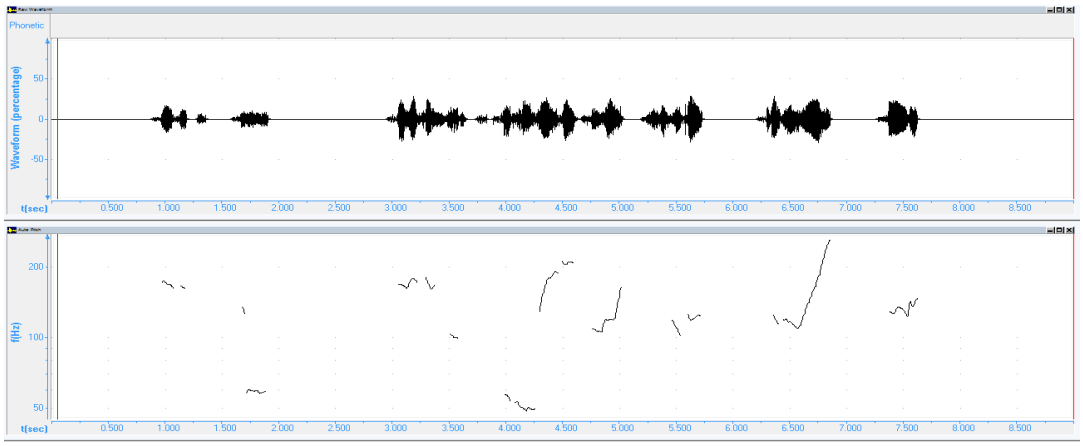


Процентное соотношение фонационных средств

Наиболее частотным фонационным средством в выборке примеров является **пауза** (32,4 %). Для анализа этого компонента использовались следующие характеристики пауз: длительность (короткие, длинные), заполненность (заполненные, незаполненные), темпоральность (темпоральные, при которых наблюдается снижение интенсивности голосового потока до абсолютного нуля), нетемпоральные (паузы, в которых не происходит снижение интенсивности голосового потока до нуля). В проанализированном материале доминируют незаполненные, короткие и темпоральные паузы.

Следующий фрагмент иллюстрирует паузы, которые говорящий использует для того, чтобы придать речи большую убедительность: продемонстри-

ровать твердость намерений говорящего. Как видно на интонограмме данная прагматическая нагрузка паузы в коммуникации сочетается с восходящим движением тона голоса:



– Le aconsejo que no me amenace. Dedíquese a sofocar la huelga que yo / ¦seguiré / ¦con mi / ¦ fundación.

В данной ситуации использование паузы в речи коммуниканта позволяет интерпретировать совет как скрытую форму приказа, подлежащего к обязательному исполнению.

Следующим по частотности фонационным компонентом, повышающим эффективность речевого воздействия, является **артикуляция** (21,6 %). В качестве артикуляторных особенностей были выделены следующие характеристики: напряженность (утрированное произношение), а также удлинение гласных и согласных звуков. Например: *– No creo... No puedo creer que eres t-t-tan cobarde y t-tan egoista de hacer todo esto para llamar la atención*. Доминантным средством, оптимизирующим речевое воздействие в данном фрагменте, является удлинение согласных звуков. Иногда может использоваться изменение способа артикуляции, при котором вместо щелевых позиционных вариантов появляются смычные.

Фразовая акцентуация как средство эффективного речевого воздействия в обиходном дискурсе используется в 18,9 % случаев. Данные наблюдения иллюстрирует следующий фрагмент: *– Creo que esto se va a aclarar, pero ahora mismo no puedo fiarme de tí, Ángel. – ¿No puedes confiar **tú** en mí? Porque resulta que lo de Toledo sabíamos **tú** y **yo**, Raquel, **tú** y **yo***.

Использование **громкости** и **скорости** для оптимизации речевого воздействия коммуникантов в ходе межличностного общения имеет одинаковое процентное выражение (13,5 %). Примечательно, что для придания большей убедительности своей речи коммуниканты используют как повышение, так и понижение громкости голоса до характерного шепота.

Таким образом, на основе проведенного исследования можно сделать вывод о том, что наиболее эффективным средством речевого воздействия в обиходно-разговорном дискурсе является пауза. Умение держать паузу оказывается прагматически более значимым, чем скорость или громкость

речи. Рассматривая процесс коммуникации комплексно, можно утверждать, что благодаря фонационным средствам исходное сообщение приобретает завершенность, а коммуникативная интенция адресата оказывается полностью реализованной.

А. Б. Лисова, Т. Ефимец

ИНТЕНСИФИКАЦИЯ В ТЕКСТЕ ИСПАНСКОЙ СКАЗКИ

Сказка представляет собой особый литературный жанр, вобравший в себя громадный опыт человечества. Сказкам свойственна многогранность, они создаются и передаются из поколения в поколение, претворяя все сложное в простое, обычное – во что-то особенное и завораживающее. Благодаря присущему сказке единству простого и волшебного, реального и выдуманного данный жанр становится одним из важных источников культурного и духовного наследия народа и приобретает то самое значение, которое делает из него нечто вечное.

Важнейшими композиционно-сюжетными составляющими сказочного дискурса являются установка на вымысел, оригинальный хронотоп, система образов персонажей, а также передача сюжета испытаний. Данные параметры изображаются в тексте сказки совокупностью различных языковых единиц и речевых конструкций, в том числе таких полифункциональных с прагматической точки зрения единиц, как интенсификаторы.

Проведенный анализ показал, что интенсифицирующие единицы активно используются в организации вышеупомянутых параметров сказочного произведения. Рассмотрим наиболее характерные примеры.

1. Использование интенсификаторов в организации пространственно-временной композиции сказки. Например:

Los preparativos se iniciaron enseguida, y ***muy*** *pronto el día del festejo llegó...* Интенсификация наречия с временным значением в данном случае позволяет автору ускорить действие и, не останавливаясь на описании незначительных моментов, перейти к ключевым событиям сказки.

Había una vez, en un reino ***muy*** *lejano y perdido, un rey al que le gustaba sentirse poderoso*. В приведенном высказывании интенсифицируется удаленность места действия, благодаря чему, в том числе, реализуется установка на вымысел повествования. Кроме того, данный пример иллюстрирует весьма характерное для сказки использование анализируемых единиц в составе ее традиционных речевых компонентов, так называемых инициальных формул, которые, наряду с медиальными и финальными формулами, создают рамку сказочного действия, а также сигнализируют о переключении в пространственной и/или временной структуре сказочного текста.

Ср. интенсификацию в медиальной и финальной формуле:

Para no hacer ***muy*** *largo el cuento, sucedió que <...>.* В данном случае интенсификация в медиальной формуле помогает автору избежать изложения необязательных деталей.

Lo cierto es que de allí en más, hubo quienes siguieron creyendo en el valor de las piedras y hubo también quienes cuestionaron esa ***tan*** *vieja tradición.* В этой финальной формуле, сообщающей о конце сказочного повествования, основной задачей интенсификации, на наш взгляд, является скрытое указание на вымысел.

2. Употребление анализируемых единиц для изображения «волшебного», например:

Esta es una piedra ***muy*** *especial. Mientras esa piedra esté en ese lugar, entre los tomates, tendremos suerte.* В приведенном высказывании усилению подвергаются чудесные свойства предмета, что способствует формированию волшебного характера сказочного сюжета.

3. Наиболее употребительными являются интенсификаторы, участвующие в создании образов сказочных персонажей. При этом интенсифицироваться могут как физические, так и психологические черты героев.

*Uno de los últimos que salieron fue Gaspar Santigós, alias, el Grande o Gaspar****ón****, porque era de* ***tremendas*** *fuerzas,* ***muy*** *alto y* ***muy*** *fornido.* В данном случае использование четырех маркеров интенсификации (увеличительного суффикса – *ón*, экспрессивно-окрашенного интенсификатора *tremendo*, а также маркеров *muy*) позволяет изобразить героя не только хорошо сложенным, но и невероятно сильным.

Eres ***muy*** *generoso, anciano.* В этом примере маркер интенсификации усиливает положительную черту характера персонажа.

4. Кроме того, интенсификация участвует в противопоставлении положительных и отрицательных героев. В подобных случаях усиливается положительная и отрицательная характеристика персонажей в рамках одного высказывания. Например:

El rey estaba ***muy*** *celoso del mago del reino pues aquel no sólo tenía fama de ser un hombre* ***muy*** *bueno y generoso, sino que además, el pueblo entero lo amaba, lo admiraba y festejaba que él existiera y viviera allí.* Интересно, что в подобных случаях зачастую в качестве усиливаемого положительного качества выступает постоянная черта характера героя (доброта, мудрость, щедрость и под.), тогда как интенсифицируемым отрицательным качеством является временное, как правило, эмоциональное состояние другого персонажа (грусть, зависть и др.). Такой прием позволяет автору не только противопоставить героев, но и сформировать у читателя ожидание «урока» или испытания с последующим «исправлением» этого персонажа. Ср. аналогичный пример:

Hasta que un día pasó un señor ***muy*** *sabio que había en el pueblo y el pobre hombre, que estaba* ***muy*** *angustiado, le dijo <....>.*

Таким образом, проведенный анализ позволяет заключить, что единицы интенсифицирующего содержания выполняют в сказочном дискурсе ряд важнейших функций и представляют собой эффективное средство в построении сюжетно-композиционной структуры произведений данного литературного жанра (хронотопа, системы образов героев, их испытаний и пр.).

Е. М. Нестюк, Е. Борисевич

РОЛЬ АНГЛИЙСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В РАЗВИТИИ ИСПАНСКОГО ЯЗЫКА

Мир не стоит на месте. Такие процессы, как глобализация, техническое развитие, рост международных отношений и межкультурной коммуникации, увеличение роли средств массовой информации и многие другие факторы оказывают непрерывное влияние на изменения в обществе. Все это, соответственно, сказывается и на языке. Обмен знаниями и достижениями приводит к появлению слов и словосочетаний, которые обозначают новые понятия. Страны с наибольшим влиянием на мировую политику, экономику, культуру, науку постоянно вносят свои слова в иностранные языки. Данный процесс происходит во многих языках мира, но объемы заимствований и необходимость их использования рознятся.

Бывает, что в языке просто нет валидного эквивалента. В таком случае заимствование неизбежно и даже необходимо. Но часто бывает и так, что под влиянием средств массовой информации (СМИ), моды и других обстоятельств исконные слова забываются, а вместо них используются заимствования. Так происходит проникновение в язык интернационализмов. Подобный процесс можно наблюдать и в испанском языке, на который в последнее время особенно влияет английский язык (как его британский, так и американский варианты).

Большее влияние оказывается на испанский язык в странах Латинской Америки по причине их нахождения в непосредственной близости к США. В современной испанистике даже появился термин, обозначающий результат данного влияния: Spanglish. В то же время данный процесс затронул и Испанию.

Основу лексики испанского языка составляют слова латинского происхождения (56 %), так как сам язык произошел от диалекта народной латыни. В то же время в испанском, как и в любом другом языке мира, происходили изменения в грамматике, фонетике, орфографии и так далее. Согласно истории испанцы контактировали с финикийцами, греками, римлянами, арабами, вестготами, итальянцами, немцами и многими другими, что не могло не сказаться на языке.

Что касается англицизмов, то их не было в языке до XV века. Одними из первых были наименования сторон света (*norte, este, sur, oeste* от *north, east, south, west* соответственно; до этого они звучали как *septentrión*, *oriente/levante, meridión* и *occidente/poniente*), касались морской тематики, поскольку англичане были ловкими моряками. С начала XVII в. эти слова проникли в социально-бытовую сферу. Сейчас английский язык является мировым лидером по использованию на международной арене. При этом испанский не уступает, его считают родным около 470 млн человек, он является официальным языком в 22 странах мира. Все же не стоит забывать о том, что английский язык признан интернациональным (так называемый *lingua franca*).

Считается, что слово проще заимствовать: так его поймут на любом языке без необходимости в переводе. Несмотря на удобство, данный способ не всегда возможен. Существуют разные виды англицизмов, мы использовали классификацию, которая предполагает 3 следующие группы:

• Англицизмы, которые вошли в употребление без каких-либо изменений (préstamos crudos o xenismos): *fan, software, film, link*.

• Англицизмы, которые с течением времени подстроились под испанскую морфологию, фонетику, орфографию (préstamos adaptados): *CD, DVD, Wi-Fi, stress, sandwich, fútbol*.

