МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
Белорусский государственный университет иностранных языков

М А Т Е Р И А Л Ы
ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ
СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА

23–24 апреля 2025 года

В четырех частях

Часть четвертая

Минск
БГУИЯ
2025

УДК 800
ББК 81.2
М34

Н. Е. Лаптева (*ответственный редактор*), О. В. Лущинская (*зам. ответственного редактора*), Е. А. Акуленко, А. В. Афанасенко, Н. П. Баранов, В. Я. Борисов, Т. Г. Боричевская, И. А. Бурделёва, Т. И. Голикова, И. В. Гребенчук, Н. В. Егоров, О. В. Железнякова, И. С. Ильющенко, Е. Г. Карапетова, И. В. Ковалёва, Н. В. Копытко, И. К. Кудрявцева, Н. О. Курипка, А. Н. Кушнеревич, Н. Н. Максименя, И. В. Метлушко, В. Г. Минина, Н. П. Науменко, А. Л. Подгайский, Ю. Н. Русина, И. А. Рябцевич, Н. Г. Севостьянова, О. В. Семенькевич, Е. В. Стефанова, А. Г. Цымбал.

Материалы ежегодной научной конференции студентов и маги-
М34 странтов университета, 23–24 апреля 2025 г. : в 4 ч. Ч. 4 / отв. ред. Н. Е. Лаптева [и др.]. – Минск : БГУИЯ, 2025. – 4,60 Мб.

ISBN 978-985-28-0339-7 (Ч. 4)
ISBN 978-985-28-0322-9

Четвертая часть сборника содержит материалы работы секций по направлениям «Фундаментальная и прикладная культурологияа. Вызовы современности и поиск новых парадигм», «Перевод и обучение переводу», «Беларуская мова і літаратура», «Гісторыя і беларусазнаўства. Як мінулае фарміруе сучаснасць», «Зарубежная литература», «Международные отношения и право в эпоху глобальных трансформаций», «Философия», «Экономика», «Международный туризм в условиях пандемий и кризисов. Уроки и стратегии», а также круглых столов «Memory studies в цифровую эпоху», «PRоблемы и PRогнозы. Технологии общения в PR-деятельности», «Слово в языке и речи», «Переподготовка по специальности переводческая деятельность. Теоретические и прикладные аспекты».

В авторской редакции.

УДК 800
ББК 81.2

Электронная версия издания доступна
в электронной библиотеке БГУИЯ
по ссылке **e-lib.bsufl.by/** или по QR-коду

ISBN 978-985-28-0339-7 (Ч. 4)
ISBN 978-985-28-0322-9

© УО «Белорусский государственный университет иностранных языков», 2025

ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ И ПРИКЛАДНАЯ КУЛЬТУРОЛОГИЯ. ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ И ПОИСК НОВЫХ ПАРАДИГМ

В. А. Богрова

АРАБСКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РУССКИЙ И БЕЛОРУССКИЙ. КУЛЬТУРНЫЙ АСПЕКТ

Данное исследование затрагивает тему проявления культурных аспектов заимствований. Поставлена задача рассмотреть как передается культурная информация, переходя в два языка-реципиента принадлежащих к одной лингвистической группе, восточной группе славянских языков, и как изменяется значение, изначально заложенное в языке-доноре. Для исследования были выбраны слова из категорий: 1. Заимствованные только в русский язык (*цифра*); 2. Заимствованные только белорусский язык (*цукерка*); 3. а) Заимствованные в оба языка без изменения значения (*бакалея*), б) Заимствования в оба языка с близким значением (*казан*), в) Омофоны (*диван*).

1. *Цифра* (от ар. صفر). Рус.: знак, обозначающий число. Ар.: ноль. Имеет место ассоциация с математикой, счетом и наукой. Культурная информация минимальная.

2. *Цукерка* (от ар. سكّر) — производное от слова *цукар*. Бел.: салодкі кандытарскі выраб у выглядзе плітачкі, шарыка і пад. Ар.: сохранено значение слова цукар. В русском языке существует определение «сахар», имеющее оригинальное значение арабского слова. Культурная информация видоизменяется в производном слове, частично сохраняется.

3. а) *Бакалея* (от ар. بقالة). Рус.: сухие съестные товары (чай, сахар, кофе, мука, крупа, перец и т. п.). Бел. и ар.: значение сохранено. Культурная информация передана в полной мере; б) *Казан* (от ар. كازان) Рус.: котёл для приготовления пищи. Бел.: кацёл з круглым дном і шырокім верхам; паглыбленне круглай формы на полі. Ар.: большой котел. Культурная информация передана в полной мере; в) *Диван* (от ар. ديوان). Рус.: мягкая мебель для сидения и лежания, со спинкой и ручками или валиками. Бел.: шчыльны тканы выраб з пражы рознага роду (ці сінтэтычная яго імітацыя), які ўжываецца для пакрыцця падлог, сцен, часам іншых паверхняў у памяшканні (сталоў, канап і г.д.). Ар.: канцелярия. Культурная информация не сохранена, значение взято из языка-посредника.

Таким образом несмотря на близость языков-реципиентов культурная информация не всегда сохраняется в полном объеме, однако имеются ассоциации со сферой употребления и значением слова из языка-донора. Причины таких изменений являются почвой для дальнейшего исследования.

Е. С. Бондарович

ЗАГАДКИ ДРЕВНИХ ЦИВИЛИЗАЦИЙ: НЕОБЪЯСНИМЫЕ ФЕНОМЕНЫ ОСТРОВА ПАСХИ

Остров Пасхи – одно из самых мистических и таинственных мест на планете, которое до сих пор продолжает привлекать с каждым годом все больше и больше туристов и исследователей, желающих не только насладиться уникальными статуями и природой острова, но и погрузиться в историю становления и развития быта и таинственной жизни обитателей острова Пасхи. Будучи небольшим островом, расположенным в южной части Тихого океана, это место стало домом для прибывших сюда между X и XIII веками полинезийцев, которые стали называть остров по-своему – Рапа-Нуи. Со временем у жителей острова появлялись традиции, особенности в религии и повседневной жизни. Островитяне отличались своим внешним видом, так как имели татуировки белого, синего и зеленого цвета в качестве символа оберега, которые наносили под кожу с помощью рыбных костей и порошка из обугленных листьев растений. Моаи, статуи из вулканического туфа, возводились с такими элементами декора как красные шляпы, керамические глаза, татуировки и пьедесталы, а также являлись символами процветания и плодородия.

Со временем из-за обезлесения острова начался упадок рапануйской цивилизации, что привело к появлению культа человека-птицы («Тангата Хопу-Ману»). Он был связан с богом Маке-маке, которого рапануйская мифология описывает как создателя человека и покровителя плодородия. Каждый год проводились соревнования по результатам которых определялся «Тангата-Ману» – человек-птица. Культ птицы проявлялся также в интересном способе рыбалки с использованием воздушных змеев из прутьев, покрытых тапой, на которых рисовали птицу, чтобы не отпугивать рыбу тенью от шлюпки.

Для того, чтобы оставаться в форме и принимать участие в соревнованиях, рапануйцы занимались серфингом с помощью досок из стеблей тростника, а в качестве обезболивающего для женщин при родах использовали камень, обернутый в тростник, который клали перед роженицей. Особый интерес вызывает то, каким образом жители острова могли перемещать громадные статуи с места изготовления к месту размещения. Метод «рок-н-ролл» (при помощи веревок, во время которого статуя все время находилась в вертикальном положении) и использование полозьев являются наиболее рациональными вариантами ответа на этот вопрос. Однако, ученые не смогли точно определить, какой именно из двух способов был в приоритете у островитян.

Таким образом, можно с уверенностью сказать, что жители острова Пасхи обладают богатой и самобытной культурой. Они развивали и самостоятельно благоустраивали остров на протяжении многих веков несмотря на то, что он является самым удаленным населенным островом в мире.

А. А. Езерский

ИНТЕРАКТИВНОЕ КИНО КАК ЖАНР И КУЛЬТУРНОЕ ЯВЛЕНИЕ

Интерактивное кино – это уникальный видеоигровой жанр, характеризующийся нелинейностью и многообразием сюжетных линий. Он представляет из себя своего рода симбиоз кино- и видеоигровой индустрий.

История появления интерактивного кино связана с желанием кинорежиссёров разнообразить происходящее на экране. Они стали использовать приёмы, направленные на взаимодействие со зрителями (съёмка от первого лица; парящий по кинотеатру муляж скелета или вибрирующие сидения во время показа во время фильма ужасов и т.д.). Первое интерактивное кино появилось в 1967 году (чешский артхаус-комедия «Kinoautomat»). Лента шла 60 минут, однако 9 раз останавливалась, предлагая зрителям путём голосования выбрать один из двух вариантов развития событий. Концовка у фильма была всего одна, а данный эксперимент стал неудачным из-за специфики подобного рода кино – выбивающих из происходящего на экране пауз и необходимости к дополнительным размышлениям во время просмотра.

Жанр весьма удачно вернулся к жизни спустя 15 лет (видеоигра «Dragon's Liar»). Игра стала фурором, так как была направлена на более благосклонную к экспериментальным жанрам молодёжь. С того момента появилось большое количество игр, причисляющих себя к интерактивному кино (или к Full Motion Video (FMV), являющимся подвидом данного жанра). Более пятидесяти игр появилось в 21-м веке, большинство из которых стали финансовым успехом для разработчиков («Detroit: Become Human», «Life is Strange», «Until Dawn», «Late Shift»). Появились компании, сделавшие свою ставку конкретно на интерактивном кино и выпускающие свои игры преимущественно в этом жанре («Quantic Dream», «Telltale Games», «Supermassive Games»).

Жанр и механика выбора вариантов действий получили отголоски и в других культурных индустриях: литературе («To Be or Not To Be»), играх иных жанров («The Witcher», «Mass Effect»), маркетинге (рекламы мобильных видеоигр «Homescapes» и «Великий Султан»). Влияние особенностей игровых механик интерактивного кино подтверждают значимость жанра и его распространённость в обществе.

Успех интерактивного кино заключается в особенном симбиозе индустрий кино и видеоигр, а также в возможности использовать его как способ сбора статистики (на основе принимаемых игроками решений) для дальнейшего анализа моральных качеств игроков и оценки личности. Игры жанра создают возможности для актёров более широко вовлекаться в игровую индустрию, не застревая в обычном кино. Интерактивное кино даёт возможность как для творческого развития человека, так и для социально-культурного исследования особенностей его поведения.

Н. А. Кузнецова

БЕЛОРУССКАЯ ЭТНИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА: СВАДЕБНЫЕ ТРАДИЦИИ

Белорусская свадьба (или «вяселле») – это особый обряд с глубоким сакральным значением. Свадьба представляла собой народное представление, театрализованное действо, цель которого – принести счастье, гармонию и благополучие в жизнь молодоженов. Хотя современная свадьба значительно отличается от традиционной, многие элементы сохраняются и в наше время.