• Лексические кальки (calcos semánticos) – слова, которые испанец никогда не назовет заимствованием: *fin de semana*. Они появились в языке путем дословного перевода некоторых понятий, которые до этого либо не существовали в понятии испанцев, а следовательно, и в языке, либо имели слишком сложные наименования. Происхождение таких слов можно выяснить только путем этимологического анализа.

Для чего нужны интернационализмы и в частности англицизмы? Их употребляют для того, чтобы:

- упростить язык и общение с иностранцами;
- не создавать эквивалент в языке;
- звучать современно, модно и более привлекательно (СМИ, реклама);
- сэкономить время;
- удовлетворить потребность населения в некоторых слоях лексики;
- сохранить культурный колорит английского наименования;
- использовать в некоторых профессиональных сферах.

Проблема данного феномена состоит в том, что со временем англицизмы могут настолько заполнить речь испаноговорящего населения, что язык просто потеряет свою красоту и особенность.

Методом сплошной выборки единиц языка удалось выявить испанские интернациональные слова, пришедшие из английского языка. Например:

Реклама *(10): Brochure, Flyer, Slogan, Branding, Jingle, Community manager, Focus group, Merchandising, Overbooking, Banner;*

Экономика *(17): Trust, Cash, Dumping, Chance, Business, Staff, Marketing, Flash, Manager, Trading, Leader, Sponsor, Holding, Broker, Full time, Delivery (entrega), "Best seller" (éxito de venta);*

Технологии *(27): E-mail, Chequear, Smartphone, Click, Bluetooth, Chat, Clip, Chip, Mouse (Ratón), Walkman, Láser, Hardware, Software, Internet, Javascript, Lifting, Film, Online (en línea), Airbag, Plugin, Mailing, CD, DVD, Wi-Fi, Monitor, Dron, Copy;*

Спорт *(10): Fútbol, Gol, Golf, Camping, Start, Finish, Record, Béisbol, Corner kick (tiro de esquina), Vóleibol;*

Мода *(5): Fashion, Shorts, Look, Sweater, Casting;*

Музыка *(10): Backstage, Blues, Jazz, Hip-hop, Punk, Rock, Jeans, Playlist, Backstage, Fan;*

Медицина *(4): Analítica (análisis), Patología, Terápia, Stress;*

Образование *(4): Campus, Máster, Creditos, Test;*

Транспорт *(6): Autostop, Vagón, Túnel, Locomotora, Stop, Ticket;*

Еда *(10): Sándwich, Whisky, Pub, Light, Pack, Bar, Fast food, Marshmellous, Bacon, Barman;*

СМИ *(4): Spot, Show, Film, Cineclub.*

Другое *(12): Copyright, Garaje, Man, Hobby, OK, Bungalow, Canguro, Lobby, Hall, Bye, Punctuál, Weekend (fin de semana);*

Таким образом, можно сделать вывод о том, что заимствование англицизмов неизбежно для испанского языка, как и для многих других языков мира. Они помогают в общении между представителями таких профессиональных сфер, как экономика, медицина или психология. Затрачивается меньше усилий на придумывание названий для новых понятий, появившихся в ходе достижений в различных областях человеческой деятельности.

Вопрос заключается в том, насколько разумными и действительно необходимыми будут эти заимствования. В испанском языке есть много слов, которыми можно заменить англицизмы, но по разным причинам они не используются либо сосуществуют с английскими вариантами. При этом, как известно, развитие языка – процесс непредсказуемый. Основная задача лингвистов состоит в том, чтобы предложить населению варианты наименования одной и той же единицы, и те, которые наиболее приглянутся пользователям языка, войдут в словарь испаноговорящих людей. Главное – постараться помочь языку сохранить свою индивидуальность, а то, как изменят его события, покажет время.

Л. М. Николаева

МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ АУДИРОВАНИЮ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИКТ (испанский язык)

В настоящее время информационные технологии играют все большую роль в обучении иностранным языкам. Использование информационных технологий позволяет решить одну из самых сложных задач, стоящих перед преподавателем иностранного языка – развитие умения аудирования.

Аудирование – сложная рецептивная мыслительно-мнемическая деятельность, связанная с восприятием, пониманием и активной переработкой информации, содержащейся в устном речевом сообщении. Аудирование является лидером среди видов речевой деятельности. Тем не менее, это один из самых трудно развиваемых видов речевой деятельности.

При обучении иностранному языку с помощью аудирования идет усвоение лексического состава языка и его грамматической структуры. В то же время аудирование облегчает овладение говорением, чтением и письмом.

Основной целью дисциплины является обеспечение достаточно свободного, нормативно правильного и функционально адекватного владения

студентами восприятием и пониманием иноязычной речи на слух как одним из видов речевой деятельности на испанском языке в рамках основных сфер коммуникаций (социально-бытовой, социально-культурной, профессионально-трудовой, социально-познавательной, международных контактов).

Процесс обучения иностранному языку предполагает сочетание аудиторной и самостоятельной работы, поскольку именно дополнение аудиторной работы самостоятельной деятельностью студентов способствует развитию творческой активности как при овладении, так и при практическом использовании полученных знаний в процессе коммуникации.

Грамотный подбор материла для аудирования иноязычной речи (испанский язык) способствует развитию необходимых компетенций, повышению мотивации, стремлению к самостоятельному поиску дополнительной информации. Одним из методических требований, предъявляемых к учебным материалам для развития умения аудирования, является аутентичность. Уникальную возможность и для преподавателя, и для студента дает использование интернет-ресурсов или специально разработанных компьютерных программ, с помощью которых можно погрузиться в естественную языковую среду, работая с аутентичными аудио- и видеоматериалами.

Исходя из вышеназванной цели и требований, нами были подобраны материалы для аудирования. Все тексты аутентичные, доступные, понятные.

Дисциплина «Аудирование иноязычной речи (испанский язык)» в МГЛУ изучается на 2 курсе во II семестре. Принцип построения курса двоякий: аудио- и видеоматериалы, а также тестовые задания к ним, которые предназначены для работы в аудитории, тематически привязаны к программе ПУПР 2 курса факультета испанского языка, а именно: живопись (*Picasso, Velázquez*), туризм (*Fin de semana en los Pirineos, Fiesta mayor en Barcelona, Bilbao, El viaje de mis sueños, Herencia árabe en España, Puro sentimiento, El clásico*), путешествие на автомобиле, путешествие на самолете, открытие Америки (*Cristóbal Cólon, La hierba mate, Perú*).

Структура занятий в аудитории методически отработана и предполагает предварительное прослушивание, предтекстовые задания (снятие языковых трудностей, подбор синонимов, антонимов и т.д.), текстовые задания (верно/неверно, закончить предложение, вставить слова, перевести отдельные слова, соединить части предложений в соответствии с текстом, заполнить пропуски, найти соответствие между персонажами и их высказываниями и т.д.), послетекстовые задания (с выходом в речь) без опоры (пересказ, диалоги, работа в парах, выражение мнения, обсуждение просмотренного и т.д.).

Что касается самостоятельной работы – тематика не ограничена. Нами подобраны с использованием интернет-ресурсов *Video Ele, aula diez.com, yuotube* аутентичные видео- и аудиоматериалы и разработаны тестовые задания к ним в формате WORD для самостоятельной работы студентов.

Видеоматериалы и тесты к ним: *Catedrales, Ya es navidad, Cuando vayas a Madrid, El descubrimiento de América, Obligaciones y prohibiciones, Un viaje en avión, Ciudades, patrimonio de la humanidad, Asturias.*

Аудиоматериалы: *Gernica, Aprendiendo idiomas, El turismo rural, El vago, La navidad es para los niños, Peluquerías, El dentista, Tengo la gripe, Voy de boda.*Нам представляется важным и необходимым использование эталонной речи в качестве средства обучения аудированию. В связи с этим важно прослушивание аудиотекстов, записанных носителями языка. В то же время для развития умений аудирования необходимо предлагать студентам слушать людей с различными голосовыми параметрами для наблюдения за тем, как меняется голос, тембр, темп, интонация, мелодика, диалект.

Все вышеназванные тесты были переведены в оболочку *ISpring.* Подготовка тестов в данной оболочке и работа с ними очень удобны как для студента, так и для преподавателя. Структура тестов не совпадает со структурой тестов для работы в аудитории. Работа в *ISpring* не предполагает работу в парах, составление диалогов, высказывание мнения, выполнение упражнений на перевод, так как при составлении теста преподаватель закладывает правильные ответы. Тем не менее следующие упражнения: одиночный выбор, соответствие, порядок, пропуск, ввод строки, верно/неверно, множественный выбор, вложенные ответы и т.д. позволяют проверить уровень понимания студентом прослушанного материала и оценить его.

Таким образом, обучение иностранным языкам невозможно представить без использования мультимедийных средств обучения. Возможность иллюстрирования реального процесса общения на иностранном языке, необходимость приближения образовательной среды к реальным условиям функционирования изучаемого языка и культуры, безусловно, являются актуальными задачами методики обучения иностранным языкам.

D. Ocampo Estrella, V. Kivel

PARTICULARIDADES DE COMUNICACIÓN NO VERBAL EN EL ÁMBITO LINGUOCULTURAL DE ESPAÑA

El objetivo fundamental de esta presentación y de este artículo es mostrar las características principales de la comunicación no verbal, relacionada con casos y ejemplos específicos de España.

¿Por qué es importante la comunicación no verbal? La comunicación no verbal es una parte importante de la competencia comunicativa: “la capacidad de una persona para comportarse de manera eficaz y adecuada en una determinada comunidad de habla” (Instituto Cervantes). Así, dentro de la competencia comunicativa tendríamos varios aspectos, como el sistema lingüístico, la información pragmática y los sistemas de comunicación no verbal.

¿Qué es la comunicación no verbal? “La expresión comunicación no verbal alude a todos los signos y sistemas de signos no lingüísticos que comunican o se utilizan para comunicar (…) Incluye los hábitos y las costumbres culturales” (Instituto Cervantes). Hay que señalar que los signos no verbales pueden comunicar activa o pasivamente, la mayoría de los signos culturales comunican

pasivamente y la mayoría de los signos de sistemas lo verbales comunican activamente. Relacionado con ello está la utilización consciente e inconsciente de los signos no verbales.

La comunicación no verbal es una disciplina relativamente nueva, considerándose la primera obra *The Expression of the Emotions in Man and Animals* de Ch.Darwing, publicada en 1872, y en los años 50 del siglo XX los antropólogos R. Birdwhistell y E. T. Hall.

Si pasamos a los ejemplos, lo primero serían los culturemas, unidades lingüísticas, ideológicas o culturales, y el el caso que hemos expuesto es el de los bares en España, muchos y pequeños, frente a Belarús, pocos y grandes, además de otras cuestiones como el ruido, la suciedad, la ubicación, etc. Por tanto, todo esto sería un caso de información que afecta a la comunciación y que es no verbal. También referido al espacio, en este caso privado, tendríamos "Одна комната" en Belarús, que sería un estudio en España, y "две комнаты", que sería salón más una habitación". O sea, otra diferencia cultural que hay que conocer. Existen multitud de temas que se podrían tratar aquí, como que en Belarús sólo se regalan flores impares, porque las pares son para los muertos, o que en España, si te invitan a comer, hay que dejar un poco de comida en el plato para indicar que había suficiente cantidad, pero en Belarús eso mismo se consideraría de mala educación.

Relacionado con este punto tenemos los sistemas de comunicación no verbales culturales, que son la proxémica, concepción, estructuración y uso del espacio. Por ejemplo, en España, bares pequeños, como hemos señalado antes, y calles estrechas, además de hablar muy cerca una persona de otra. También la cronémica, que es la concepción, estructuración y uso del tiempo. Por ejemplo, en España, almuerzos largos y siesta en verano. Dentro de la comunicación no verbal más estricta, debemos diferenciar el sistema paralingüístico, compuesto por el tono y el timbre, elementos cuasi-léxicos *(¡Ah!,¡Ay!,¡Aja!,¡Uff!,¡Ps!*), pausas y silencios. Los silencios son poco frecuentes en español.

También tenemos el sistema quinésico, los movimientos y posturas corporales que comunican o matizan el sentido de los enunciados verbales, por ejemplo, gestos, maneras y posturas. Se considera que la cultura española es una "cultura de contacto". Así, lo normal en España cuando le presentan una chica a un chico es que se saluden con dos besos, siempre que sea un contexto informal, pero en Belarús, generalmente, en esa situación se darían la mano.