Традиционный белорусский свадебный обряд делился на три этапа: предсвадебный, саму свадьбу и послесвадебный. Существовали строгие временные рамки, в которые проведение торжества было запрещено. Свадьбы не проводились с 7 по 21 января, этот период назывался «Кровавые вечера». Также запрещалось вступать в брак во время постов. Оптимальным временем для свадьбы считался конец лета – осень. К благоприятным периодам также относился промежуток от Крещения до Масленицы.

Свадебный ритуал начинался со сватовства, которое имело свои особенности. Обычно в группе было пять-шесть человек: родители, крестные, братья или сестры. Сваты не приходили без подарков – они приносили угощения: каравай, мед и прочее. Родители невесты решали, согласиться ли на сватовство. В начале свадебного ритуала, как в доме невесты, так и в доме жениха пекли каравай. Замужние женщины занимались выпечкой, а беременность одной из них считалась хорошей приметой.

Когда жених был готов отправиться за невестой, в центре дома ставили стол, накрытый белоснежной льняной скатертью. Хлеб и соль, ведро с водой и свечка были необходимыми элементами этого ритуала. Выкуп невесты проходил с шумом, весельем – это был своего рода театрализованный рынок, где одни старались продать подороже, а другие купить подешевле.

Через девять дней после свадьбы устраивалось застолье для родителей молодых, которые из-за свадебных забот не могли полноценно посидеть за свадебным столом. После этого начинался «медовый месяц», который продолжался с девятого по сороковой день.

Таким образом, белорусская свадьба представляет собой уникальное сочетание традиций и обрядов, пронизанных глубоким символизмом и культурным наследием.

Д. М. Лопухина

МАСТЕРСТВО И ФИЛОСОФИЯ КИТАЙСКОЙ КАЛЛИГРАФИИ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭСТЕТИКИ

Каллиграфия – это уникальная форма изобразительного искусства, сосредоточенная на создании красивых и выразительных букв и текстов. Это искусство возникло много веков назад и продолжает существовать и развиваться в современном мире. С греческого языка термин «каллиграфия» переводится как «красивое письмо», что подчеркивает его основную цель – эстетическое удовольствие от написанных слов.

Традиционно неотъемлемой частью жизни каждого образованного человека в Китае, являются четыре письменные принадлежности, которые являются настоящими сокровищами его кабинета – это так называемые «четыре драгоценности» (文房四宝 wénfáng sìbǎo): кисть 笔, тушь 墨, бумага 纸 и тушечница 砚 （笔墨纸砚 bǐ mò zhǐ yàn）.

В Китае есть старая поговорка: «чтение иероглифов подобно встрече с человеком». Даже в КНР XXI века считается очень важным обладать умением красивого письма, так как по иероглифам можно определить характер человека, уровень его культуры и образования. При написании китайских иероглифов особое внимание уделяется изменению штрихов и линий, а также расстоянию между символами и строками. В китайской каллиграфии насчитывается 5 стилей – чжуаньшу, лишу, кайшу, синшу и цаошу – каждый из которых живет по сей день и обладает неповторимыми особенностями.

Традиционная каллиграфия – это философия, ритм, дыхание. Современные эстеты акцентируют внимание на том, как форма (линии, изгибы, пространство) передает эмоциональное состояние и философские идеи. Мастера каллиграфии стремятся к гармонии между внешним видом знаков и их внутренним значением. Каллиграфия часто рассматривается как форма медитации. Процесс написания требует концентрации и внимания. Это создает глубокую связь между телом и разумом, что является важным аспектом восточной философии. Исследователи подчеркивают эту связь, рассматривая каллиграфию как средство самовыражения и самопознания.

Китайская каллиграфия остается актуальной, потому что объединяет технику, философию и эстетику. В современном мире её принципы помогают создавать визуальные образы, наполненные смыслом и энергией. Она остаётся не просто культурным наследием, а живой практикой, которая адаптируется к новым эпохам. Каллиграфия напоминает нам о том, что истинная красота рождается на стыке мастерства и духовного поиска, а простота формы может содержать бесконечную глубину смысла.

Т. А. Медведская

«Чай – это про бесконечное сейчас. Всплески воды и важности»
Андрей Симонов, основатель «Чайной Почты» – ведущей чайной СНГ

«СОВРЕМЕННАЯ КИТАЙСКАЯ ЧАЙНАЯ ЦЕРЕМОНИЯ КАК СПОСОБ ПСИХОФИЗИОЛОГИЧЕСКОЙ РЕГУЛЯЦИИ»

Чайная церемония, или гун фу ча – возникший в древнем Китае ритуальный процесс заваривания чая и последующего за ним чаепития. В широком значении, это чайное искусство, мастерство, ритуал, различные вариации которого распространились по всему миру и активно практикуются в том числе в Европе как способ психофизиологической регуляции.

Исторически чай прошёл путь от целебной травы до центрального компонента дзен-буддистских и даосских медитаций, что упоминается в монашеском уставе «Байчжан цингуй». Начиная с эпохи Тан, когда наряду с Древним шёлковым путём возник Древний чайный путь, а также был написан «Чайный канон» (Лу Юй, 780 г.), чайная церемония становится больше, чем просто чаепитие. При династии Сун гун фу ча перенимают японские монахи, распространяя таким образом чайную церемонию за пределами Китая.

Воздействие чая и чайной церемонии на человека можно разделить на биохимическое и психическое. По воздействию на нервную систему китайские чаи делятся на три категории: расслабляющие, тонизирующие, способствующие концентрации. Биохимический состав чая включает в себя L-теанин, полифенолы и алкалоиды. Благодаря ним он обладает рядом свойств, полезных для здоровья. Чай положительно влияет на когнитивные функции человека, центральную нервную, сердечно-сосудистую и пищеварительную системы.

Психическое воздействие чайной церемонии на человека обусловлено различными факторами. Этот ритуал влияет на внутреннее состояние не только точечно во время чаепития, но и повсеместно в поседневной жизни. Этому способствует поочерёдное задействование всех пяти сенсорных чувств в процессе чаепития, чёткая установленная последовательность действий, эстетизм, символизм и фокусировка внимания на настоящем моменте.

Сейчас в Минске действует несколько чайных, одна из которых, «Чайная Почта», развивает сообщество любителей современной китайской чайной церемонии. Интервью с её основателем говорит о причинах спроса на гун фу ча. Первая – возможность ненадолго замедлить ход мыслей и расслабить тем самым нервную систему. Вторая – стремление людей придерживаться здорового образа жизни. Третья – практика чайной церемонии как способа культурного саморазвития, досуга, косвенного средства общения.

Таким образом, китайская чайная церемония является эффективным и актуальным способом психофизиологической регуляции, помогающим человеку справляться с вызовами современного общества.

А. А. Скалабан

ИНФЛЮЕНСЕРЫ КАК НОВЫЕ КУЛЬТУРНЫЕ ИКОНЫ: ВЛИЯНИЕ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ СОВРЕМЕННОГО ЧЕЛОВЕКА

В современном цифровом обществе социальные медиа стали неотъемлемой частью повседневной жизни, формируя новые модели поведения, ценности и потребительские привычки. Особую роль в этом процессе играют инфлюенсеры – личности, обладающие значительной аудиторией и способные влиять на мнение и решения своих подписчиков. Их деятельность выходит за рамки простого продвижения товаров и услуг. Они формируют тренды, задают стандарты красоты и успеха, и даже переопределяют культурные нормы, что и обусловливает актуальность данного исследования.

В качестве объектов исследования рассматриваются инфлюенсер Мария Руткис, рекламные кампании косметических продуктов в Instagram и Tik Tok. Основными каналами коммуникации были выбраны социальные сети Instagram и Tik Tok. Исследование проводится нами с использованием анкетирования. Его целью было выявление механизмов и причин влияния на поведение современного человека: поколение Альфа (2011-2025), поколение Z (2000-2011), поколение Y (1984-2000).

Инфлюенс-маркетинг (influence marketing) или маркетинг влияния – это одна из стратегий продвижения брендов использовании популярности и влияния инфлюенсеров (блогеры, селебрити, нишевые эксперты и других лидеры мнений) для продвижения товаров, услуг или брендов.

Нами было выявлено, что в качестве механизмов влияния на аудиторию инфлюенсеры чаще всего используют:

1. Страх упущенной возможности (Fear of Missing Out): «Скидка действует только для первых 10 человек».
2. Социальное доказательство (Social Proof): «2000 человек уже скачали этот гайд».
3. Эффект «Свой в доску»: люди больше доверяют таким же микроинфлюенсерам, чем корпорациям и селебрити, так как они кажутся реальными людьми с проблемами, сложностями и т.д.
4. Принцип контраста: курс за 1000 рублей кажется дорогим, пока рядом не стоит VIP-пакет за 6000.
5. Эффект «Выбор без выбора»: выделение кнопки покупки или регистрации; всегда выделяют «лучший вариант»; используют правильное расположение элементов.

На основании вышеуказанных данных, мы выявили, что современные потребители склонны подражать поведению культурных икон, при этом теряя свою индивидуальность. Большинство предпочитает покупать у людей, которые вызывают доверие и чью историю они знают. Механизмы влияния основаны на глубинных потребностях и страхах потребителей. Зная эти особенности, инфлюенсеры и маркетологи грамотно продвигают коммерческие продукты.

М. А. Таркачёва

ВИТРАЖНОЕ ИСКУССТВО ГОТИЧЕСКОГО ПЕРИОДА НА ПРИМЕРЕ ЛЕОНСКОГО СОБОРА (ИСПАНИЯ, XIII – XIV)

Витражное искусство, особенно яркое и выразительное в эпоху Средневековья, получило широкое распространение с расцветом готического стиля. Новая каркасная технология, характерная для готики, позволила создавать огромные оконные проемы. Из-за конструкции стен фрески не могли полноценно размещаться на стенах, поэтому роспись стала занимать оконные пространства, что стало важной чертой готической архитектуры.

Одним из выдающихся примеров витражного искусства готического периода является Леонский собор (Catedral de León) в Испании, построенный в период с 1205 по 1301 гг. Витражи, которые украшают собор, были созданы в разное время, однако большая часть из них относится к XIII – XIV векам. Обилие витражей – яркая особенность Леонского собора. Всего в нем насчитывается 737 окон, которые занимают площадь около 1800 квадратных метров.

Витражи собора расположены в три яруса, каждый из которых имеет свою тематику. Нижний ярус украшен растительным орнаментом и изображениями голов животных. Выше располагаются небольшие розетки (лучевые формы деления проемов), изображающие сцены из повседневной жизни: пастухи, прядущие женщины и ремесленники за работой. В среднем ярусе, в трифориях, размещена геральдика – гербы всех испанских провинций и знатных семейств, финансировавших строительство собора. Верхний ярус составляют самые большие витражи, высотой 14 метров, с библейскими сюжетами: персонажи Нового Завета на южной стороне, выполненные в теплых, красных тонах, и персонажи Старого Завета на северной стороне, в холодных, синих тонах.

Витражи Леонского собора представляют собой уникальное сочетание техник и стилей. Они выполнены в технике свинцово-паечного витража, где кусочки цветного стекла соединены свинцовыми вставками для создания сложных узоров. Данная техника и интенсивность использования стекла характерны для французского искусства, однако преобладание в витражах красных, золотистых и желтых оттенков ярко демонстрирует испанские традиции.

Таким образом, можно сделать вывод, что витражи играли важную роль в готической архитектуре, добавляя визуальную выразительность и световые эффекты в интерьер соборов. Они не только украшали храмы, но и служили важным компонентом в формировании духовной атмосферы. Витражи Леонского собора, являются ярким примером синтеза художественного мастерства и духовной значимости. Они стали символом готической архитектуры и оставили значительное наследие в истории искусства.

ПЕРЕВОД И ОБУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДУ

М. П. Абрагимович

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ РОМАНА «ДЮНА» ФРЭНКА ГЕРБЕРТА В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

Роман «Дюна» изобилует языковыми особенностями в силу многих факторов, среди которых не последнюю роль играют авторский стиль, особенности жанра и внушительный объём самого произведения.

В романе встречаются ложные друзья переводчика. Например, термин «*jihad*», который нередко конкретизируется вплоть до обозначения сугубо священной войны, а иногда описательно так и переводится. Тем не менее, это некорректно, поскольку под словом «*джихад»* в арабском языке подразумевается любое усилие по распространению веры. В такой ситуации лучше всего использовать устоявшийся эквивалент: *And the race knew only one sure way for this – the ancient way, the tried and certain way that rolled over everything in its path: jihad – Но раса знала для этого лишь один способ – древний, проверенный и надёжный, сметавший всё на своём пути: джихад*.

В романе присутствует обилие неологизмов. Множество лексических единиц переведено посредством транскрипции (*Arrakis – Арракис; Arrakeen – Арракин; aba – аба; aql – акль; baliset – бализет; bindu - бинду*) или транслитерации (*Aulia – Аулия; aumas – аумас; ayat – айят; burhan – бурхан*) в рамках стратегии форенизации.

Отдельно стоит отметить ряд случаев, в которых при применении транскрипции наблюдается отход от традиционных норм передачи определённых звуков английского языка: *Ach: left turn: a worm steersman's call – Аш! – "Налево!" – команда, используемая для управления червём; Derch: right turn, a worm steersman's call – Дерч – "Направо!" – клич погонщика червя.* В данном случае одно и то же сочетание букв *ch* в оригинальной версии передаётся в русскоязычном переводе соответственно с помощью звуков [ш] и [ч].

В ряде случаев применяется приём калькирования: *Houses major/minor – Дома великие/малые; maker – делатель; High Council – Высокий Совет; Reverend mother – Преподобная мать; Zensunni – Дзенсунниты; plasteel – пласталь; windtrap – ветровая ловушка; Ibad, eyes of – Ибад, глаза Ибада*.

Отдельного рассмотрения заслуживает особенность перевода «Дюны» в форме обилия аллюзий на религиозные. Например, "*Thou shalt not make a machine in the likeness of a man's mind*" – отсылка на христианские десять заповедей, дополнительный пункт в учении, появившийся после того, как искусственный интеллект чуть не уничтожил человечество. Ю. Соколов перевёл эту цитату следующим образом: "*Да не сотворишь машины, наделённой людским умом*".

Таким образом, роман Фрэнка Герберта «Дюна» отличается обилием авторских неологизмов и отсылок на религиозные тексты, передача которых требует особой осторожности и правильного подбора переводческих приёмов.

С. Д. Абражевич

КУЛЬТУРНО-СПЕЦИФИЧЕСКАЯ ЛЕКСИКА В МЕДИЙНЫХ ТЕКСТАХ: ВЫЗОВЫ И РЕШЕНИЯ ДЛЯ ПЕРЕВОДЧИКОВ

В настоящее время наблюдается устойчивый интерес исследователей к изучению культурно-специфической лексики в текстах средств массовой информации и к способам её адекватного перевода. Культурно-специфическая лексика (КСЛ) – слова и выражения, отражающие уникальные реалии, явления и концепты, характерные для определённой культуры. Главная особенность такой лексики – её труднопереводимость без потери значений и ассоциаций (В. А. Беляев, 1998). Цель данной работы заключается в выявлении семантических особенностей КСЛ и анализе основных стратегий её перевода на русский язык.

Материалом для исследования послужили 100 микроконтекстов, содержащих КСЛ, отобранных методом сплошной выборки из статей газет ‘The Guardian’, ‘The New York Times’ и сайта ‘BBC News’.

В ходе анализа установлено, что наиболее часто встречаются реалии, связанные с социальными и политическими институтами (34%). Например: *MPs will debate the issue in parliament* – ‘Члены парламента обсудят этот вопрос в парламенте’. Слово *MP* переводится функциональным аналогом ‘член парламента’, обеспечивая понятность для русскоязычного читателя.

Несколько реже встречается лексика, отражающая национальные и культурные традиции (28%). Например: *Thanksgiving is celebrated with a large family dinner* – ‘День благодарения отмечается большим семейным ужином’. В данном случае используется калька – ‘День благодарения’, ставшая устойчивым эквивалентом в русском языке.

Около 20% примеров составляют этнографизмы и названия блюд, предметов одежды, реалий повседневной жизни: *He wore a traditional Scottish kilt* – ‘Он был одет в традиционный шотландский килт’. Слово *kilt* транслитерируется, поскольку в русском языке отсутствует точный аналог.

В 12% случаев встречается КСЛ, связанная с историческими или религиозными реалиями: *The tabernacle was carried through the desert* – ‘Табернакль несли через пустыню’. Здесь используется транслитерация с пояснительным переводом.

Реже встречаются случаи, когда КСЛ требует описательного перевода: *Crafting a Haggis for American Tastes* – ‘Готовим шотландское блюдо хаггис по-американски’. Такой подход позволяет сохранить оригинальный смысл и сделать перевод более понятным для русскоязычной аудитории.

Проведённый анализ показал, что КСЛ широко представлена в англоязычных СМИ. При её переводе используются разнообразные стратегии, включая транслитерацию, калькирование, функциональные аналоги и описательный перевод. Выбор стратегии зависит от степени известности реалии, контекста и целевой аудитории.

А. Д. Автушко

СПЕЦИФИКА ПЕРЕВОДА МЕДИЦИНСКИХ ТЕРМИНОВ В ИНСТРУКЦИЯХ К ЛЕКАРСТВЕННЫМ ПРЕПАРАТАМ

Актуальность работы определяется тем фактом, что возрастающий объём англоязычных медицинских текстов, в том числе инструкций к лекарственным препаратам, обуславливает необходимость уделения особого внимания качеству их перевода.

Цель проведенного исследования заключалась в выявлении языковой специфики перевода медицинской терминологии в инструкциях к лекарственным препаратам с английского языка на русский язык и определении наиболее эффективных способов перевода, обеспечивающих его адекватность и эквивалентность.

Методом сплошной выборки из инструкций к препаратам Carbamazepine, Erythromycin, Digoxin были отобраны 109 медицинских терминов. В результате анализа установлено, что при их переводе, как правило, используются следующие приёмы: лексическое соответствие, калькирование, экспликация, транслитерация, а также транскрибирование.

В представленной выборке 64 термина переданы с помощью традиционных лексических соответствий: *nature and contents of container* 'форма выпуска', *clinical particulars* 'фармакологическое действие', *interaction with other medicinal products* 'лекарственное взаимодействие'.

Калькированием передано 18 терминов: *Crohn's Disease* 'болезнь Крона', *skin rashes* 'кожная сыпь', *contraindications* 'противопоказания', dental pain 'зубная боль'.

Применение метода экспликации позволило перевести 11 терминов: *coated tablet* 'таблетки, покрытые оболочкой', *erythema multiforme* 'мультиформная экссудативная эритема', *fever* 'лихорадочное состояние'.

Использование транслитерации встречается при переводе восьми терминов: *thrombocytopenia* 'тромбоцитопения', *anti-coagulants* 'антикоагулянты', *diuretics* 'диуретики', *talc* 'тальк', *Macrogol* 6000 'макрогол 6000'.

Транскрибирование используется в пяти случаях: *coxib* 'коксиб', *haemarthroses* 'гемартроз', *epidermal necrolysis* 'эпидермальный некролиз'.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что наиболее часто используемыми способами перевода инструкций к лекарственным препаратам являются лексическое соответствие и калькирование, поскольку они обеспечивают терминологическую точность. Экспликация применяется в тех случаях, когда требуется разъяснение значения, а транскрипция и транслитерация – при передаче международных непереводимых наименований препаратов.

А. А. Азевич

ИНТЕРВЬЮ КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПУБЛИЧНОЙ ПЕРСОНЫ

Интервью является важным инструментом формирования имиджа и активно используется различными публичными личностями, включая политиков, артистов, спортсменов и бизнесменов. Этот жанр журналистики позволяет наладить диалог между средствами массовой информации и значимыми фигурами. В современном мире существующие подходы к определению интервью подчеркивает его разнообразие и многофункциональность. Интервью может выполнять различные функции, включая информирование общественности о деятельности интервьюируемого и создание доверительных отношений между ним и аудиторией.

Важным аспектом является влияние медиаплатформ, таких как телевидение, радио, СМИ на формат интервью. Телевизионные интервью добавляют элемент зрелищности и требуют от респондента умения эффективно общаться с аудиторией в условиях прямого эфира.

Различия в восприятии информации между аудиовизуальными и текстовыми форматами интервью оказывают значительное влияние на восприятие личности респондента: успешные представители могут восприниматься по-разному в зависимости от того, как они представлены (например, в СМИ, на радио или по телевидению).

В ходе исследования были выделены факторы, влияющие на эффективность интервью: уверенное самовыражение, создание привлекательного образа респондента, способность адаптироваться к аудитории.

Особое внимание важно уделить роли имиджа, который представляет собой конструкцию, создаваемую для привлечения интереса и внимания общества к определенной публичной персоне. Интервью является одним из основных источников информации о публичных персонах, формируя их общественный образ и отношения с аудиторией. Примером может служить недавнее интервью А. Г. Лукашенко с блогером Марио Науфалом, где президент пользуется различными тактиками для создания имиджа открытого и человечного лидера. Важно отметить, что перевод его высказываний на английский язык также играет значимую роль; использование простого языка и метафор помогает адекватно с точки зрения перевода передать эмоциональность речи и сделать её более доступной для международной аудитории. Например, выражение *проложить мосты* ‘make bridges between people’ является метафорой, которая создает яркий образ и усиливает эмоциональную окраску высказывания.

Таким образом, интервью выступает как важный инструмент формирования имиджа известной персоны. Качественно подготовленное интервью может эффективно транслировать идеи и укреплять доверие к публичным личностям, что подтверждает его значимость в журналистике и обществе в целом.