El tema fundamental dentro de esta categoría son los gestos, muy diferentes entre una cultura y otra. Vamos a intentar mostrar algunos de los más usuales:

- "Caradura": se realiza con la mano abierta golpeando suave y repetidamente la cara, usándose para expresar que una persona se aprovecha de los demás, en situaciones como llegar a una fiesta sin ser invitado, nunca devolver una invitación, colarse en el fila para comprar entradas, etc.
- "Dos dedos de frente": vamos a indicar que la persona no es muy inteligente, o que es un poco bruta, y se realiza pasando los dedos índice y anular por la frente.

- “Me parto de risa”: indica que algo es muy gracioso, aunque generalmente se usa con un valor irónico. Para indicarlo, se golpe el pecho un par de veces con el brazo y la mano extendidos.
- “¿Lo pillas?”: en el sentido de “¿lo entiendes?”, y se hace doblando los dedos índice y anular, moviéndolos en semicírculo.
- “¿Nos vamos?”: se indica con un gesto donde la mano derecha extendida y abierta en horizontal golpea la mano izquierda extendida y en vertical.
- “¡Lo he hecho fenomenal!”: se muestra soplando ligeramente a las unas, con los dedos doblados, y luego realizando el gesto de limpiarse esto sobre el hombro derecho.

Como conclusión, ya hemos mencionado que es un tema muy complejo, con mucha información y que sólo pretendemos hacer una pequeña presentación. Hay que destacar las grandes diferencias entre unas culturas y otras respecto a los gestos o las cuestiones culturales, como hemos visto en los ejemplos, pero es algo que debe enseñarse y estudiarse también para poder tener una comunicación completa, sin errores ni confusiones.

Е. В. Пасюкевич, И. В. Трибуль

ФОРМИРОВАНИЕ ПРОИЗНОСИТЕЛЬНЫХ НАВЫКОВ У СТУДЕНТОВ, НАЧИНАЮЩИХ ИЗУЧАТЬ ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК

Слухопроизносительные навыки лежат в основе всех видов речевой деятельности, именно поэтому основной задачей вводно-фонетического курса, длящегося 2 месяца, является их формирование и интенсивная отработка.

В методике известны три основных подхода к обучению данному аспекту языка: артикуляторный, акустический и дифференцированный.

Сторонники артикуляторного подхода опираются на следующие положения:

- обучение иностранному языку начинается с постановки звуков;
- каждый звук должен отрабатываться в отдельности;
- необходимо обязательное изучение работы органов артикуляции при произнесении каждого звука;
- формирование произносительных и слуховых навыков происходит раздельно.

Другими словами, формирование произносительных навыков начинается с изучения артикуляционных позиций иноязычных фонем и овладения этими позициями.

При акустическом подходе основной упор делается не на осознанное усвоение особенностей артикуляции, а на слуховое восприятие речи и ее имитацию. При этом звуки усваиваются не изолированно, а в потоке речи (структурах и моделях), и чистоте фонетического навыка не придается особого значения. Данный подход оправдывает себя в условиях краткосрочных курсов обучения иностранному языку.

Мы придерживаемся дифференцированного подхода, предполагающего использование различных методов и приемов обучения и исходящего из следующих положений:

- для эффективного формирования навыков необходимо комплексное включение в учебный процесс различных анализаторов;
- наиболее сложные для усвоения звуки отрабатываются отдельно;
- одновременное становление произносительных и интонационных навыков;
- становление произносительных и интонационных навыков невозможно без их включения в речь;
- эффективность формирования произносительных навыков определяет индивидуальный подход.

Обучение испанскому языку в условиях лингвистического университета начинается с вводно-фонетического курса. Поскольку на этот курс отводится не так много времени, то мы работаем с различными фонетическими явлениями в комплексе, уделяя особое внимание:

- испанским гласным звукам, которые, в отличие от русских, не редуцируются и, в отличие от английских гласных, не дифтонгизируются;
- таким фонетическим явлениям на стыке слов, как гласное и согласное слияние (sinalefa), зияние (hiato) и сцепление (encadenamiento), поскольку в испанском языке, в отличие от русского, граница слова не всегда является границей слога;
- ударности слов в потоке речи;
- интонации повествовательных и вопросительных предложений.

В своей работе мы выбираем вариант формирования необходимых автоматизированных ритмико-интонационных навыков одновременно со становлением фонетической базы на испанском языке.

В качестве примера использованных приемов можем предложить задание для отработки чтения стихотворений. На первом этапе студенты выбирают и произносят только гласные, следя за правильной, четкой артикуляцией, но произносят они гласные уже с заданной правильной интонацией.

S**o**l↑, s**o**l**e**c**i**t**o**,↓	L**u**n**a**,↑ l**u**n**i**t**a**,↓
c**a**l**ie**nt**a** **u**n p**o**q**u**i**t**o↓	t**a**n bl**a**nc**a**,↑ bl**a**nq**u**i**t**a.↓
h**oy**,↓ m**a**ñ**a**n**a**↑	D**i**m**e**, | l**u**n**i**t**a**,↓
y t**o**d**a** l**a** s**e**m**a**n**a.**↓	¿Q**u**i**é**n t**e** l**a**v**a** l**a** c**a**r**i**t**a**?↓

Затем добавляют согласные звуки, формируют слоги, которые тоже произносят с заданной интонацией. И только потом читают все стихотворение.

Sol↑, s**o**l**e**c**i**t**o**,↓	L**u**n**a**,↑ l**u**n**i**t**a**,↓
c**a**l**ie**nt**a** **u**n p**o**q**u**i**t**o↓	t**a**n bl**a**nc**a**,↑ bl**a**nq**u**i**t**a.↓
h**oy**,↓ m**a**ñ**a**n**a**↑	D**i**m**e**, | l**u**n**i**t**a**,↓
y t**o**d**a** l**a** s**e**m**a**n**a.**↓	¿Q**u**i**é**n t**e** l**a**v**a** l**a** c**a**r**i**t**a**?↓

Другой прием может быть использован при обучении чтению предложений, текстов, в том случае, когда нужно избежать большого количества

ошибок произношения и интонирования. Студентам предлагается читать предложение (текст), начиная с конца, правильно интонируя и добавляя каждый раз одну ритмическую группу. Таким образом, если надо подготовить чтение сложного предложения, то ниже предлагается пример того, как можно это сделать, обращая внимание на ударные слова (подчеркнуты), неударные слова (не подчеркнуты), слова, которые произносятся с дополнительным ударением (выделены курсивом), а также интонацию (↑↓), фонетические явления (–) на стыке слов. Например:

Yo voy a incorporarme en la cama para hacer uso de todas las cosas enumeradas por Carmiña, pero de improviso esta encantadora muchacha da un salto que me llena de asombro.

de–asombro.↓
llena de–asombro.↓
me llena de–asombro.↓
que me llena de–asombro.↓
un salto↑ que me llena de–asombro.↓
da–*un* salto↑ que me llena de–asombro.↓
muchacha↑ da–*un* salto↑ que me llena de–asombro.↓
encantadora muchacha↑ da–*un* salto↑ que me llena de–asombro.↓
esta–encantadora muchacha↑ da–*un* salto↑ que me llena de–asombro.↓
pero de–improviso↑ esta–encantadora muchacha↑ da–*un* salto↑ que me llena de–asombro.↓
por Carmiña,↓ pero de–improviso ↑esta–encantadora muchacha ↑ da–*un* salto↑ que me llena de–asombro.↓
enumeradas por Carmiña,↓ pero de–improviso↑ esta–encantadora muchacha↑ da–*un* salto↑ que me llena de–asombro.↓
de todas las cosas–enumeradas por Carmiña,↓ pero de–improviso↑ esta–encantadora muchacha↑ da–*un* salto↑ que me llena de–asombro.↓
uso de todas las cosas–enumeradas por Carmiña,↓ pero de–improviso↑ esta–encantadora muchacha↑ da–*un* salto↑ que me llena de–asombro.↓
para–hacer–uso de todas las cosas–enumeradas por Carmiña,↓ pero de–improviso↑ esta–encantadora muchacha↑ da–*un* salto↑ que me llena de–asombro.↓
en la cama↑ para–hacer–uso de todas las cosas–enumeradas por Carmiña,↓ pero de–improviso↑ esta–encantadora muchacha↑ da–*un* salto↑ que me llena de–asombro.↓
voy–a–incorporarme–en la cama↑ para–hacer–uso de todas las cosas–enumeradas por Carmiña,↓ pero de–improviso↑ esta–encantadora muchacha↑ da–un salto↑ que me llena de–asombro.↓
Yo voy–a–incorporarme–en la cama↑ para–hacer–uso de todas las cosas–enumeradas por Carmiña,↓ pero de–improviso↑ esta–encantadora muchacha↑ da–*un* salto↑ que me llena de–asombro.↓

Упражнения такого рода позволяют реализовать принцип поэтапного формирования одновременно произносительных и интонационных навыков у студентов.

А. Ю. Петух

КОНЦЕПТ «ДОРОГА» В ИСПАНСКОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Концепт, как основная единица когнитивной деятельности с конца XX в. стал объектом пристального внимания разных научных дисциплин: когнитивной лингвистики, психолингвистики и др. В современном литературоведении актуальна проблема разработки понятия *художественный концепт* и методов его анализа. Решение данной проблемы позволило бы более досконально изучить ключевые концепты литературных произведений, понять особенности мировоззрения писателей, а также оценить их роль в развитии национальной концептосферы. Однако уже сегодня можно однозначно сказать, что особое значение в создании концептосферы принадлежит писателям. В национальную концептосферу часто входят крылатые выражения из произведений классиков, а иногда даже сами названия произведений. Задачей художественного концепта является не только раскрытие образов, но и передача разнообразных эмоциональных смыслов. Это целый комплекс чувств, эмоций, понятий и представлений, поэтому для того, чтобы иметь полную картину о том или ином концепте, необходимо изучить его репрезентацию в литературе.

Мотив дороги часто встречается в произведениях испанских авторов. В поэзии Мачадо необычное сочетание степной полыни и сладости лета, мудрости и простоты, человеческой беды, мужества, надежды всегда переплетается с дорогой: *дорога в гору или под гору, трудная дорога Испании, человека*.

В прозаических сатирах и в бурлескных стихотворениях Кеведо, пронизанных болью за Испанию и отражающих гротескную картину современного мира, также широко используется концепт «дорога». В романе «Бускон, или История жизни пройдохи по имени дон Паблос» сюжет играет лишь подсобную роль. Главное – не в том, что происходит с Паблосом, а то, с кем он встречается. Именно поэтому огромное значение приобретает и в романе, и в других сочинениях Кеведо мотив дороги; почти все приключения случаются с Паблосом во время его странствий по дорогам Испании. Здесь, на дороге, он сталкивается с людьми из разных слоев общества: от бродяг и нищих до священнослужителей. В этом мотиве дороги отражаются реальные изменения в социальной жизни Испании – патриархальная замкнутость натурального хозяйства уходит, страна будто покидает насиженные места и пускается в странствие по белу свету в поисках удачи.

Мотив дороги в «Сновидениях» играет самую существенную роль. Ад, предстающий перед читателями во «Сне о преисподней», «Сне о смерти», «Мир изнутри» – это тоже образ дороги, хотя и измененной. Это дорога, по которой снуют толпы теней, напоминающие тех, с кем встречался в своих странствиях Паблос из Сеговии.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что дорога, появляясь в произведениях испанских авторов, является фоном для тех или иных

событий, а иногда даже незримым протагонистом, сопровождающим главных героев. Она помогает автору раскрывать образы, подчеркивать проблемы, передавать эмоции, обогащая их творения. Умелое использование дороги в произведениях, также характеризует писателя и доказывает, что чем богаче культурный и эмоциональный опыт поэта, тем глубже и обширнее его концепты.

Т. В. Попова, Д. А. Толкачёва

МЕТОДИКА ОБУЧЕНИЯ ВОСПРИЯТИЮ И ПОНИМАНИЮ РЕЧИ НА СЛУХ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ (ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК)

Современная система образования требует использования различных новых методов и способов при обучении восприятию и пониманию речи на слух. Такой вид речевой деятельности, как аудирование является одним из наиболее трудных для овладения, так как является активным процессом, во время которого происходит напряженная работа всех психолингвистических механизмов, освершается восприятие получаемой информации в виде звуковой формы, ее переработка, идентификация и понимание смысла. Поэтому формирование навыков аудирования представляет большую сложность для преподавателя иностранного языка. Об этом свидетельствует уровень подготовки учащихся средней школы, которые с трудом понимают неадаптированную речь на изучаемом языке. Это затрудняет овладение учащимися другими видами иноязычной речевой деятельности и иностранным языком в целом.