Р. А. Александрович

ПЕРЕВОД АНГЛИЙСКИХ ТЕРМИНОЛОГИЧЕКИХ СЛОВОСОЧЕТАНИЙ В ТЕКСТАХ ИНСТРУКЦИЙ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Инструкции к техническим устройствам и программному обеспечению представляют собой специализированный тип текстов, в которых точность формулировок важна для безопасности и правильной эксплуатации. Кудрявцева И. Г определяет научно-технические термины как «раздельно-оформленное, семантически целостное сочетание, образованное путем соединения двух, трех и более компонентов, связанное с конкретным понятием науки и техники».

Терминологические словосочетания в англоязычных инструкциях требуют не дословного, а функционально адекватного перевода, что предполагает использование различных переводческих трансформаций.

К числу наиболее продуктивных переводческих трансформаций, применяемых при передаче англоязычных терминологических словосочетаний в текстах инструкций, относятся ***лексические замены*** (напр., *user manual →руководство пользователя*), обусловленные необходимостью выбора нормативного эквивалента в языке перевода; ***синтаксические перестановки***, связанные с различием в порядке компонентов между английским и русским языками (*safety instructions → инструкции по технике безопасности*); ***модуляции***, предполагающие изменение точки зрения при сохранении смыслового содержания (например, *hard reset* передаётся как *полный сброс настроек*). В целях устранения потенциальной семантической неоднозначности в большинстве случаев используется ***конкретизация***: вводится дополнительный компонент, отсутствующий в исходном выражении (ср. *press Start → нажмите кнопку «Пуск»*).

Сравнительный анализ переводов технического текста (инструкции по наладке зубошлифовального станка на производстве), выполненный искусственным интеллектом (ChatGpt) и системой машинного перевода DeepL, показал, что в последнем случае текст перевода в большей степени подходит для инструкций, предназначенных для специалистов и работников производства, обладающих профессиональными знаниями в конкретной области. Текст, переведенный посредством данного инструмента, обладает высокой жанрово-стилистической нормативностью, что выражается в использовании общепринятых профессиональных сокращений и устойчивых выражений, полностью соответствующих нормам официальной технической документации. В то время как ChatGPT предлагает текст, адаптированный для более широкой аудитории, которая не обладает специальными знаниями в сфере наладки оборудования. При применении искусственного интеллекта, наблюдается более частое применение такого вида переводческой трансформации, как модуляция, что делает текст более понятным для конечного пользователя.

А. А. Астюкевич

ПРИЕМ ГЕНЕРАЛИЗАЦИИ В ПЕРЕВОДЕ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Актуальность исследования приема генерализации в переводе публицистических текстов с английского языка на русский язык определяется необходимостью адаптации специфической лексики и сложных конструкций для широкой аудитории при сохранении основного смысла. Цель работы – систематизировать виды генерализации и определить, какое влияние они оказывают на качество перевода и восприятие информации.

Генерализация представляет собой замену конкретных терминов и выражений более общими аналогами, что помогает избежать недопонимания, особенно когда точных эквивалентов в языке перевода нет. Методом сплошной выборки были отобраны 100 публицистических текстов за 2020-2023 гг. из англоязычных новостных сайтов и их переводов в российских СМИ. Результаты показали, что в новостных текстах преобладает количественная генерализация (87%), а в аналитических – лексическая. В ходе исследования рассматривались четыре основных вида генерализации: лексическая, синтаксическая, стилистическая и количественная.

1. Лексическая (замена специфических терминов общими понятиями):

The company specializes in ESG (Environmental, Social, and Governance) investing. – ‘Компания занимается социально ответственным инвестированием’. Специальный финансовый термин *ESG investing* заменён на более общее понятие. Сохранена основная идея, но утеряны конкретные критерии.

2. Синтаксическая (упрощение грамматических структур): *He was met by his sister.* – ‘Его встретила сестра’. Пассивная конструкция в английском языке переводится в активную в русском, что упрощает синтаксис.

3. Стилистическая (нивелирование эмоциональной окраски): *The government's outrageous decision to cut education funding will devastate millions of schoolchildren and cripple our future workforce.* – ‘Решение правительства о сокращении финансирования образования может негативно сказаться на школьниках и будущей рабочей силе’. Опущена эмоциональная лексика: *devastate* ‘разрушить’ → ‘может негативно сказаться’, *cripple* ‘парализовать’ → ‘повлияет’. Смягчена категоричность: *will devastate* ‘неминуемо разрушит’ → ‘может сказаться’. Устранена экспрессивная метафора *cripple the workforce* → ‘повлияет на рабочую силу’.

4. Количественная (округление числовых данных): *The survey involved 1,247 participants aged 18 to 65 from various socioeconomic backgrounds.* – ‘В опросе приняли участие более тысячи человек разных возрастов и социальных групп’. Точное число и детализация возраста опущены.

Таким образом прием генерализации при переводе является важным инструментом, который помогает адаптировать информацию для широкой аудитории, сохраняя при этом основные идеи и значимость текста. Правильное использование этого приема требует внимания к контексту, культурным особенностям и целям перевода.

А. С. Бабосова

ФОРЕНИЗАЦИЯ И ДОМЕСТИКАЦИЯ В ПЕРЕВОДЕ РУССКОЙ НАРОДНОЙ СКАЗКИ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК: ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

Перевод русских народных сказок на английский язык относится к задачам, требующим сохранения уникального культурного колорита оригинала, сохраняя при этом понимание англоязычной аудторией русскоязычных реалий. Для этого переводчики применяют стратегии доместикации и форенизации, каждая из которых имеет свои преимущества и недостатки.

Доместикация позволяет сделать текст более понятным для читателя, устраняя культурные и языковые барьеры. Например, фраза *Жили-были дед да баба* может быть переведена как ‘Once upon a time there was a couple’, что приближает текст к стилю традиционных западных сказок и облегчает восприятие сюжета. Используя эту стратегию, англоязычный переводчик русских сказок Пол Уильямс заменяет трудные для понимания реалии, например, *квашня* (традиционная русская закваска), на более нейтральные и общеизвестные слова, например, ‘dough’. Подобные приемы способствуют созданию для англоязычного читателя понятного текста.

Однако у доместикации есть и свои минусы. Данная стратегия может привести к утрате культурного контекста, т.к. в оригинале имеются специфические лексические единицы (*околица* как граница деревни), которые представлены описанием ‘the end of the village’. При этом теряются характерные для русской культуры символы. Кроме того, доместикация нередко нейтрализует образность текста. Так, выражение *ему все нипочем*, переведенное как ‘and he didn’t care’, звучит менее экспрессивно и утрачивает оттенки коннотативных значений. К тому же, при чрезмерной адаптации текст приобретает черты сказки без национального колорита.

Форенизация напротив, сохраняет культурные и исторические особенности текста оригинала, оставляя читателю возможность ощутить атмосферу первоисточника. Например, такие реалии как *царь* ‘tsar’, *царевич* ‘tsarevich’ и *боярин* ‘boyar’, помогают передать особенность русского монархического и социального уклада жизни, без обобщений типа “king”, “prince”, “noble”. Форенизация позволяет читателю понять, что действие разворачивается на Руси, а не в абстрактном пространстве. Тем не менее, форенизация может усложнить текст, особенно если речь идет о малоизвестных реалиях. Понятия *верста* ‘verst’ и пуд ‘pood’, традиционные русские единицы измерения длины и веса, могут вызвать непонимание у читателя без соответствующих пояснений, что создает впечатление «чуждости» текста, отдаляя читателя от событий сказки и снижая его эмоциональное участие.

Таким образом, сравнение преимуществ и недостатков стратегий доместикации и форенизации в переводе русских народных сказок на английский язык показало, что выбор стратегии зависит от цели переводчика: приблизить текст оригинала к иноязычной аудитории, утратив информативность и образность отдельных лексических единиц, или сохранить исторические и культурные особенности текста, усложнив его понимание для читателя.

Балуш Н.А.

УЧЕТ ОСОБЕННОСТЕЙ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ В ХОДЕ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПЕРЕВОДА

В настоящее время трудно представить жизнь без медийного контента. Это видеоролики в социальных сетях, реклама, фильмы, сериалы, клипы, видеоигры, и многое другое. Контент такого рода выходит на огромном количестве иностранных языков. И для того, чтобы больше зрителей могли познакомиться с ним, существует и активно развивается аудиовизуальный перевод (далее АВП). Этот вид перевода отличается тем, что комбинирует и письменный, и устный перевод. Из этого можно определить, что такой комплексный подход к переводческой деятельности будет иметь определенные специфические черты.

На примере британской мелодрамы «Me Before You» (русск. «До встречи с тобой») были представлены переводы диалога для субтитров, закадрового перевода и дубляжа.

Текст оригинала:

– Tell me something good.

– I used to say that to my Dad! But if I told you what he said back, you'd think I was insane.

– That ship has sailed, Clark.

Перевод под субтитры:

– Поговори со мной.

– Я также просила папу! Но если я скажу, что он отвечал, ты посчитаешь меня чокнутой.

– Поезд уже ушел, Кларк.

Закадровый перевод:

– Поговори со мной.

– Я также говорила папе! Но если я скажу, что он отвечал, ты пожалеешь, что спросил.

– Момент ушел, Кларк.

Перевод для дубляжа:

– Поговори со мной.

– Я тоже говорила так папе! Но если я скажу его ответ, ты пожалеешь, что спросил.

– Момент ушел, Кларк.

Таким образом, получилось определить, что перевод одного и того же отрывка аудиовизуального контента будет отличаться в зависимости от конечного использования текста перевода. В приведенном примере можно проследить изменение строения фраз, замену слов синонимичными выражениями, модуляции. Следовательно, учет особенностей переводческой ситуации является одним из основных требований к АВП для достижения оптимального сочетания текста перевода с видеорядом.

Д. И. Бань

ПЕРЕВОД ПЕСЕН ИЗ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЮЗИКЛОВ

Перевод песен – это не воспроизведение слов, а создание нового выразительного слоя, полностью встроенного в кинодискурс. Перевод становится художественным инструментом: он формирует ритм, передаёт настроение, помогает сохранить образы и эмоциональную глубину оригинала. Здесь важно не только понять, что сказано, но и заново услышать, как это звучит – уже на другом языке.

Среди наиболее частотных и значимых трансформаций, используемых в переводе песен, можно выделить следующие: поэтическая интерпретация, модуляция, конкретизация, синтаксическая транспозиция и ритмическая адаптация.

Поэтическая интерпретация используется для восполнения утраченных выразительных средств оригинала за счёт других художественно-значимых элементов, сохраняющих общее поэтическое воздействие. Пример: *‘And died with a flicker’ → ‘И ушла в луче’.*

К модуляции, переводческому приёму, основанному на изменении логико-смыслового или образного восприятия выражения, прибегают с целью сохранения выразительности и ассоциативной силы оригинала. Пример: *'I'm so sick of pretty' → 'Надоели мне розовые мечты'.*

Конкретизацию, приём, при котором абстрактное или обобщённое выражение заменяется более конкретным образом, применяют для усиления наглядности и сохранения эмоционального воздействия. **Пример:** Пример: *‘I’m as tough as the crust of the Earth I move’ → ‘земля, что скрипит подо мной’.*

Синтаксическая транспозиция и ритмическая адаптация – приёмы перестройки синтаксиса и ритмики оригинала; они обеспечивают музыкальную и интонационную согласованность перевода с мелодией, сохраняя при этом смысл и эмоциональную нагрузку. Пример: *'Look at this home / we need a new foundation' → ‘Семья — не дом из песка, но нужна нам основа'.*

К ним можно добавить такие приемы, как добавление, адаптация, описательный перевод, транспозиция, конкретизация, опущение, креативная трансформация и сохранение функционального эквивалента.

Принимая во внимание всё вышесказанное, можно отметить, что наиболее продуктивными становятся трансформации, в которых точная передача значения уступает приоритет образности, а буквальный подход – воспроизведению эмоционального воздействия. Независимо от формы – дубляж или субтитры – успешный перевод строится на способности перевести не только текст, но и его художественную природу.

А. В. Барбутько

СУБТИТРЫ КАК СПОСОБ АДАПТАЦИИ ТЕКСТА ПРИ АУДИОВИЗУАЛЬНОМ ПЕРЕВОДЕ

Современный мир характеризуется массовым производством фильмов, сериалов и другого видеоконтента, и наряду с этим растёт значимость качественного аудиовизуального перевода, одной из ключевых форм которого выступает субтитрирование – трансформация устного текста в письменный.

Субтитры представляют собой краткий **письменный перевод устной речи**, ограниченный по количеству строк (не более двух) и символов (до 39 знаков в строке). Они синхронизированы с видеорядом и отображаются в нижней части экрана. Эти ограничения требуют от переводчика высокой степени лаконичности, умения сжимать текст, не теряя при этом смысла, стиля и эмоционального окраски оригинала.

Субтитры адаптируют контент не только **лингвистически**, но и **культурно**. Задача переводчика – обеспечить понятность, сохранение интонации, стиля и реалий оригинала. Это достигается путём применения различных переводческих приёмов:

Из-за ограничений по времени и объёму переводчику субтитров приходится применять различные приёмы сжатия и трансформации исходного текста: **опущение** (удаление избыточной или визуально понятной информации); **смысловая компрессия** (сведение длинных фраз к коротким репликам); **лексико-грамматические трансформации** (антонимический перевод, генерализация, замена частей речи); **контекстуальная замена** (адаптация фраз под культурные реалии языка перевода); **стилистическая адаптация** (подгонка реплик под речевые особенности персонажей (жаргон, диалекты, культурно-специфические выражения).

В отличие от дубляжа, где переводчики «вкладывают текст в губы» актёров, добиваясь максимальной фонетической и драматической синхронности, субтитры позволяют сохранить оригинальную аудиодорожку и аутентичность произведения. Это делает субтитрирование более экономичным и менее трудоёмким методом, однако требует от зрителя повышенной концентрации внимания и может приводить к потере части визуальной информации при чтении текста.

Таким образом, субтитры выступают ключевым инструментом адаптации текста в аудиовизуальном переводе, балансируя между лингвистическими, технологическими и культурными требованиями. Выбор этого метода определяется типом контента, целевой аудиторией и бюджетными рамками проекта. Несмотря на свои ограничения, субтитрирование остаётся самым оперативным и доступным способом сделать видеоматериалы многозначимо понятными для зрителей по всему миру.

К. Д. Белькевич

ПЕРЕВОД ЛЕКСИКИ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В МЕДИЙНОМ ДИСКУРСЕ

Искусственный интеллект (ИИ) стремительно проникает во все сферы нашей жизни, а медийный дискурс играет ключевую роль в формировании общественного мнения об этой технологии. Однако, специфика лексики предметной области ИИ, часто заимствованной из английского языка, представляет собой вызов для адекватного ее перевода и адаптации в медийном пространстве. Целью данного исследования является выявление специфики перевода терминологии предметной области искусственного интеллекта в медийном дискурсе.

Можно выделить несколько основных групп терминов ИИ, требующих особого внимания при переводе в медийном дискурсе:

Основные понятия: Artificial Intelligence (AI), Machine Learning (ML), Deep Learning (DL), Neural Network, Algorithm, Data Set, Training Data, Bias, Model, Prediction, Inference.

Типы ИИ: Narrow/Weak AI, General/Strong AI, Superintelligence.

Методы и подходы: Supervised Learning, Unsupervised Learning, Reinforcement Learning, Natural Language Processing (NLP), Computer Vision, Robotics.

Приложения ИИ: Autonomous Vehicles, Chatbots, Recommender Systems, Fraud Detection, Healthcare AI, Fintech AI.

Этические и социальные аспекты: AI Ethics, Algorithmic Bias, Explainable AI (XAI), AI Safety, Job Displacement.

Стратегии перевода англоязычной терминологии ИИ в медийном дискурсе:

- Транслитерация/Транскрипция: передача звучания или буквенного состава слова. Например: *Algorithm* ‘алгоритм’*, Chatbot* ‘чатбот’.
- Калькирование: пословный перевод, сохраняющий структуру исходного слова или фразы. Например: *Machine Learning* ‘машинное обучение’*, Neural Network* ‘нейронная сеть’*, Natural Language Processing* ‘обработка естественного языка’.
- Описательный перевод/Разъяснение: замена термина развернутым описанием его значения. Например: *Explainable AI (XAI)* ‘искусственный интеллект, решения которого можно объяснить’, *Algorithmic Bias* ‘предвзятость, встроенная в алгоритмы’.
- Аналог/Замена эквивалентом: использование существующего русскоязычного термина, близкого по значению. Например: *Training Data* ‘обучающая выборка’*, Inference* ‘вывод’.

Переводчик должен также учитывать факторы, влияющие на выбор стратегии перевода: целевая аудитория и уровень ее подготовки к знакомству с терминологией ИИ, тип медиа (научно-популярные издания, новостные порталы, блоги и т.д.), контекст, стиль издания. Точный перевод лексики искусственного интеллекта в медийном дискурсе способствует информированности аудитории и обеспечивает понимание современных технологий ИИ.

А. Д. Бердник

СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ОТРИЦАТЕЛЬНЫХ ЭМОЦИЙ В ВИДЕОИНТЕРВЬЮ: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Видеоинтервью как диалогический жанр является одним из наиболее распространенных благодаря своей способности передавать истинные эмоции интервьюируемого, что способствует более глубокому восприятию информации.

Эмоции отражают отношение объекта к окружающему миру или самому себе. Выражаться они могут как вербальными средствами (эмоционально окрашенная лексика, фразеология, синтаксические конструкции, изменения в интонации и темпе речи), так и невербальными (мимика, жесты, позы).

При передаче эмоций, особенно отрицательных, переводчик сталкивается с некоторыми сложностями. Ему необходимо учитывать культурные особенности, поскольку в разных культурах степень открытости в выражении эмоций варьируется. Эмоции также часто требуют контекстуального понимания. Одно и то же слово может означать различные чувства в зависимости от ситуации. Например, слово "*fear*" может переводиться на русский язык как "страх" или "опасение". Или фраза «*мне так грустно*» может означать как искреннее выражение печали, так и ироничное замечание. Трудности возникают при переводе слов и идиом, которые не имеют аналогов в другом языке. Например, слово «*тоска*» в русском языке передает более глубокое чувство, чем просто «*грусть*». В таком случае необходимо использовать различные переводческие трансформации, такие как добавление фрагментов для усиления эмоций, описательный перевод, эмоциональную адаптацию и другие, для достижения более точного результата перевода.

Примеры применения переводческих стратегий:

1. В интервью с жертвой катастрофы передача эмоций осуществляется через интонацию и паузы: «*I lost everything I had*» – «*Я... я потеряла всё... что имела*».

2. Реакция Майка Тайсона на провокационный вопрос, связанный с судимостью звезды за насилие, иллюстрирует необходимость создания адекватного образа, сохраняя эмоциональную нагрузку: «*It’s so interesting that you come across as a nice guy but you’re really a piece of shit!*» – «*Так интересно, что ты кажешься хорошим парнем, но на самом деле ты совсем не такой!*»

В заключение важно отметить, что средства репрезентации отрицательных эмоций в видеоинтервью требуют от переводчиков высокой степени точности. Эффективный перевод может не только сохранить информационное содержание, но и передать эмоциональный накал оригинала. Исследование показало, что как вербальные, так и невербальные средства играют ключевую роль в репрезентации эмоций. Переводчики должны тщательно анализировать культурные контексты и адаптировать свои стратегии, чтобы обеспечить адекватное восприятие переведенного материала. Умение сохранить как содержание, так и эмоциональный фон является залогом успешной адаптации текста к целевой аудитории.

А. А. Бондарева-Барсук

ПЕРЕВОД ТЕКСТОВ ПРАВОВОГО ДИСКУРСА: СПЕЦИФИКА И СТРАТЕГИИ

Исследование юридического дискурса принимает всю большую важность в современном мире, что обусловлено рядом факторов. Один из них – процесс глобализации, т. е. системная, многоаспектная и разноуровневая интеграция существующих в мире государственно-правовых, экономико-финансовых и общественно-политических институтов, идей, принципов, связей, морально-политических, материальных и иных ценностей, разнообразных отношений.

Юридический дискурс следует понимать как комплекс всех текстов права в их динамике – в процессе их толкования и разъяснения. Важнейшей чертой юридического дискурса является специфический язык. Для него характерна эмоциональная нейтральность и широкое применение терминов – слов с четкой, однозначной трактовкой, эмоционально не окрашенных и беспристрастных.

Юридический перевод классифицируется как особый тип перевода. Это обусловлено спецификой юридической терминологии и культурно-специфическим характером юридического дискурса, влияющего на структуру текста. В качестве примера мы рассматриваем две основные правовые системы: континентальную (романо-германская) и англо-саксонскую.

При переводе юридического текста с английского языка необходим дополнительный анализ и применений трансформационных приемов. Например, типичные для англо-саксонской правовой системы термины *advocate*, *barrister* и *attorney* представляют несколько разные понятия, принадлежащие одной категории. Поэтому при переводе используется прием генерализации – *адвокат*. Еще один пример – *three strikes law* (закон трех ударов). Термин заимствован из бейсбола и подразумевает, что лицо, трижды нарушившее закон, в конечном итоге подвергается максимально суровому наказанию. При переводе термина требуется экспликация – *закон о трех преступлениях.*

Сложности при переводе идиоматических терминов и метафор связаны с тем, что калькирование в большинстве случаев не способствует пониманию значения фразеологизмов. Поэтому и тут применяется экспликация: *John Doe* и *Richard Roe* переводятся как *истец* и *ответчик*.