В XXI в. почти каждая сфера жизни человека зависит от современных технологий. Система образования не стала исключением. Внедрение информационных технологий в процесс обучения является одной из главных реформ системы образования. Основная цель использования цифровых технологий в школах на сегодняшний день – это подготовка нового поколения к полноценной жизни в информационном обществе, повышение качества доступности и эффективности образования.

В результате обобщения опыта и результатов проведенных исследований методистами из различных стран, можно сделать вывод, что применение технических средств позволяет:

- восполнять отсутствие естественной иноязычной среды на всех этапах обучения;
- полнее реализовывать важный дидактический принцип наглядности;
- обеспечивать ускоренное формирование и развитие навыков слухового самоконтроля;
- выполнять многие активные виды упражнений со всеми учащимися одновременно, включая говорение.

Наряду с целями, содержанием, формами и методами обучения средства обучения являются одним из главных компонентов дидактической системы.

Отсюда и вытекает основная цель нашего исследования, которая состоит в изучении теоретических материалов и практической разработке методики эффективного использования аудио- и видеотехнологий в учебно-образовательном процессе.

Основным источником ознакомления с культурой, языком и традициями Испании являются видеофильмы. Их использование способствует развитию мотивированности речевой деятельности обучаемых, а также определенной степени индивидуализации процесса обучения. Еще одним преимуществом использования видеофильмов является эмоциональное воздействие на учащегося, поскольку они способствуют развитию внимания и памяти.

При проведении видеоуроков необходимо соблюдать основные подходы и правила использования видеофильмов. Существует ряд требований, которые необходимо выполнять, и тогда они станут залогом успешного восприятия и понимания текста, а именно:

• изображение и звук должны быть четкими и качественными;

• используемый видеоматериал должен соответствовать уровню знаний учащегося;

• фильм необходимо показывать поэтапно;

• видеофильм должен быть разделен на смысловые отрезки, имеющие законченный сюжет, длительностью не более 10–15 минут.

• язык, употребляемый в видеофильме, должен соответствовать требованиям и нормам литературного языка;

• новые слова, фразы, идиомы и фразеологизмы должны употребляться в умеренном количестве.

В качестве примера мы решили использовать художественный короткометражный фильм «10 minutos». Этот фильм является аутентичным испанским образцом без русских субтитров. Он интересен с языковой точки зрения, так как в нем отображаются два лингвистических кода: речь девушки-оператора звучит механически, сухо и неэмоционально, в то время как молодой человек – ее абонент – использует разговорный язык и более внимательно относится к собеседнику. На основе данного фильма был составлен комплекс упражнений, который выполнялся после просмотра видеоматериала.

При работе с аутентичными видеоматериалами методисты традиционно выделяют три этапа работы: *преддемонстрационный*, *демонстрационный*, *постдемонстрационный*.

Целями п р е д д е м о н с т р а ц и о н н о г о этапа являются:

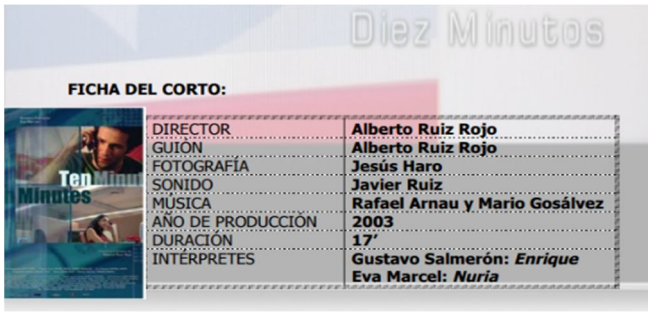
• снятие различного рода трудностей (языковых, страноведческих, сюжетных);

• создание установки на просмотр видеофильма, формирование активности учащихся для восприятия информации фильма.

На данном этапе могут быть использованы следующие типы заданий:

1. ¿Qué sabes de los números 902 o 900 (número por el que empiezan las líneas de los servicios telefónicos de atención al cliente en España)?

2. ¿Quién trabaja allí ?¿Qué tipo de trabajo hacen?



3. Mostrar esta tabla y preguntar si saben algo sobre los directores y guionistas españoles.

4. ¿De qué se trata en este fragmento?

5. ¿Dónde pueden trabajar los protagonistas?

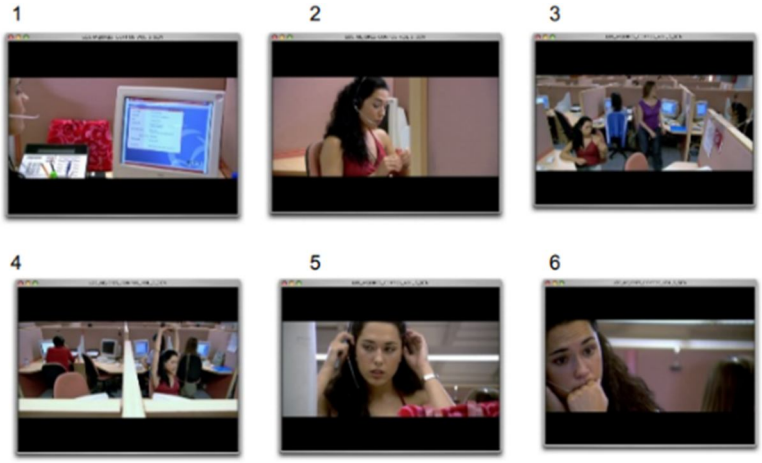
Целью демонстрационного этапа является дальнейшее развитие коммуникативной компетенции обучаемых с опорой на слуховую и визуальную наглядность. Актуальными являются такие упражнения, как:

- ✓ список вопросов, на которые впоследствии будут искать ответы;
- ✓ заполнение таблицы;
- ✓ обращение внимания на какие-либо лингвистические особенности в диалоге между двумя главными героями.

Целью последемонстрационного этапа является развитие продуктивных умений в устной и письменной речи на основе материала фильма.

В качестве упражнений могут быть предложены:

1. Pasando la "política de seguridad" en el servicio de Atención al Cliente ¿por qué pide Nuria todos los datos si los tiene en la pantalla del ordenador?
2. Resume brevemente el problema de Enrique.
3. Coloca las palabras de la tabla en el sitio correspondiente
4. Con ayuda de los fotogramas, comenta la actitud y la evolución de Nuria



Таким образом, можно констатировать, что использование технических средств обучения является одним из наиболее оптимальных средств при обучении восприятию и пониманию иноязычной речи на слух, т.к. повышает общий уровень учебного процесса, усиливает мотивацию обучения и познавательную активность учащихся и позволяет увеличить эффективность проведения урока.

Т. Н. Сальджуки

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИГРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИСПАНСКОМУ ЯЗЫКУ

Игровое обучение, наряду с проектной технологией, обучением в сотрудничестве, кейс-технологиями и др., относится к личностно-ориентированным технологиям. Успех игры во многом обусловлен наличием адекватных ролевых предписаний, реквизита и размещения участников игры.

Целесообразность использования всевозможных игр в обучении иностранному языку детей младшего школьного возраста не оспорима, так как именно игра является ведущим видом деятельности для данного возраста. Как показывает практика, использование игр и при обучении детей более старшего возраста, и даже взрослых, тоже дает положительный эффект. Игра, а именно настольная игра, как никакой другой ресурс, позволяет реализовать принцип коммуникативности в обучении, т.е. создания реального общения между людьми на иностранном языке.

Одной из популярных настольных игр в современной Испании является "*Juego de la oca*" («Гусыня»): это игра с игровой доской (*tablero*) и ячейками (*casillas*) с заданиями, с фишками (*fichas*) и игральной костью (*dado*). Игра существует в разных вариантах: как для детей, так и для взрослых.

Традиционный вариант игры – 63 ячейки с рисунками. При попадании на ячейку с нарисованной гусыней (*la oca*) дается еще один ход вперед до следующей ячейки с гусыней (*avanzar hasta la siguiente oca*), либо возможность еще раз бросить кость (*volver a tirar*). В таком случае игроком повторяются слова "*de oca a/en oca y tiro porque me toca*". Ячейки с рисунками мостов (*puentes*) предполагают либо ход вперед, либо назад до следующего моста (*avanzar o retroceder hasta el otro puente*). В этом случае произносятся слова *"de puente a puente y tiro porque me lleva la corriente"*. Ячейки с рисунками постоялого двора (*una posada*) обязывают игрока пропустить 2 хода (*perder dos turnos*) и т.п.

В ходе игры учащимся приходится обращаться постоянно друг к другу "*mueve la ficha*", "*tira el dado*", "*tienes que retroceder*", "*me toca a mí*", "*es tu turno*", "*¿quién gana*? ", "*¿quién pierde*? ", "*¿quién viene primero*? " и др.

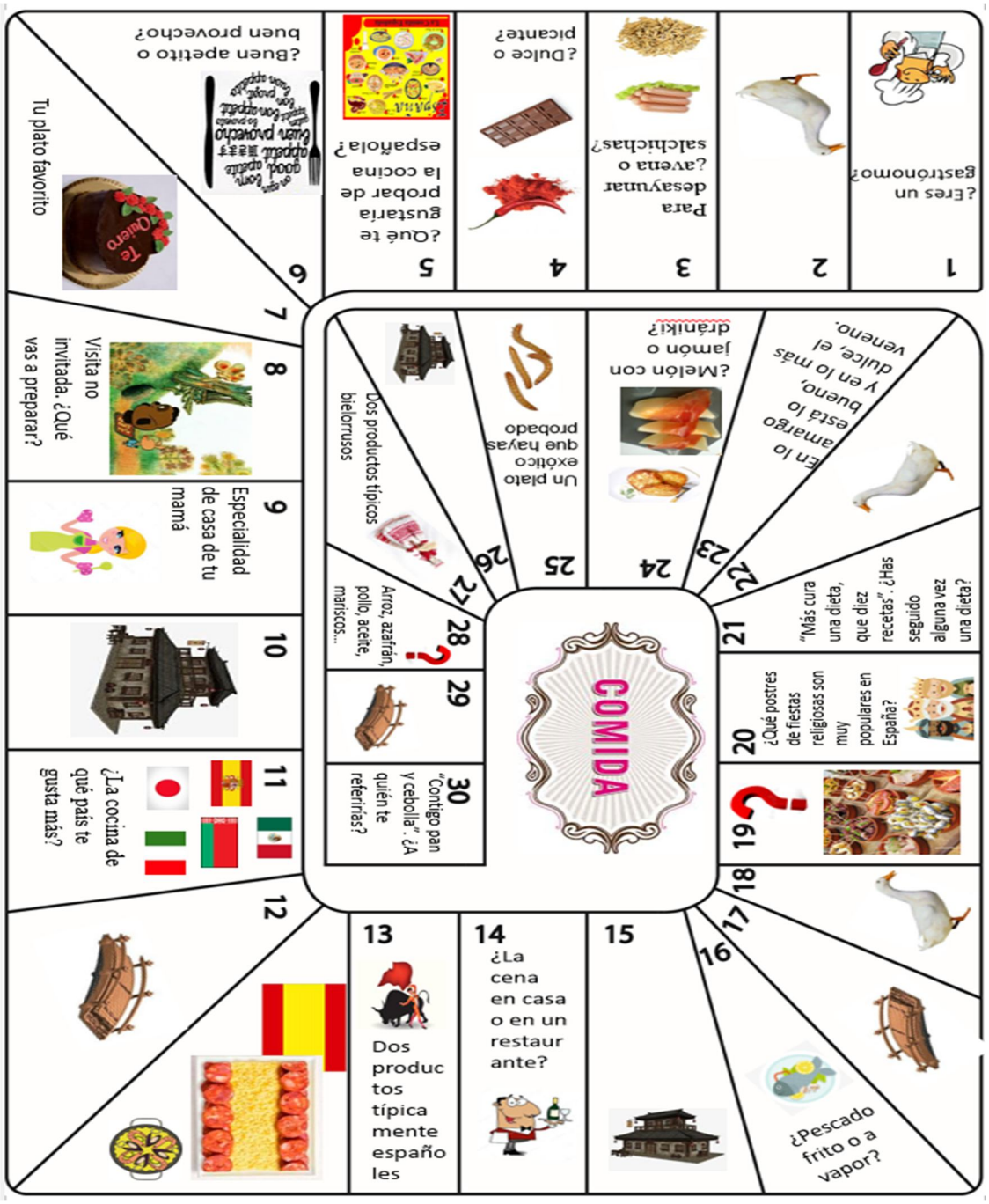
Взяв за основу принцип игры с заданиями, можно создавать для учебного процесса свои версии игры в PowerPoint или графическом векторном редакторе, например, как Corel DRAW.