Иногда английские юридические термины скрывают в себе имплицитные семы. Чтобы разобраться в значении такого термина, требуется мысленно дополнить пропущенные слова, что иногда предполагает перестройку синтаксической структуры. Например, *dying declaration* (declaration of a person who is dying) переводится как *предсмертное заявление*.

Таким образом, для перевода юридических текстов от переводчика требуется серьезная подготовка и глубокое понимание юриспруденции. Чтобы специалист не совершал ошибок при переводе, ему нужно скрупулезно изучить вышеуказанные переводческие приёмы и принять во внимание особенности юридических текстов.

К. А. Бородынич

ТЕРМИНЫ ПРЕДМЕТНОГО ПОЛЯ «КИБЕРСПОРТ»

Киберспорт – вид соревновательной деятельности и подготовки к соревнованиям на основе компьютерных и/или видео игр, где игра представляет среду взаимодействия объектов управления, обеспечивая равные условия состязаний человека с человеком или команды с командой. Киберспорт является официально признанным видом спорта и вызывает большой интерес не только у молодого поколения, но и традиционного спортивного сообщества в целом.

Как и для других видов спортивной деятельности, для киберспорта характерна своя терминосистема, особенностью которой можно считать сочетание традиционных терминологических единиц, характерных для предметного поля «Спорт», и уникальных лексических единиц, присущих только этой системе.

В первой группе терминов можно выделить несколько категорий, которые описывают общие организационные аспекты соревнования. Например, термины, называющие участников соревновательного процесса (*игрок, тренер, комментатор, аналитик*), обозначения запрещённых препаратов (*допинг*), специальной формы для соревнований (*джерси*), принципов распределения игроков в турнирной сетке (*посев, слот*) и т. п. Интересно отметить, что в терминосистеме киберспорта существуют термины, имеющие то же значение, что и традиционных видах спорта, однако ударение в словах отличается. Этот вариант не считается искажением или нарушением нормы, но закреплен как вариант термина для этого предметного поля (*рáмпа* – наклонная плоскость, горка в велоспорте и *рампá* в игре «Counter Strike»). Помимо традиционных терминов в предметном поле «Киберспорт» можно заметить и заимствованные сленгизмы, используемые в том же значении, что и в оригинальном поле (*банка* – скамейка запасных, *опорник* — опорный полузащитник).

Во второй группе терминов, состоящей из единиц присущих только сфере киберспорта, так же можно выделить несколько категорий. Существуют общие понятия для всех киберспортивных дисциплин такие как серия поражений (*лузстрик*) или программа для общения членов команды во время матчей (*тимспик*). При этом можно выделить индивидуальные группы терминов присущие только одной киберспортивной дисциплине. Например, название оружия в CS 2 (*зевс, тек, мак*) или роли персонажей в Dota 2 (*керри, саппорты, лесники, танки*).

Таким образом, можно сделать вывод, что терминология киберспорта является динамически развивающейся системой, сочетающей традиционные элементы спортивной терминологии и специальные единицы, присущие только киберспортивным дисциплинам.

В. Д. Буй

ПЕРЕВОДЧИКИ ПРОИЗВЕДЕНИЙ Р. БРЭДБЕРИ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Творчество известного американского писателя XX столетия Рэя Дугласа Брэдбери (1920–2012) известно и любимо не одним поколением русскоязычных читателей, интересующихся всеми его произведениями от научной фантастики до повестей и рассказов с автобиографическим оттенком. Все они переведены на русский язык, причем в нескольких вариантах перевода.

Особый интерес представляет интерпретации произведений Рэя Брэдбери в переводах Норы Галь, блестящего переводчика литературы с иностранного языка на русский. Нора Галь сумела не только сохранить стиль оригинала рассказов «Бетономешалка», «Здравствуй и прощай», «Дракон», «Ракета», «Земляничное окошко», но и адаптировала тексты к русским литературным нормам, используя менее жесткую манеру изложения, но более поэтичный стиль (Э.Б. Кузьмина, 1997).

Другие переводчики также внесли значительный вклад в свое видение произведений Брэдбери. Лев Жданов, например, изменил порядок следования рассказов в произведении «Марсианские хроники», сохраняя при этом основную идею и не искажая суть переведенных рассказов.

Татьяна Шинкарь – еще одна значимая персона в кругу переводчиков творчества Р. Брэдбери; она известна своим переводом романа «451 градус по Фаренгейту», переиздававшемся в ее переводе много раз. Переводчик сталкивался с необходимостью советской цензуры и тогда приходилось сокращать или даже опускать некоторые фрагменты оригинала, например, связанные с религиозными отсылками. Или придерживаться тактики сдержанного выражения эмоционально-окрашенной лексики. Так, в переводе Т. Шинкарь эмоциональные фразы звучат сдержанно: *It was a pleasure to burn* ‘Доставляло удовольствие жечь’, в сравнении с другим переводом, выполненным Виталием Бабенко, *It was a pleasure to burn* ‘Какое наслаждение – жечь!’.

Э. Ю. Кабалевская, родом из Беларуси, перевела 13 произведений Р. Брэдбери, среди которых повесть «Вино из одуванчиков». В переводе повести Э. Ю. Кабалевской диалоги звучат естественно, а именно так, как говорили американские подростки в реальной жизни; описания в повести не перегружены метафорами. Именно данный перевод считается лучшим, а потому по количеству изданий в два раза превосходит другой русскоязычный вариант, выполненный позднее А. Оганяном.

Из обзора переводов Р. Брэдбери на русский язык можно сделать вывод, что русскоязычные переводы произведений Рэя Брэдбери представляют собой значимое явление в истории литературных переводов, показывающих не только интерес к творчеству писателя, но и возможность установления диалога культур посредством переведенной литературы.

А. Н. Бутрим

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА *ХОККЕЙ* В ПОВЕСТИ Э. СИГАЛА «ИСТОРИЯ ЛЮБВИ»

Главный герой повести американского писателя Эрика Сигала «История любви», написанной в 1970 году, – Оливер Барретт, умный и богатый студент Гарвардского университета. Оливер является членом университетской хоккейной команды, и для него хоккей – это не просто игра, а страстное увлечение, способ выразить себя, реализовать свои амбиции, а также сбежать от давления со стороны отца.

Методом сплошной выборки в тексте повести выделено 174 слова и словосочетания, участвующих в репрезентации концепта *хоккей*, которые делятся на 6 семантических групп. Первая группа «Участники» содержит наименования участников матча и подразделяется на: своих (*colleagues* ‘коллеги’, *teammates* ‘товарищи по команде’); соперников (*defenseman* ‘защитник’, *goalie* ‘вратарь’, *enemy colors* ‘вражеские цвета’); судей (*referee* ‘судья’, *ref* ‘судья’); фанатов (*crowd* ‘толпа’, *hockey faithfuls* ‘хоккейные фанаты’, *rooters* ‘болельщики’). Вторая группа – «Элементы площадки». К ней относятся термины, описывающие место проведения игры, например, *boards* ‘борта’, *penalty box* ‘скамейка штрафников’, *stands* ‘трибуны’, nets ‘ворота’. Семантическая группа «Инвентарь» объединяет наименования экипировки игроков (*skates* ‘коньки’, *pads* ‘щитки’, *shirt* ‘хоккейный свитер’, *puck* ‘шайба’). К группе «Ход игры» относятся лексемы, называющие действия, которые могут совершать: игроки (*holding* ‘задержка соперника’, *fighting* ‘драка’, *to pass off* ‘отдать пас’, *to get hurt* ‘травмироваться’, *to perforate* ‘поразить’, *to warm up* ‘разминаться’); болельщики (*to boo* ‘освистывать’, *to chant* ‘скандировать’, *to roar* ‘реветь’, *to groan* ‘стонать’); судьи (*to blow* ‘дуть’, *to point* ‘указывать’, *to wave off* ‘отмахнуться’, *to call on* ‘назначить’). В группу «Результаты игры» объединены наименования возможных вариантов исхода матча и названия наград (*victory* ‘победа’, *defeat* ‘поражение’, *winning* ‘победа’, *the Ivy title* ‘кубок Лиги плюща’). В группу «Характеристики» отнесены лексемы, называющие признаки игроков, болельщиков и самого игрового процесса. В ней выделяются подгруппы «Характеристики участников» (*dirty* ‘грязный’, *bloodthirsty* ‘кровожадный’, *grim* ‘мрачный’), «Характеристики игры» (*flagrant* ‘грубый’, *lousy* ‘ужасный’, *tough* ‘жесткий’), «Характеристики действий» (*murderous* ‘убийственный’, rougher ‘грубее’, determined ‘решительный’). Самой многочисленной из выделенных групп является «Ход игры», к которой относятся 57 % от общего количества лексических единиц, участвующих в репрезентации концепта *хоккей*. Меньше всего единиц входит в состав групп «Инвентарь» и «Результаты игры».

А. Н. Вашукевич

ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ЗНАЧЕНИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ПЕРЕВОДЕ

Безэквивалентная лексика (БЭЛ) – это слова, описывающие уникальные элементы материальной и духовной культуры. В художественных произведениях они служат средством передачи национального колорита. К БЭЛ можно отнести иноязычные вкрапления – слова и выражения, введенные в текст автором на другом языке в исконном написании или транслитерации (М. Н. Баяни, 2011).

В результате исследования текстов оригинала и перевода романа М. Пьюзо «Крёстный отец» нами было выделено несколько групп иноязычных вкраплений:

1. Этнографические реалии

a. Пища, напитки (*taralles* – таралли, традиционное итальянское печенье; *grappa* – граппа, итальянский виноградный алкогольный напиток крепостью 40-50 %);

b. Обычаи и традиции (*tarantella* – тарантелла, итальянский народный танец);

2. Реалии спорта (*boccie* – спортивная игра с мячом на точность);

3. Эмоционально окрашенная лексика (*pezzonovante* – влиятельный человек; *finocchio* – основное значение – укроп, в контексте произведения – представитель мужского пола нетрадиционной ориентации).

В текстах перевода романа также присутствуют иноязычные вкрапления. Например: *And perhaps, to show respect only, never for profit, some humble gift – a gallon of homemade wine or a basket of peppered* ***taralles*** *specially baked to grace his Christmas table.* Перевод М. Кан (1990г.): Ну разве что какое-то скромное подношение: бутыль домашнего вина, корзина сдобных, наперченных коржей – *taralles*, испечённых специально к его рождественскому столу. Перевод С. Сычёвой, И. Забелина (1991г.): Порой, возможно, – только, чтобы выразить искреннее уважение и ни в коем случае не в целях материального вознаграждения – что-нибудь невзыскательное, вроде галлона домашнего вина или *корзины печенья*, специально приготовленного к рождественскому столу дона Вито. Перевод М. Молчанова (2024): А иногда, в знак почтения и никак не в качестве дани, – галлон домашнего вина или корзинку перченых *таралли* [Таралли – итальянское хлебобулочное изделие, напоминающее сушки; бывает сладким или со специями. Распространенное угощение на Сицилии, где его употребляют, макая в вино], специально испеченных к рождественскому столу благодетеля.