На начальном этапе обучения можно использовать обучающие варианты. Например, для освоения цифр можно оформить ячейки с математическими примерами на сложение, вычитание, умножение. Можно усовершенствовать эту же игру, добавив в ячейки существительные для согласования их с числительными. Можно ориентировать игру на изучение букв/звуков или на обучение чтению и отработку фонетических навыков и оформить ячейки словами для чтения, а на запоминание лексических единиц в ячейках дать изображения, необходимые для запоминания слов.

На продвинутом этапе обучения для мотивации говорения можно продумать игры, посвященные определенной тематике. Например, по теме

“Viajes” заполнить ячейки с вопросами или заданиями для размышления: “Tus últimas vacaciones”, “Un país que te interese”, “Tus planes para el próximo verano”, “Mallorca o Roma”, “Playa o museo”, “Viaje en coche o en avión”, “El hotel de tu sueño”, “¿Cómo te gusta divertirte?”, “Hotel o tienda de campaña”, “Una aventura que hayas vivido”, “¿Viajas con tu mascota?”, “Viaje con amigos o con padres” и т.п. Например, по теме “Comida” заполнить ячейки с вопросами и заданиями: «La cocina española o la cocina mexicana”, “Para desayunar avena o salchichas”, “Dulce o picante”, “¿Qué te gustaría probar de la cocina española?”, “Tu plato favorito”, “Especialidad de casa de tu mamá”, etc. (рисунок).

Можно дать задание самим учащимся продумать вопросы по теме и оформить игру.



Настольная игра по теме «Comida»

Таким образом, можно констатировать, что игры такого плана раскрепощают человека, мотивируют говорение в условиях реального общения, что является основным условием для обучения говорению на иностранном языке.

J. A. Sánchez Parrón

LA CREACIÓN E INTEGRACIÓN DE CONCEPTOS CULTURALES ESPAÑOLES POR MEDIO DEL APRENDIZAJE EXPERIENCIAL

Desde que Jean Piaget y Lev Vygotsky hicieran sus importantes aportaciones constructivistas al campo de la pedagogía, se han producido grandes remodelaciones en el enfoque didáctico aplicado en la educación primaria y secundaria. Sin embargo, la educación superior, especialmente en lo que se refiere a materias en las que predominan los contenidos conceptuales, se ha venido mostrando más reticente a romper con el modelo de la clase magistral y a introducir nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje que desplacen el rol preponderante del profesor y que den mayor protagonismo e independencia al alumnado.

En esta línea, se podrá entender la siguiente ponencia como una ejemplificación práctica de algunas de las posibilidades que ofrece la extensión y ampliación de algunos de los planteamientos la pedagogía constructivista a la educación superior. En la presente ponencia se presenta un estudio de caso que intenta reflejar de forma esquemática la experiencia de enseñanza-aprendizaje vivida por dos grupos de alumnos de español como primera lengua extranjera a lo largo del curso de *Cultura de España*, impartido durante el primer semestre del presente curso académico (2017/2018).

Antes de pasar a la presentación del curso en sí, sería conveniente aclarar cuáles eran los marcos teóricos sobre los que se sustentaban tanto el enfoque teórico-metodológico como la planificación de la asignatura:

Por una parte, siguiendo los planteamientos en torno al concepto de cultura -profundamente problematizado y analizado por la escuela británica de los Estudios Culturales mediante las obras de Richard Hoggart, Raymond Williams y Stuart Hall-, se entendía que un concepto tan amplio como el de "cultura", no podía verse casi exclusivamente identificado con el concepto de "alta cultura". Por ello, sin abandonar la estructura fundamental del programa de la asignatura, se optó por otorgar una importancia más equilibrada a las producciones propias de la alta cultura española –de Tomás Luis de Victoria a Pablo Picasso-, por una parte; y, por otra, a las producciones propias de la cultura folklórica -como los bailes y la gastronomía regionales-, así como a las de la cultura popular -como la música popular contemporánea española-.

Por otra parte, siguiendo los postulados sobre el aprendizaje experiencias enunciados por David Kolb, se pretendía que los alumnos tuvieran un aprendizaje de los conceptos culturales que se derivara principalmente de su experiencia directa, práctica y activa con las producciones culturales y, en menor medida, de la comprensión de su contexto y de su análisis abstracto. Por ese motivo, se decidió

que las clases y las tareas a realizar por los alumnos estuvieran estructuradas siguiendo las cuatro fases del llamado "Ciclo de Kolb": experiencia, reflexión, conceptualización y aplicación.

Para ilustrar dicha metodología, se puede tomar como ejemplo el desarrollo de la unidad didáctica dedicada a la pintura española. Dicha unidad comenzaba con la fase de experiencia, en la que los alumnos estaban expuestos a un número considerable de obras pictóricas españolas que se presentan sin apenas contextualización. Tras el primer acercamiento descontextualizado a cada obra, el profesor comenzaba a plantear preguntas que guiaran a los alumnos a la hora de resaltar los elementos formales y conceptuales de cada cuadro, con el objetivo de que los alumnos reflexionaran sobre la obra que tenían delante y que pudieran establecer sus propias conceptualizaciones. En este punto resulta importante subrayar la importancia que se otorgaba en este punto a la polisemia de la obra artística y a la libertad del alumno para concebirla según su propio criterio, previamente fundamentado en la observación y el análisis pictórico. Por último, llegaba la etapa de aplicación, que se realizaba en casa y que tenía como objetivo plasmar prácticamente las conclusiones obtenidas de la experiencia, la reflexión y la conceptualización propias. En el caso de la unidad sobre la pintura española, los alumnos debían elegir cualquiera de las obras comentadas en clase y reinterpretarlas desde el punto de vista visual y conceptual, por medio de una écfrasis. Los alumnos debían realizar una fotografía que imitara la composición del cuadro elegido, pero que modificara su concepto original, y después tendrían que escribir un poema o un microrrelato que compartiera el concepto de la pintura original o el de su fotografía. De esta forma, la experiencia artística atraviesa varios momentos, que pasan de la observación y la reflexión a la propia creación artística por parte de los alumnos.

Siguiendo este esquema, en cada unidad didáctica los alumnos debieron realizar distintos trabajos basados en producciones culturales españolas en los que se valoraban habilidades tanto analítico-conceptuales, como artísticas y procedimentales. Así, además de la ya mencionada écfrasis, los alumnos debieron realizar -entre otras tareas- un análisis textual y musical de una canción contemporánea, la representación de una danza regional, y la preparación y presentación de un plato típico de alguna región española.

Este tipo de trabajos, lógicamente, situaba a los alumnos ante un escenario de incertidumbre en el que debían ser protagonistas y, en la mayoría de los casos, enfrentarse a tareas que no habían realizado hasta la fecha (o no, al menos, con el objeto de ser evaluados en la universidad). En este sentido, los alumnos, por lo general, manifestaban un importante nerviosismo –o, incluso, resistencia- hacia cada nueva tarea que tenían ante sí, pero progresivamente iban mostrando satisfacción a medida que éstas se iban desarrollando y, muy especialmente, después de haberlas superado con éxito. Dichas impresiones quedarían finalmente reflejadas por escrito en un test de evaluación anónima que realizaron los alumnos al final del curso y en el que se pudo comprobar que sus valoraciones sobre los contenidos, la metodología y las tareas del curso, así como sobre su propio nivel aprendizaje a lo largo del mismo fueron, por lo general, muy positivas.

Pese a que los resultados empujen a considerar la experiencia como un éxito a nivel pedagógico, siempre cabe la opción de preguntarse si este tipo de enfoque metodológico resulta adecuado para las aulas universitarias de cultura extranjera o, si por el contrario, éste debería formar parte de otro tipo de espacios formativos extracurriculares y/o extrauniversitarios, como talleres de baile, talleres culinarios, cine-fórums, etc.

En la línea de este debate, sirva el presente estudio de caso (con todas sus limitaciones) como una argumentación teórico-práctica en favor de la necesidad de vincular el aprendizaje de conceptos culturales con la propia experiencia práctica del alumnado en el marco formativo que ofrece la enseñanza universitaria reglada. Se trata, por supuesto, de una invitación a la apertura del horizonte de expectativas de lo que supone impartir una asignatura de cultura o de civilización extranjera, con todas las dificultades de adaptación administrativa, logística, profesional y estudiantil que ello conlleva. Evidentemente, no se trata de un camino fácil, pero hacer el esfuerzo de recorrerlo puede llevar a que se mejore en diversidad y en profundidad la formación de los futuros profesionales de las lenguas y las culturas extranjeras.

Д. Силва де Секейра

POSSIBLE PHONOLOGICAL EVIDENCE FOR USAGE-BASED THEORY IN THE SPEECH OF PORTUGUESE SPEAKING LEARNER OF ESL

Second language learners of any nationality often transfer different characteristics of their first language (L1) to the foreign language (L2), for example, the rhythm of the speech on their local dialect, or even the difficulty in pronouncing sounds that exist in the L2 but do not exist in the L1. The different accents, in general, are not factors that interfere in communicatingusing the L2, but certain deviations of pronunciation, can cause difficulties in making themselves understood. Several language-teaching courses focus on a communicative approach, ignoring almost completely phonetics, being a rarely addressed aspect. However, one must take into account the possible communication problems arising from L2 pronunciation deviations.

Believing that the mother tongue would be the main influencing factor in the pronunciation of English learners, I was motivated to try to confirm some of the relevant factors that would lead Brazilian learners of English language to deviate from the standard English pronunciation. Because it is a very broad area of study, I focused on the pronunciation of intervocalic <s>, which in Portuguese will always be enunciated as / z /,while in English and has four possible phonemes, / s /, / z /, / ʒ /. In some cases, the exchange of the standard phoneme of the L2can lead to the creation of a new vocabulary or enunciation of a word with a different meaning, making communication difficult.

Initially, based on Pomacóndor (2003), it was expected that different phonological aspects of the L1 would influence the production of sounds of the L2, since there is a transfer to the foreign language (LE) by the learner both of the phonemic inventory and the allophonic rules of its L1. The orthographic convention in both languages should be able to account for the explanation of the deviations of pronunciation. In Portuguese, only one <s> between two vowel letters will always correspond to [z] and in English either a [s], sometimes a [z], or a [ʒ]. By the writing convention of the Portuguese, the production of the [s] between vowel letters would be written with the digraph <ss>, as in mass, with <ç> in *caça* (hunting), with <xc> in *exceto* (except), with <x> in *sintaxe* (syntax), or with <sç>as in *cresça* (grow), for example. This explanation would be sufficient in cases where deviations obtained in the research data point to where <s> would be produced as [z] in English, in the same way as they are produced in Portuguese. However, there have been cases where the learner has produced [s] instead of the [z] in position where both languages produce [z] as the standardenunciation: resides and presides, for example.

This result made it necessary to seek another explanation that proved to justify this fact. This explanation seems to come from the Phonology of Use, which works with the Theory of Exemplars and a mental lexicon in which the representation of the word integrates phonological, morphological, semantic, orthographic and pragmaticassociations.

Several factors can influence the learning of a L2, and there are several theories and researches that try to explain how a second language is acquired.

Lantolf (2000) also observes that students who are in the same classroom, performing the same task may have different objectives and learning will not occur in the same way. A student who devalues a culture that is different from his own and only does the task because it was requested by the teacher opposed to a student that is eager to learn about a different culture will not be really interacting and consequently will not be developing his linguistic competence like the other who is interested.

According to Zimmer (2003), the children learn the phonetic contrasts of his L1 in their second semester of life, in an almost unique cerebral conditions with respect to the great increase in the number of synapses that are formed, thanks to the inputs of the sounds of the language to which they are exposed. From there, the speech production phase begins. Part of the phonology of a language consists of the distinction between the sounds the speaker perceives and those he produces. Through the deprecation of specific phonetic units, the individual identifies similarities and phonetic contrasts of his language (Segundo Escudero et al., 2004)

In the Usage-based Theory and Exemplars representation, Bybee (2001) states that words are listed in their concrete phonetic forms, including all their phonetic details. Each word receives its own phonetic representation in the mental lexicon and has its representation affected by its frequency of use, which receives a psycholinguistic interpretation in terms of activation level. The more information stored, the individual has more exemplars to which he can use to establish his L1

patterns. Type frequency, (the amount of times a particular sound or structure manifests in a particular environment and function) and Token Frequency (to the amount of times in which a sound or structure appeals in the language) are crucial factors in the Theory of Exemplars, because it is the high frequency that determines a cloud of more robust exemplars.This factor seems to explain aspects of language such as, for example, the unique linguistic profile of each individual, and the fact that linguistic change processes do not suffer reversion since, when there are lexical items in competition, the more weakened cloud ends up being excluded from the mental lexicon giving way to the more robust.