На наш взгляд, наиболее удачным является перевод М. Молчанова. Переводчик сохраняет оригинальные термины и приводит краткие пояснения, что способствует более глубокому погружению читателя в атмосферу художественного произведения. В переводе М. Кана наблюдается утрата

культурной специфики, связанной с итальянским колоритом. Перевод С. Сычёвой и И. Забелина демонстрирует тенденцию к сглаживанию и адаптации реалий под русскоязычного читателя: иноязычные вкрапления почти полностью устранены, что обедняет лингвокультурный фон текста.

А. Ю. Вечорко

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ СЛУЖЕБНЫХ СЛОВ

Актуальность темы обусловлена высокой частотностью многофункциональных служебных слов в английском языке и трудностями их перевода, особенно в научных и публицистических текстах. В условиях глобализации переводчику важно учитывать контекстуальные и функциональные особенности таких слов. Цель работы – выявить особенности многофункциональных служебных слов в научных текстах и специфику их перевода на русский язык.

Методом сплошной выборки из учебника “Intermediate Microeconomics” by Hal R. Varian были отобраны контексты со словом *as* (51), *one* (26) и *since* (19). *As* функционирует как союз (20), предлог (28) и наречие (3); *one* – как числительное (14) и местоимение (12); *since* – как союз (18) и предлог (1).

Анализ перевода слова *as* показывает, что его передача на русский язык зависит от его функции. Если *as* – предлог, то часто используются словарные эквиваленты: …*as a vertical line* ‘в виде вертикальной линии’ (16), реже – опущение: …*will think of the apartments as...* ‘будем считать, что’ (11). Если *as* – союз, применяются словарные эквиваленты: *As noted before…* – ‘Как уже отмечалось…’ (10) и опущение: *As the name implies...* ‘Названием подразумевается ...’ (6). В функции наречия *as* переводится словарным эквивалентом: ... *just as many apartments after the tax as before* ‘*...столько же, сколько их было до того*’ (8).

Анализ перевода слова *since* в различных функциях показывает, что оно в основном переводится с использованием словарного эквивалента: … *since the number…* ‘*так как число квартир…*’ (18). В одном случае применяется замена части речи: *Since the Food Stamp Act of 1964* ‘С момента принятия Закона 1964 г. о введении продовольственных талонов…’ (1).

Анализ перевода слова *one* в различных функциях показывает, что в роли числительного оно чаще всего переводится с помощью словарного эквивалента *one apartment would be rented* ‘одна квартира и будет сдана’ (12), реже встречается замена части речи (2). В функции местоимения *one* переводится также преимущественно словарным эквивалентом: *An equilibrium price is one where…*‘Равновесная цена – та, при которой…’ (3), но в некоторых контекстах применяется замена части речи: …*gets one in the outer ring …* ‘получает квартиру во внешнем кольце’ (7), а также опущение: …*it is Pareto inefficient is certainly one strike against it.* – ‘оно неэффективно по Парето, явно говорит не в его пользу’ (2).

Таким образом, во всех случаях наибольшую частотность демонстрирует способ перевода посредством словарного эквивалента. Но чтобы выбрать нужный словарный эквивалент, переводчик должен правильно определить функцию подобных слов в определенном контексте.

Е. И. Войцеховская

ПЕРЕВОД СЛЕНГА В АМЕРИКАНСКОМ КИНОДИСКУРСЕ
(на материале сериала “The boys”)

Сегодня в лингвистике уделяется все больше внимания устной коммуникации, как и ее составной части – сленгу. Сленг несет в себе выраженную социальную и культурную специфику. По этой причине он является ключевым элементом кинотекстов аудиовизуальных произведений. Существует огромная необходимость подробного исследования сленга в контексте перевода. Мотивацией для изучения сленга как составной части кинотекста послужило и то, что зачастую неправильный перевод сериалов может затруднить или исказить понимание первоначального смысла речи героев сериала. В этой связи необходим грамотный перевод сериалов, анализ адекватности перевода и разработка предложений по их переводу.

Мы проанализировали молодёжный сериал “The Boys” на наличие в нем сленгизмов и особенностей их употребления. В ходе просмотра сериала было обнаружено значительное количество сленговых выражений (300 единиц). Приведем некоторые примеры и предложим свой вариант перевода сленговых слов и выражений, учитывая микро и макроконтекст высказывания:

1. *Easy-peasy, japanesey* ‘легко, легкотня, как нефиг делать’ (эквивалентное идиоматическое выражение).

2. *…Couple bar fights, some cars got nicked… A-Train stopped two bank robbers, my arse. Someone’s covering somethin’ up.* …‘Пару драк в баре, несколько машин сперли. А Поезд-А остановил двух грабителей банков, *уй там! Кто-то что-то скрывает’ (адаптация с элементами трансформации).

3. *Yeah. True. Good point. Figure that out, we’ll have the fucker. Got a nose for this shit, and I’m tellin’ you, I can smell it.* ‘Да. Правда. Хорошая мысль. Разберемся с этим, и у нас будет этот ублюдок. У меня нюх на это дерьмо, и я говорю тебе, я его чую’ (эквивалентный перевод, дословный перевод).

4. *I couldn’t sneak in meself, not in a million years.* ‘Я не смог бы пробраться туда сам, ни за что на свете’ (идиоматический эквивалент).

5. *I just – I can’t. I’m just gonna fuck it up. You won’t have your bug and I’ll be dead. I’m not like you.* ‘Я просто… Я не могу. Я просто облажаюсь. Ты потеряешь свой жучок, а я буду мертв. Я не такой, как ты.’ (эвфемист. перевод).

6. I’m gonna fuckin’ have you. You cunt. ‘Я до тебя доберусь. Мудак’ (дословный перевод).

Таким образом, к способам перевода СЕ в сериале “The Boys” относятся адаптация, эквивалентный перевод, дословный перевод и пр.

Волосюк В. А.

.

РЕЧЕВЫЕ ФОРМУЛЫ ВЕЖЛИВОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

На основе анализа 50 микроконтекстов, содержащих речевые формулы вежливости, отобранных из англоязычных социальных сетей Instagram, YouTube, X/Twitter и опираясь на труды Т. В. Лариной, Я. А. Захарьянц, Е. А. Аршавской, Е. И. Беляевой, Н. В. Бурениной, Е. С. Петелиной, Н. Л. Соколовой и Л. П. Ступина, выделяются следующие ключевые речевые формулы вежливости: формулы поддержки и согласия, которые выражают одобрение, демонстрируют солидарность: *Totally agree with your point! Well said! Couldn't have put it better myself;* формулы несогласия и критики, представляющие вежливое выражение противоположной точки зрения: *I see where you're coming from, but I have a different perspective. Interesting point, though I have some reservations;* формулы выражения интереса для поддержки диалога, вовлечения в беседу: *That's fascinating! Could you elaborate more? I'd love to hear more about your experience;* формулы искреннего выражения восхищения или признания заслуг адресата: *Absolutely stunning! Your creativity knows no bounds. This photo made my day. You're a true inspiration. Your positivity is infectious;* этикетное выражение признательности, часто клишированное: *Thank you for sharing your insights! Much appreciated for your help. Grateful for your support*; поздравление с достижениями или праздниками: *Congratulations on your promotion! Happy anniversary! Well-deserved success! Cheers! Wishing you many more years of happiness;* приветствие**,** которое используется при начале общения, в соцсетях, встречается реже: *Good morning, sunshine! Hope you have a fantastic day. Hey there! Just wanted to say hi and see how you're doing*; формулы сочувствия для выражения эмоциональной поддержка адресата: *I'm here for you during this tough time. Sending you strength and love. Thinking of you and hoping things get better soon;* формулы выражения просьбы с целью получить информацию или помощь, часто скрытая манипуляция: *Could you please share your recipe? That dish looks amazing! Would you mind telling me where you got that outfit? It's stunning!* формулы извинения, которое может быть искренним или формальным: *I'm truly sorry for the misunderstanding. Your patience is appreciated. Apologies for the oversight. I value your feedback*; формулы завершения общения для закрытия разговора вежливо и доброжелательно: *Thanks for the chat! Let's catch up again soon. Appreciate your time. Talk later!* Специфика сетевой вежливости**:** использование эмодзи, стикеров и GIF-анимаций для передачи эмоций, краткие, но вежливые выражения в комментариях для адаптации вежливости под цифровой дискурс.

Наиболее частотными речевыми формулами вежливости являются формулы выражения похвалы, поздравления и благодарности, которые составляют около 78% всех случаев речевой вежливости в англоязычных социальных сетях.

А. А. Вольщук

МОТИВИРОВАННОСТЬ АНГЛИЙСКИХ И РУССКИХ АНТРОПОНИМОВ

Мотивированность антропонимов как в английском, так и в русском языках зависит от исторические, языковых, культурных и социальных факторов. Как для английских, так и русских антропонимов характерны такие общие факторы мотивированности, как историческая мотивированность: *Arthur* ‘Артур’, имеют кельтские корни и ассоциируются с легендами о короле Артуре, что придает им историческую значимость. *Elizabeth* ‘Елизавета’ связано с королевой, оказавшей значительное влияние на английскую историю; *Владимир* и *Святослав*, имеют глубокие исторические корни и часто ассоциируются с великими князьями и событиями древнерусской истории; семантическая мотивированность: *Joy* ‘Джой’ и *Faith* ‘Фейт’, *Светлана* (свет) и *Любовь*, отражают положительными эмоции, желаемые качества и ценности, которые родители хотят привить своим детям, что делает их популярными; современные тенденции: на сегодняшний день наблюдается рост популярности уникальных имен, таких как *Jaxon* ‘Джексон’ или *Kinsley* ‘Кинсли’ *Милана* и *Арина*, которые часто становятся популярными благодаря влиянию социальных медиа и рекламируемых ими знаменитостей. В некоторых регионах России существуют свои уникальные имена, как например, *Ярослав* или *Злата*, что подчеркивает разнообразие культурных влияний внутри страны. Среди английских антропонимов наблюдается тенденция к использованию гендерно нейтральных имен, таких как *Taylor* ‘Тейлор’ и *Jordan* ‘Джордан’, которые становятся популярными среди молодежи и отражают изменения в восприятии гендера. Гендерная нейтральность наблюдается и среди русскоязычных имён собственных, особенно это касается их уменьшительной формы: *Саша, Паша.*

Особенными для англоязычного имянаречения являются антропонимы, обозначающие морально-этические качества человека: *Adeline* ‘благородная’, *Richard* ‘смелый’, *Wisdom* ‘мудрый’, *Agatha* ‘добрый, хороший’, *Prosper* ’богатый’, *Agnes* ‘чистый’; некоторые из них заимствовало и русскоязычное имянаречение: *Агата, Ричард, Агнесса*. В подгруппу антропонимов, обозначающие наименования флоры, входят названия цветов (*Pansy* ‘анютины глазки’, *Myrtle* ‘мирт’, *Роза, Лилия*), деревьев (*Olivia* ‘оливковое дерево’, *Оливия*), ягод (*Cherry* ‘вишня’, *Berry* ‘ягода’) и трав (*Fern* ‘папоротник’, *Holly* ‘падуб’),\ При этом интересно отметить, что в своем абсолютном большинстве (около 90%) речь идет о женских именах, что, на наш взгляд, является вполне закономерным, ввиду существующих представлений о женской красоте, которая зачастую сравнивается с красотой цветов, растений и сладостью плодов.