The fact is that speech is the (public) manifestation of (private) thoughts which, in turn, are manifested through linguistic means (written texts or public speech, for example). According to Hall and Verplaetse (2000 in Longaray and Lima, 2006), acquisition studies have evolved a great deal over the years, but they are very focused on classroom interaction and do not account for the actual interaction in the social context. The authors affirm, based on research already carried out, that there is "strong evidence of an intrinsic link between the activities developed with language and the development of language" (Longaray and Lima, 2006). That is, these surveys show that a child learns the language according to their repeated participation in activities with other, more competent interlocutors. Thought and speech are closely related. With this, the studies on the interaction begin to gain contours from a more sociocultural perspective of the language.

In the research to analyze the interference of the L1 in the speech of Brazilian learners of English, the corpuscomprised false cognates or not, and vocabulary without apparent relation between Portuguese and English languages; it was expected that one type of deviation would occur, according to Pomacóndor's (2003) proposal. However, when analyzing the data, occurrences that deviated from the pattern of both L1 and L2 were observed. Such deviations seem to be explained by Bybee's (2001) Exemplars Representation Theory, where the frequency of type and token, through the greater amount of exposure, determine the mental associations, influencing the learner's pronunciation. The words were presented in the form of short sentences so that informants could not immediately identify the object of the research.

In the first part, the speech of the studentswas recorded for future phonetic analysis. In the second phase, they had to say what was their first association when reading the object of analysis.

According to the results obtained, mental associations that were madeseem to be explained by frequency of use, where words more frequently used in the L2, influenced the deviation in the students'pronunciation, even in a context where both L1 and L2 should have the same phoneticenunciation.This fact is explained by the Token Frequency, which is part of the Exemplars representation of the Usage-based Theory from Bybee (2001).

It is important to mention that the research done, does not intend to exhaust the possibilities of analysis of the Usage-based Theory. However, based on these results, it seems to be clear that the L1 is not the only factor that influences the

pronunciation of learners. Each individual can make different mental associations, in both languages, of one sound and its occurrence and frequency in the target language, according to the input they have received.

If individuals learn in different ways, it seems appropriate to bring up the fact that teachers, as facilitators in the language learning process, should have a more individualized approach. We should try to grow the student's interest, to learn their likes and dislikes, and use this information to encourage them, individually,so they immerse themselves in the L2 they are studying. By doing so, we might be bringing to their attention different aspect of the language, even in phonetics and pronunciation.

For all this, I would like to bring up some questionings so we can think about our teaching practice. Are we trying to understand our students' interests so we can bring relevant information and interesting activities to classroom? Are we doing all we can to make students more interested in language, culture, and history?How can these aspects help the learner to develop their skills? Considering that different individuals have different interests, I believe it is important to have a more individual approach in other to facilitate the learning process for our students.

О. М. Слабадчук

ЛОЖНЫЕ ДРУЗЬЯ ПЕРЕВОДЧИКА
(испанский и португальский языки)

Испанский и португальский – похожие языки. По крайней мере, так принято считать. Отрицать данное утверждение не будем. Однако сходство многих лексических единиц в двух языках может не помочь в изучении, а, наоборот, прибавить работы. Почему? Скажу лишь три слова – ложные друзья переводчика.

Итак, ложные друзья переводчика, или межъязыковые омонимы (межъязыковые паронимы) – пара слов в двух языках, похожих по написанию и/или произношению, часто с общим происхождением, но отличающихся в значении. Это в теории, а теперь перейдем к практике.

Глагол *верить*: *creer* (исп.), *crer* (порт.). В испанском это частотное слово, и оно одновременно означает и 'верить', и 'думать'. Я думаю, что… – *Creo que ...* А вот в португальском у глагола *crer* гораздо более узкое значение. В разговоре вы не скажете *creio que*, если только *Eu creio em Deus*. Чтобы выразить свое мнение употребляют глагол *achar*: *Acho que vou fazer isso*. Возможно и вот такое беспредложное употребление: *Acho a comida uma delicia*. Значение 'верить, доверять' – глагол *acreditar*: *Não acredito nisso.*

Следующая пара португальских глаголов – *vive* и *morar.* Когда хотят сказать, где живут, используют *morar*: *Moramos em Cascais*. У *viver* синонимом может быть русский вариант – существовать (быть живым): *Eu vivo para você*" или *Ele viveu no século XIX.* В испанском же языке мы употребим глагол *vivir* и в том, и в другом случаях: *Yo vivo en Minsk* или *Juan vive para amarte* и *Este cantante vivió en el siglo pasado.*

Buscar – в испанском языке, *pesquisar/procurar* – в португальском. Значение данных глаголов ‘искать’. *Em arte, procurar não significa nada. O que importa é encontrar* (PabloPicasso)

Перейдем к существительным. Соус по-португальски называется *molho*. *O molho agridoce* ‘кисло-сладкий соус’. А по-испански – *salsa*. Магазин – это *uma loja*. Есть и слово *tenda* (как испанское *tienda*), но это прежде всего палатка (у испанской *tienda* тоже есть значение ‘палатка’). *Coche* в Испании – это ‘машина’, *coche* (кош) в Португалии – карета. Машина же – это *carro* (карру), а в Испании – *un carro* ‘телега’. Испанское слово *oso* и португальское *osso* отличаются всего одной буквой *s*. Но в первом случае – это медведь, а во втором – кость. *Voy a hacer lo en un rato* – скажут испанцы (Я сделаю это совсем скоро). В португальском языке *rato* – это крыса.

Поэтому стоит ответственно подходить к изучению данных языков, особенно если уже владеешь одним из них и переходишь к изучению второго. И тогда будет понятно, почему безобидная испанская фраза *Es una cosa barata* ‘Это дешевая вещь’ вызывает столько негативных эмоций у говорящих на португальском языке. Ведь *barata* – это таракан.

А. Б. Чиркун, А. Борисевич

УМЕСТНОСТЬ НЕВЕРБАЛЬНЫХ СРЕДСТВ КОММУНИКАЦИИ

Под невербальной уместностью/неуместностью мы понимаем соответствие/несоответствие используемых в коммуникации невербальных средств (мимики, жестов, поз, прикосновений, голоса и т.д.) ситуации общения, стилю общения, психоэмоциональному состоянию собеседника, его коммуникативным ожиданиям и т.д. В качестве основания для интерпретации тех или иных невербальных средств как уместных или неуместных в той или иной ситуации общения выступает (в нашем исследовании) вербальная и/или невербальная реакция адресата. Ср.: *Se saludaron con cortesía, Toussaint le informó de la ausencia de Philippe con abundantes explicaciones que nadie le había pedido, y cuando entró en el vestuario, vio a través del espejo* ***la mirada de su contrincante clavada en la espalda o posiblemente un poco más abajo****. Tan golfa como ella…* ***La boca de Serge Toussaint sonreía de un modo que le dieron ganas de abofetearle*** (M. Izaguirre). В приведенном примере взгляд мужчины, адресованный женщине, а также улыбка, сопровождающая этот взгляд, вызвали негативную реакцию со стороны женщины, которой захотелось в ответ на такое непристойное поведение мужчины дать ему пощечину.

К числу кинесических средств, которые зачастую расцениваются носителями испанской культуры как неуместные, относятся (на нашем материале) мимические жесты: *улыбка*, *выражение глаз и лица*. Несмотря на то, что согласно своей дефиниции мимический жест *улыбка* является отражением позитивных эмоций ее адресанта, тем не менее исследователи данного феномена указывают на широкий спектр эмоций, которые может

выражать этот жест, ср.: *sonrisa desafiante*, *sonrisa seca*, *sonrisa burlona*, *sonrisa del corazón*, *sonrisa de desahogo*, *sonrisa triste*, *sonrisa de bobo*, *sonrisa ausente*, *sonrisa dulce*, *sonrisa cortés*, *sonrisa pacífica*, *sonrisa maliciosa* и т.д. В большинстве случаев, если улыбка непонятна адресату или он чувствует ее неискренность, независимо от характера передаваемых эмоций, то он расценивает ее как неуместную. Ср.:

– Mira, Palmera, tú me has metido en esto, ¿o no? Esta casa me gusta mucho, está muy cerca del tablao y a ti te sobra una habitación.

– No me sobra.

– Sí te sobra.

– Es el trastero.

– Pues por eso mismo – le dedicó una ***sonrisa triunfal para la que él no encontró ningún fundamento*** (L. Etxebarría). В приведенном примере *sonrisa triunfal* ‘улыбка победителя’ интерпретируется собеседником как неуместная, т.к. он не видит оснований именно для такой улыбки.

Еще к одной достаточно частотной разновидности мимических средств, которые зачастую (на нашем материале) расцениваются партнерами по коммуникации как неуместные, относится *взгляд* собеседника. Результаты анализа фактического материала свидетельствуют о том, что в большинстве случаев в качестве критерия для интерпретации взгляда как неуместного выступают его **качественные** характеристики, в частности, определенные эмоции, как правило, негативные, которые он выражает. Ср.: (1) *No me mires con reproche* (P. Bezzera); (2) *¿Por qué* ***me miras con odio****, qué te hice, no te alegra verme?* (C.M. Gaite); (3) *¿Por qué* ***me miras con tanto descaro****?* (J. Navarro); (4) *No* ***me mires con esos ojos heridos de odio*** *o, lo que es peor,* ***de desamparo y resignación*** (A. Grandes). В приведенных примерах восприятие взгляда собеседника как неуместного со стороны его партнера по коммуникации вербально выражается в виде запрета на этот мимический жест, выраженного императивом, или в виде вопроса (зачастую риторического) о характере взгляда. При этом адресат неуместного взгляда зачастую прибегает к различным сравнениям. Ср.: (1) *No me mires* ***como un ciervo*** (A. Pombo); (2) *¿Por qué me miras* ***como si fuera un bicho raro****?* (L. Vilanova). Кроме того, адресат взгляда может и не указывать, какую именно характеристику взгляда он счел неуместной. В данном случае на неуместность будут указывать наречия *así* или наречные словосочетания *de ese modo*, *de tal modo*. Ср.: *¡Que susto me has dado! ¿Qué haces aquí? A mí no me mires* ***así****, que soy tu madre. ¡Que no me mires* ***así****!* (F. De las Heras).

Направление взгляда также зачастую выступает основанием для его интерпретации как неуместного со стороны его адресата, ср.: (1) *¿Por qué* ***me miras la boca*** *cuando me hablas?* (A. Pombo); (2) *¿Por qué* ***me miras los pies****?* (C. Nestares). В приведенных примерах адресат взгляда считает неуместным направление взгляда, сосредоточенного на определенной части лица и тела.

Кроме того, в основе восприятия взгляда как неуместного может лежать также и его **количественная** характеристика. Ср.: (1) – *¿Por qué* ***me mira***

***tanto**?* (A. Grandes); (2) *¿Por qué **me miras tanto** en la clase?* (A. Pombo). В приведенных примерах адресат взгляда считает неуместной его продолжительность, о чем он и сообщает своему собеседнику.

Таким образом, неуместность того или иного мимического жеста выступает обусловленной качественными и количественными характеристиками этого жеста, которые не соответствуют ситуации общения, стилю общения, психоэмоциональному состоянию собеседника и его коммуникативным ожиданиям. Неуместный мимический жест, как правило, вызывает вербальную реакцию со стороны адресата, выраженную в виде вопроса относительно данного жеста либо запрета на этот жест в форме императива.

И. Ф. Шмат, Е. Кадолка

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ ГЕТЕРОСТЕРЕОТИПОВ В ИСПАНСКОМ ЯЗЫКЕ

В полиэтническом мире все более важной становится успешность межэтнического общения. Одним из ключей к пониманию картины мира носителей изучаемого языка являются этнические гетеростереотипы – совокупность прочно закрепившихся в языке в виде фразеологических единиц оценочных суждений, выносимых о других народах представителями этнической общности. Основой их формирования часто выступает опыт взаимодействия народов.

Усваиваемые в детстве этнические стереотипы передаются практически в неизменном виде из поколения в поколение, но часто оказываются непонятными для изучающих данный язык как иностранный.

Процесс межкультурной коммуникации, помимо знания языка, культуры, традиций и обычаев, требует знания гетеростереотипа – эталона, в соответствии с которым мотивируется собственное поведение и ожидается определенный тип поведения от представителей другого этноса. Большинство этнических гетеростереотипов имеют негативную оценку, что становится проявлением этноцентризма, когда собственная этническая группа рассматривается как эталонная, а остальные – как нижестоящие. Соответственно, происходящее в других культурах изначально считается неестественным и неправильным.

Так, язык чужой культуры, которая представляется далекой, непонятной или не вызывающей симпатии, противопоставляется испанскому языку и имеет отрицательный оттенок, поскольку препятствует процессу коммуникации и воспринимается на слух как нечто неприятное (*hablar en chino / griego* ‘говорить неясно, непонятно’; *sonar a chino* ‘звучать непонятно’, *ser algo chino básico* ‘быть труднопостижимым или непонятным’) либо изначально воспринимается как плохое, несущее угрозу (*jurar en arameo / hebreo* ‘поносить, ругать последними словами, сквернословить’, *cuento chino* ‘бабушкины сказки, ложь, обман, выдумки’).

Гетеростереотипы оказывают влияние на межкультурные отношения, формируя заведомо упрощенный, шаблонный или даже искаженный образ, несмотря на то что, как правило, устойчивые представления о других народах и государствах не основываются на личных контактах ни с одним из представителей другой нации.

Тем не менее во фразеологических единицах также отражаются особенности представителей наций и национальностей, с которыми испанцы имели определенный контакт на том или ином этапе исторического развития: *ser un moro, no haber moros en la costa, bajarse al moro, que no se lo salta un gitano, hacer el indio, ponerse flamenco, punto filipino, ser la cabeza de turco, hacerse el sueco.*

Этнические гетеростереотипы могут отражать внешний вид, манеру поведения, традиции и обычаи, морально-этические и психологические характеристики и другие особенности: *despedirse/irse/marcharse a la francesa* ‘уйти не попрощавшись’, *tener la puntualidad británica* ‘быть очень пунктуальным’*, beber como un cosaco* ‘пить как сапожник’, *beso francés* ‘французский поцелуй’.

Следует отметить, что в испанской фразеологии происходит явное смещение фокуса на китайцев с их восточной культурой, что, возможно, связано с социальными и индустриальными изменениями в китайском обществе, а также с нынешним состоянием китайско-испанских отношений. Такие коннотации, как ‘наивный, простодушный, упорный в работе’, привели к тому, что появилось достаточное количество фразеологических единиц с данным этнонимом, например: *engañar a alguien como a un chino* ‘легко кого-то обмануть, развести как лоха, обмануть как ребенка’*, trabajar alguien como un chino* ‘работать как вол’*, tener un chino atrás, tocar la china* ‘не везти’, *quedar como un chino* ‘остаться с носом, сплоховать, оплошать’.

Таким образом, в условиях современных глобализационных процессов необходимая составляющая языковой и культурной компетенции – знание лингвокультурной специфики фразеологических единиц с компонентом-этнонимом. Это будет способствовать большей эффективности межкультурной коммуникации.

С одной стороны, языковые стереотипы существенно облегчают процесс познания мира и являются источником ценнейших сведений о культуре и этических установках народа. С другой – в рамках межкультурной коммуникации можно с уверенностью утверждать, что основная масса фразеологических единиц, построенных на этнических гетеростереотипах, имеет отрицательную коннотацию. Сформировавшись, такие единицы приобретают высокую степень устойчивости, с трудом поддаются модификации и становятся своего рода кривым зеркалом, в котором в размытом или искаженном виде отражаются черты представителей различных этнических групп.

Изучение гетеростереотипов показывает, насколько мощным потенциалом воздействия обладает язык. Он не только отражает окружающий мир, но и оказывает несомненное воздействие на жизненную философию его носителей.

О. В. Янукенас

НАИМЕНОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И МЕРОПРИЯТИЙ В ТАВРОМАХИИ

На протяжении всего периода исследования нами был составлен словарь тавромахии, в состав которого было включено немногим более 3 900 лексических единиц. В данный словарь были включены термины тавромахии, а также единицы общеязыкового уровня и термины из других областей, у которых имеет место сужение или расширение значения либо семантический сдвиг, при котором в каждом предметно-понятийном поле реализуются лишь те значения слов, которые ему присущи, и исключаются все прочие (Суперанская, Реформатский и др.).

Одна из тематических групп, выделенная нами в словаре тавромахии, включает в себя термины и жаргонные образования, именующие процессы деятельности и мероприятия тавромахии и содержит 128 лексических единиц, что составляет 3,3 % от общего числа элементов словаря.

В данной группе можно выделить следующие подгруппы:

1) наименование самого феномена корриды: в данной подгруппе содержатся как узкоспециальные термины (*corrida*, *tourada*), так и лексические единицы, возникшие благодаря семантическим словообразовательным моделям, а именно, метонимии, сужению значения: *arte de Cúchares* ‘коррида; букв. искусство тореро Кучареса’, *faena de ruedo* ‘коррида; букв. работа на арене’; *juego de los toros* ‘бой с быками (в XVI–XVII ст.); букв. игра быков’; *fiesta nacional* ‘коррида; букв. национальный праздник’.

2) наименование празднеств с участием быков: данная подгруппа является самой многочисленной и включает в себя 51 ЛЕ, или 39,8 %. В данной подгруппе мы выделили микрогруппы:

а) наименования в зависимости от возраста быка: *algarrada*, *becerrada*, *novillada*, *novilleja*, *novillos* ‘коррида с молодыми быками (в возрасте 2–4 лет)’; *corrida de toros*, *los toros* ‘бой с быками в возрасте 5–6 лет’;

б) наименования в зависимости от характера быка: *boyada*, *bueyada* ‘коррида с кроткими быками’; *cuajada* ‘коррида с благородными и в меру агрессивными быками’; *corrida de alivio* ‘коррида с послушными быками’; *moruchada* ‘коррида с боязливыми быками’;

в) наименования в зависимости от профессии участников корриды: *carrusel ecuestre*, *corrida de rejoneo* ‘коррида только с участием всадников’; *torada* ‘коррида с участием молодых тореро’; *corrida mixta* ‘коррида с участием тореро с разным уровнем мастерства’; *lidia sin caballos*, *novillada económica* ‘коррида с участием молодых тореро и без конных всадников’;

г) наименования в зависимости от целей проведения корриды: *corrida patriótica* ‘коррида в честь политического или исторического события’; *benéfica*, *corrida benéfica* ‘благотворительная коррида’; corrida concurso ‘коррида-конкурс (в конкурсе участвуют быки и понравившегося быка могут

помиловать)’; *corrida cómica*, *toreo cómico-taurino*, *mojiganga* ‘комическая коррида’; *corrida goyesca* ‘коррида, во время которой тореро одеты в костюмы эпохи Гойи’;

в) наименования мероприятий, типичных для определенной местности: *sanfermines* ‘праздник св. Фермина в Памплоне с традиционным прогоном быков по улицам города’; *toro de la vega* ‘праздник в Тордесильяс, во время которого быка прогоняют по улицам до моста через р. Дуэро и плодородной долине’; *zezen-suzko* ‘коррида в Стране Басков, проводимая рано утром’;

г) наименование мероприятий и процессов в зависимости от места проведения: *algarrada* ‘коррида в открытом поле’; *corrida a división de plaza*, *corrida a plaza partida* ‘коррида, во время которой арена разделялась барьером пополам и одновременно проходило два боя быков’; *encierro*, *corridón* ‘прогон быков по улицам города’;

3) наименования процессов и мероприятий, связанных с подготовкой корриды: данная группа включает ЛЕ, обозначающие действия, предшествующие непосредственно бою быков и являющиеся обязательными согласно регламенту корриды: *apartado*, *enlotamiento* ‘отбор быков для корриды’; *tentadura*, *reconocimiento* ‘обследование быков’; *baile de corrales* ‘непредвиденная замена быков перед корридой, особенно при смене их поставщика’; *prueba* ‘утренняя пробная коррида’;

4) наименования церемоний и этапов проведения непосредственно боя быков: за многовековую историю корриды сформировался определенный процессуальный порядок ее проведения, поэтому ЛЕ, обозначающие составные части боя быков, были включены в отдельную группу: *paseíllo, paseo* ‘тавр. шествие квадрильи (перед началом корриды)’; *previa venia* ‘предварительное разрешение’; *brindis* ‘посвящение быка’; *tercio* ‘каждый из трех периодов корриды’; *tercio de varas, tercio de banderillas, tercio de muerte* ‘три периода корриды’; *hora de verdad* ‘часть корриды, в которой убивают быка’; *arrastre* ‘вытаскивание убитого быка (после корриды)’;

5) наименования, содержащие оценку боя быков: *corrida a la trágala* ‘крайне тяжелая коррида’; *corrida herradora* ‘суетливая коррида’; *corrida moza* ‘очень красивая и напряженная коррида’; *magra entrada* ‘коррида с малым количеством зрителей’;

6) наименования процессов и мероприятий, связанных с карьерой тореро: примечательно, что в словаре тавромахии нашла отражение значимость таких этапов профессионального роста тореро, как первая коррида в статусе тореро (*debut*, *vestir su primer traje de luces*, *vestirse de luces*), получение статуса матадора, т.е. права убивать быка (*doctorarse*, *tomar la alternativa*), а также момент окончания карьеры (*cortarse la coleta*).

Любопытно, что ряд лексических единиц из данной тематической группы выходит за пределы области тавромахии и проникает в другие сферы деятельности человека, в частности, в политику, экономику, спорт и т.д.

Например, традиционное посвящение быка (*brindis*) в общелитературном языке входит в состав выражения *hacer un brindis al sol* ‘давать заведомо

невыполнимые обещания': *El PP considera que el acuerdo entre el PSOE y Ciudadanos firmado hoy es un "brindis al sol", un mero acto de "propaganda política" y un "engaño manifiesto" a la ciudadanía.* 'Народная партия считает, что подписанное сегодня соглашение между ИСПР и партией «Граждане» является «пустым звоном», простым актом «политической пропаганды» и «явным обманом» граждан'.

Другой интересный пример с лексемой *corrida* и аллюзией этому явлению был обнаружен в стенограмме дебатов в Европарламенте от 20 января 2010 г., в которых участвовал представитель Испании Марио Мауро, член Народной партии (PPE), в ходе представления программы Председателя правительства Испании: *Como conservador acérrimo, debo confesar que me he preparado para este debate como si fuera para ir a una corrida de toros; sin embargo, ha hablado de igualdad y de derechos humanos de tal manera que ahora puedo llegar a entender qué es lo que nos une, no lo que nos divide. Usted ha sido un torero cauto; yo seré un toro cauto y me quedaré en mi toril.* 'Будучи убежденным консерватором, я должен признать, что я готовился к этому обсуждению, как к бою быков, однако Вы так говорили о равенстве и правах человека, что я понимаю, что нас объединяет, что нас разделяет. Вы были осмотрительным тореро, а я буду осмотрительным быком и останусь в своем загоне'.

Что касается лексем, связанных с этапами карьеры тореро, то следует отметить, что термины, обозначающие посвящение тореро в матадоры и окончание карьеры, чаще других выходят за пределы сферы тавромахии. Напр., у выражения *cortarse la coleta* произошло расширение значения, и оно часто используется в общелитературном языке со значением 'закончить карьеру', напр.: *La actriz Concha Velasco, de 78 años, ha dicho que "se va a cortar la coleta", aunque aún tiene por delante varios proyectos profesionales que atender* '78-летняя актриса Конча Веласко заявила, что она уйдет с подмостков сцены, хотя у нее еще есть ряд незаконченных профессиональных проектов'.

Таким образом, лексические единицы, обозначающие процессы и мероприятия тавромахии, представляют собой многочисленную подгруппу со сложной структурой, что обусловлено большим разнообразием церемоний, видов корриды, особенностей проведения боя быков. Причем, как мы показали, это не строгая и закрытая терминологическая группа, изолированная от общелитературного языка. Она является источником стилистического обогащения речи для испанцев в рамках различных дискурсов.

СОДЕРЖАНИЕ

ЛИНГВОСТРАНОВЕДЕНИЕ

Бельская А. В. Средства усиления аргументации в политическом дискурсе и особенности их перевода на русский язык 3
Дерман Т. А. Britain and the Outside World 4
Kozikis D. Contemporary Socio-Political Vacillations: Their Socio-Cultural Connotations and Challenges of Translation 7
Ломовая А. В. Специфика двуязычия в республике Ирландия (на материале антропонимов) 9
Могилевцев С. А. Референдум о выходе Великобритании из Евросоюза: исторические предпосылки, политические и экономические последствия для страны ... 11
Rogozhkina N. Post-Brexit Language Education in Great Britain 15
Разумова А. В. Современная иммиграционная политика Великобритании: мультикультурализм или ассимиляция? 17

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Басовец И. М. Характеристики межкультурного делового общения на английском языке представителей белорусского бизнеса и их зарубежных партнеров 19
Бессонова О. В. «Прагматический фильтр» как необходимый этап моделирования высказывания (на примере англоязычной ситуации «совет») 22
Биюмена А. А. Универсальные метафорические модели в политическом дискурсе 23
Еромейчик Т. В. К проблеме стимулирования запоминаемости рекламных текстов 24
Завадская Е. А. Роль самопрезентации в формировании профессионального имиджа переводчика 26
Залесская Н. А. Текст против изображения: анализ постов на Tumblr 28
Красник А. В. Роль лексического ассоциирования в процессе коммуникации 29
Новиков В. В. Отрицательная оценка слов собеседника как средство выражения несогласия в телевизионных дискуссионных ток-шоу Германии 31
Руденя Г. Л. Прагматическая тональность событийного дискурса (на материале французских средств массовой информации) 33
Скороскокова К. К., Руденя Г. Л. Соотношение разножанровой лексики в спортивном дискурсе (на материале французских средств массовой информации) 35
Хорсун Е. П. Особенности преподавания дисциплины «Стратегии коммуникативного поведения» иностранным студентам 37

ПЕРЕВОД И ОБУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДУ

Белобрудова Ю. В. How to Avoid Verbosity when Translating from Russian into English 39
Брухан Я. А. Специфика перевода общественно-политического дискурса 40
Валянская Д. А. Мультимедийные платформы в организации самостоятельной деятельности студентов 41
Вдовичев А. В. Дипломатический перевод: политкорректность vs. нейтрализация 44
Гаранович Т. И., Бондарчук Д. И. Особенности наименования торговых марок белорусских производителей молочной продукции 47

Гаранович Т. И. Зоонимы *pies* и *kot* в польской фразеологии 50
Голикова Т. И. Имидж переводчика глазами теоретиков перевода 52
Голикова Т. И., Рыбицкая А. А. Передача советских реалий на английский и немецкий языки (на материале кинофильма «Москва слезам не верит») 55
Железнякова О. В. Туристический дискурс в переводческом аспекте 58
Зверева С. Г. Подготовка переводчиков: проблемы и перспективы 60
Иванова Т. Ф. К типологии переводческих ошибок студентов на занятиях по регионоведению (немецкий язык) 63
Карапетова Е. Г. Составляющие качества подготовки переводчика 65
Каткова К. В. Перевод побудительных речевых актов на немецкий язык 68
Ключенович С. С. Синонимическая асимметрия при переводе экономического текста 70
Ковальчук С. И. Основы реферирования и аннотирования в переводческой деятельности 72
Курилович О. В. Реализация коммуникативного подхода в обучении переводу второго иностранного языка 73
Мороз Е. Л. Самостоятельная работа как фактор повышения качества обучения устному переводу 75
Морозова О. В. Проектно-ориентированный подход в организации переводческой практики студентов 77
Науменко Н. П. Средства актуализации субъективности в публицистических текстах на лексическом уровне 80
Пищиков В. В. О системе оценки учебных письменных переводов 82
Подоляка А. Н. Семантические и прагматические аспекты перевода номенклатуры лекарственных средств 85
Ракитская О. В. Особенности перевода неологизмов с английского языка на русский 87
Романов Г. С. К вопросу об интеграции программ обучения иностранному языку и профессиональному устному переводу 89
Сердюкова В. М. Сравнительный анализ современных программ памяти перевода (CAT-tools) 90
Синельникова О. Н. Особенности стилистических преобразований при переводе газетно-публицистических текстов 93
Стефанова Е. В. «Легенда о Константине и Дорунтине»: баллада, песня, сказка 95
Титова А. В. Вероятностное прогнозирование в устном переводе 97
Цохан А. В. Проблема передачи англицизмов при переводе с французского языка на русский 99
Шалесная Н. В. Информационно-коммуникационные технологии в письменной переводческой деятельности 102
Шаповаленко Д. Н. Переводы – новые … проблемы – старые… 104
Шафаренко С. И. Дешифровка египетских иероглифов 107
Эберхардт Ю. Г. Риск-менеджмент переводчика 110

ПРОБЛЕМЫ ПРИКЛАДНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

Бусел Т. В. Современные подходы к созданию систем машинного перевода 112
Василевская В. А., Василенко Е. С., Жданович А. Е., Шалимо Н. В. Отбор терминов для автоматического англо-белорусского терминологического словаря по информационным технологиям 115

Детскина Р. В., Шимчук Л. В. Факторы, обеспечивающие
лексическое заимствование в условиях межкультурных коммуникаций 116
Детскина Р. В. Приемы нейролингвистического программирования
в немецкоязычной печатной рекламе 117
Жданович А. Е. Психолингвистические подходы к определению понятий
конкретность и *эмоциональность* 119
Зубов А. В. Структура автоматического англо-белорусского
терминологического словаря по информационным технологиям 120
Зубова И. И. Слоган как вспомогательный фактор создания
рекламного образа парфюмерной продукции 122
Зыгмантович Н. В., Марковская Е. В., Филимонова Т. А. Отбор терминологических
словосочетаний для автоматического англо-белорусского словаря
по информационным технологиям 125
Ильина Е. И., Жданович А. Е. Отбор сокращений терминологических
словосочетаний для автоматического англо-белорусского
терминологического словаря по информационным технологиям 127
Метлицкая Н. А. Эксперимент по автоматическому созданию
англоязычных рекламных текстов по косметике и парфюмерии 129
Руцкая В. Ф. К вопросу о типологии топонимических систем 132
Скрябина А. В. Поисковые образы в системе автоматического индексирования
англоязычных публицистических текстов 135
Степанова Д. В. Преимущества и возможные затруднения
при использовании параллельных текстов в переводческой деятельности 136
Чернышевич М. В. Автоматическое распознавание недостоверных мнений
в сообщениях пользователей на английском языке 138
Швец Н. Г. Взаимосвязь вербальных и визуальных составляющих
креолизованного текста 141

ЯЗЫК И КУЛЬТУРА

Ковалёнок С. В., Руденя М. А. Влияние на кратковременную память
эмоциональной вовлеченности иностранцев в учебный процесс 144
Козлова Т. А. Отражение понятия *моральные качества*
в лексикографических и религиозных источниках 147
Романовская А. А. Античный символ как языковой и культурный феномен 150

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ВОСТОКОВЕДЕНИЯ

Абдаль-Маджид Абдуль-Кадер. Практические проблемы преподавания
арабского языка 154
Абдулхамид О. М. Концептуальная оппозиция «добро–зло»
в русском и арабском языках 155
Елисеева Т. Н. О структуре фрейма «дипломатическая деятельность»
в турецком языке 158
Лашукевич С. А. Особенности перевода юридических текстов
с турецкого языка на русский 160
Медюлянова В. А. Косвенное выражение личного дейксиса
через маркеры социальной статусности в японском языке 162

Михалькова Н. В. Семантический аспект модификации конституентов традиционных иероглифических знаков китайского языка 165
Романенкова Е. Особенности прошедшего субъективного и прошедшего категорического времени в турецком языке 168
Филимонова М. С. Когнитивная направленность обучения студентов чтению на китайском языке 170
Хассан Шали Н. А. Сравнение редакций текста как прием анализа стиля писателя ... 174
Храмцова А. И. Категории времени и лица в корейском и русском языках 176

КОНТРАСТИВНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ГЕРМАНСКИХ И СЛАВЯНСКИХ ЯЗЫКОВ

Аношина О. В. Функционирование инфинитивных структур в современной англоязычной прозе и особенности их передачи на русский язык 180
Бенедиктович А. В. Роль высказываний с абстрактными существительными в построении публицистических текстов 184
Гергиев О. А. Средства выражения категории адресанта в публичной речи на английском и белорусском языках 186
Глазко П. П. Вариативность сеантической структуры жанра эссе в различных видах дискурса 187
Графутко О. О. Эмоция злости и лексические средства ее реализации в художественном дискурсе (на материале английского и белорусского языков) 189
Гребень Т. Н. Позиционные особенности средств разговорного синтаксиса в медиадискурсе на белорусском и английском языках 192
Егоров Н. В. Аргументация как тактика убеждения в научно-популярном дискурсе на английском и белорусском языках 194
Изотова О. В. Вербализация общих представлений о браке в пословицах белорусского и нидерландского языков 197
Карпилович Т. П. Типы модальности и интенциональность медиадискурса 199
Матиевская Д. Ю. Детская телепередача как жанр развлекательно-дидактического дискурса 201
Олейник С. Е. Этнокультурные особенности английских и белорусских кулинаронимов 203
Осмоловская И. Г. Репрезентация эмоций в новостном дискурсе (на материале немецкого и белорусского языков) 206
Сысоева Т. А. Актуальная проблема и ее оценка (на материале англоязычных и русскоязычных медиатекстов) 209
Щепачёва Т. Ю. Особенности вербализации образа парфюмерного продукта в англо- и русскоязычных рекламных текстах 212

Круглый стол «ИСПАНСКИЙ ЯЗЫК И КУЛЬТУРА: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПРЕПОДАВАНИЯ»

Байдак О.Ч. Структурно-семантические особенности многокомпонентных атрибутивных словосочетаний в испанском языке 214
Байдак О. Ч., Крель В. Грамматические особенности текста делового письма на испанском языке 217

Будагова Е. В. Особенности номинативной организации экономической терминологии в испанском языке 220
Булат Е. А. Функции ремарочных конструкций в структуре драматического текста на испанском языке 223
Булат Е. А., Горох А. Лексико-грамматические характеристики дипломатических актов на испанском языке 225
Войтова Ю. М. Психолого-педагогические проблемы дистанционного обучения иностранному языку 228
Войтович Ю. С. Использование эффективных методических приемов в работе с высокомотивированными учащимися (на материале испанского языка) 230
Грищенко Н. М. О соотнесенности символа и мифа в испанском поэтическом тексте 232
Евдокимова В. В. Национально-специфические особенности языковых средств выражения авторского комментария в информационной статье (на материале испанского и русского языков) 234
Колесник С. А. Фразеологизмы с зооморфным компонентом в испанском и русском языках 237
Кушнер П. С. Технология работы с подкастами в обучении иностранному языку 238
Лепесская Г. Ф., Зубович М. Субстантивные количественные метафоры в итальянском, испанском и русском языках 240
Лещеко Н. В., Евлаш А. Фонационные средства оптимизации речевого воздействия в обиходно-разговорном дискурсе (на материале испанского языка) 242
Лисова А. Б., Ефимец Т. Интенсификация в тексте испанской сказки 245
Нестюк Е. М., Борисевич Е. Роль английских заимствований в развитии испанского языка 247
Николаева Л. М. Методика обучения аудированию с использованием ИКТ (испанский язык) 249
Ocampo Estrella D., Kivel V. Particularidades de comunicación no verbal en el ámbito linguocultural de españa 251
Пасюкевич Е. В., Трибуль И. В. Формирование произносительных навыков у студентов, начинающих изучать испанский язык 253
Петух А. Ю. Концепт «дорога» в испанской литературе 256
Попова Т. В., Толкачёва Д. А. Методика обучения восприятию и пониманию речи на слух с использованием компьютерных технологий (испанский язык) 257
Сальджуки Т. Н. Использование игровых технологий в процессе обучения испанскому языку 260
Sánchez Parrón J. A. La creación e integración de conceptos culturales Españoles por medio del aprendizaje experiencial 262
Силва де Секейра Д. Possible phonological evidence for usage-based theory in the speech of Portuguese speaking learner of esl 264
Слабадчук О. М. Ложные друзья переводчика (испанский и португальский языки) 267
Чиркун А. Б., Борисевич А. Уместность невербальных средств коммуникации 268
Шмат И. Ф., Кадолка Е. Вербализация гетеростереотипов в испанском языке 270
Янукенас О. В. Наименования процессов деятельности и мероприятий в Тавромахии 272

Научное издание

МАТЕРИАЛЫ ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ И АСПИРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА

19–20 апреля 2018 года

В четырех частях

Часть вторая

Редакторы: *Е. М. Бобровская, О. С. Забродская*
Ст. корректор *С. О. Иванова*

Ответственный за выпуск *Л. А. Тарасевич*

Подписано в печать 12.12.2018. Формат 60×84 $^{1}/_{8}$. Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография, цифровая печать. Усл. печ. л. 16,28. Уч.-изд. л. 18,57. Тираж 100 экз. Заказ 56.

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Минский государственный лингвистический университет». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2017 г. № 3/1499. ЛП № 02330/458 от 23.01.2014 г. Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.