В целом, использование английских и русских антропонимов демонстрирует их сходство и разнообразие, культурные и социальные контексты их употребления, а также богатство языков.

В. А. Вышников

ТЕРМИНОЛОГИИ ХОККЕЯ С ШАЙБОЙ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ СПОРТИВНЫ СМИ: СРАВНИТЕЛЬНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ

Целью данного исследования является анализ терминов хоккея с шайбой, встречающихся в англоязычных (NHL.com, The Athletic, TSN, ESPN) и русскоязычных (sports.ru, Чемпионат, Матч ТВ) источниках, а также выявление различий в их употреблении и структуре. В англоязычных источниках наблюдается стремление к краткости и выразительности: *He deked the goalie and went five-hole.*В русском – преобладает более описательный стиль: *Игрок обыграл вратаря и отправил шайбу между щитков.*

Хоккейная терминология классифицируется

1. По составу и форме:

- одиночные лексемы: *goalie* 'вратарь*', check* 'столкновение*', stick* 'клюшка*', shot '*бросок';

- сложные термины: *breakaway ‘выход один на один', slapshot 'щелчок', power play ‘игра в большинстве', top shelf 'верхний угол ворот’;*

- сокращения и аббревиатуры: *OT 'overtime’, D-man 'defenseman', GAA ‘goals against average’* — англ.; *КХЛ, ГП 'грубое нарушение', ИБ 'индивидуальный бросок* — рус.;

2. По тематике: игровые действия: *forecheck, poke check, body check; рус.: отбор шайбы, смена, прострел, добивание;* игроки и роли: *sniper ‘снайпер', grinder 'рабочая лошадка', two-way forward 'игрок, играющий и в атаке, и в обороне'*; рус.: *бомбардир, силовик, универсал;*тактика: *dump and chase, penalty killing, cycling the puck*; рус.: *игра от обороны, большинство 5 на 3, контроль зон;.*атрибутика: *blocker, helmet, pads, stick*; рус*.: щитки, краги, шлем, шайба*

В русском языке активно используются заимствования: *драфт, буллит, плей-офф, хет-трик, блокшот, хет-трик;* частичные заимствования: *форчекинг / активный отбор, тафгай/ силовик.*

Некоторые термины могут менять значение в зависимости от контекста: *shift* 'смена' (отрезок времени на льдув трансляции матча; в русском: *подставление* ‘игровое действие’ или ‘нарушение правил’.

Сравнение англоязычной и русскоязычной хоккейной терминологии показывает высокую степень интеграции международных терминов в обоих языках, но также выявляет различия в стилистике подачи, структуре и культурной специфике описания игры, что даёт перспективу исследовани приёмов передачи терминов при переводе.

Д. И. Ганевич

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ СПОСОБОВ ВЫРАЖЕНИЯ ОТРИЦАНИЯ В АНГЛИЙСКОМ И РУССКОМ ЯЗЫКАХ

Отрицание изучается не только лингвистикой, но и такими науками, как психология, философия, математика, поэтому нужно признать, что данная проблема является многоуровневой. Актуальность темы данного исследования обусловлена тем, что в современной лингвистике вопрос отрицания занимает важное место, но, несмотря на большое количество научных трудов, он остается открытым и недостаточно изученным.

Цель данной работы – провести сравнительный анализ способов выражения отрицания в английском и русском языках на материале художественных текстов. Материалом для данного исследования послужил роман Дж.Остин “Pride and Prejudice”.

К лексическому способу образования отрицания относятся слова, семантика которых несет отрицание. В качестве отрицательных слов могут выступать местоимения, наречия, глаголы и существительные. К отрицательным местоимениям в английском языке относятся: ***no***, ***none***, ***nobody, no one, nothing***, ***neither***. Полное отрицание передается с помощью наречий ***never*** и ***nowhere***, а частичное – с помощью ***seldom*** или ***rarely***.

Что касается русского языка, отрицание на лексическом уровне выражается с помощью отрицательных частиц, слов и местоимений: частицы ***не, ни;*** слова ***нет, негде;*** местоимения ***никто, ничто;*** наречия ***нигде, никогда***.

К синтаксическому способу выражения отрицания в английском языке относятся отрицательные союзы, такие как ***neither ... nor***, а также предлог ***without***, которые активно используются для передачи отрицательных смыслов.

Синтаксический способ в русском языке основан на изменениях в структуре предложения. ***Инверсия*** в русском языке используется для выделения отрицательной частицы ***не*** или других элементов отрицания: *«Не знаю я, что с ним случилось».* Употребление ***вспомогательных глаголов и модальных слов***: *«Я не могу это сделать».* Использование ***отрицательных вводных конструкций***: *«Безусловно, не все согласятся с этим мнением».*

К ***морфологическим*** способам выражения отрицания относится аффиксация, представленная префиксацией и суффиксацией. Сюда мы можем отнести приставки ***-dis, -il, -im, -un.***

Морфологический уровень в русском языке также использует аффиксацию, где префиксы, такие как "***без-***" и "***дез-***", играют значительную роль. Они помогают формировать новые существительные и прилагательные, таким образом, заменяя положительные значения на их противоположности.

Таким образом, выражение отрицания в английском и русском языках является многообразным и включает в себя лексические, морфологические и синтаксические способы. Обе языковые системы демонстрируют как сходство, так и различия в подходах к выражению отрицания.

Д. С. Гирко

ЛЕКСИКА СОХРАНЕНИЯ МИРА В СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКОМ И ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТАХ

Терминосистема "Сохранение мира" представляет собой сложную группу лексики, отражающую политические, правовые, социальные, культурные и гуманитарные аспекты. Целью исследования являлось выявление и анализ структурных и семантических особенностей терминосистемы "Сохранение мира" в современном английском языке на основе анализа документов международных организаций, а также выявление специфики перевода английских терминов. Языковым материалом послужила терминология сферы международных отношений, зафиксированная в Уставе ООН и Стамбульском документе.

На основе анализа текстов был составлен корпус терминов, насчитывающий 84 единицы. Центральным понятием выступает термин *peacekeeping* ‘сохранение мира’. Структура терминосистемы включает семь тематических блоков: *Main concepts* ‘Основные понятия’, *Pacific settlement of disputes* ‘Мирное разрешение споров’, *Security-building measures* ‘Меры укрепления безопасности’, *Breaches of the peace* ‘Нарушения мира’, *Principles and values* ‘Принципы и ценности’, *Peacekeeping forces* ‘Организации по поддержанию мира’ и *Documents* ‘Документы’. Внутри терминосистемы установлены вертикальные (гиперо-гипонимические отношения и отношения типа “часть–целое”) и горизонтальные связи (синонимические, антонимические, функциональные).

По структуре отобранная специальная лексика представлена:

- термины-слова (35 лексических единиц): производные (*democratization*), непроизводные (*The Secretariat*), сложные (*peacekeeping*), аббревиатуры (*UN, OSCE*);

- термины-словосочетания (49 лексических единиц): преобладают двухкомпонентные (*political dialogue*) и трехкомпонентные (*human rights monitoring*) конструкции. Наиболее распространенными моделями образования терминов-словосочетаний являются: СУЩ + СУЩ, ПРИЛ + СУЩ, СУЩ + ПРЕДЛОГ + СУЩ.

Термины характеризуются высокой степенью унификации и стандартизации, большинство понятий закреплены в официальных документах международных организаций. Выявлены случаи синонимии (*mediation, conciliation, arbitration, negotiation*), антонимии (*disarmament – accumulation and spread of arms and weapons*), случаев омонимии и полисемии в рамках терминосистемы не выявлено. Выявлены термины с положительной эмоциональной окраской (*equality, tolerance, justice*), а также термины с негативной коннотацией (*hatred, corruption, violence*).

Специфика перевода терминологии заключается в необходимости достичь полной адекватности и эквивалентности перевода. Наиболее часто используются калькирование, транслитерация, описательный перевод.

В. А. Гмырак

ОЦЕНОЧНАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК СПОСОБ РЕЧЕВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ

Социальные сети и всевозможные интернет-площадки стали основным средством выражения личных оценок и мнений о событиях во всем мире. В рамках социальных сетей речевое воздействие – это целенаправленная речевая деятельность, которая содержит в себе субъективный взгляд, касающийся обсуждаемого объекта или события и осуществляется при помощи определенных языковых средств. Достижение определенных целей, например, изменение мнения или поведения объекта воздействия невозможно без грамотного использования вербальных средств коммуникации, одним из которых является использование коннотативных значений лексических единиц. В процессе активного потребления новой информации, человек неосознанно выносит определенную оценку различным событиям. Категория оценки – совокупность разноуровневых языковых единиц, объединенных оценочной семантикой и выражающих положительное или отрицательное отношение автора к содержанию речи. Использование оценочных единиц формирует характерную стилистическую направленность сообщений, созданных интернет-пользователями, обусловливая изменения в структуре языка на морфологическом, синтаксическом, лексическом, структурном и других уровнях. Лексические способы выражения оценки: 1) собственно оценочные слова: *idiot, coward, chill;* 2) *кли*ше: *zoom fatigue, go viral, FOMO (Fear of Missing Out)*; 3) метафоры *World Wide Web, Information Superhighway;* 4) сравнение: *They both* ***look like strong users***; 5)персонификация: ***Dyson know*** *they wrong as hell for this*; 6) сниженная оценочная лексика а) с ингерентной оценкой, когда оценочный компонент – неотъемлемый элемент лексического значения слова: *an ass,* б*)* с адгерентной оценкой, когда нейтральное слово приобретает оценочную коннотацию под влиянием контекста: *You have to come down from that cloud because if it weren't for the fans, you wouldn't be spending millions on your* ***luxuries*** (в данном контексте *побрякушки* является пренебрежительной вариацией слова 'аксессуары')*;* 4) авторские оценочные слова: *Oh my God, don't be so delulu* (*delulu* 'бредовый'); 5) слова-интенсификаторы: *so much, extra, less, definitely*; *This pics are* ***sooo*** *nostalgic;* ***How could you*** *not love this guy!* Наиболее эффективно функцию передачи оценки выполняют прилагательные. Они апеллируют к эмоциональным оценкам, основанным на внутренних переживаниях человека. Оценки мотивируются личным эмоциональным опытом автора и бывают как положительными: *Jennifer so naturally* ***pretty*** *and* ***down to earth***, так и отрицательными: *Did no one think it was* ***weird*** *she brought a cream pie on stage?*

Таким образом формируются наиболее эффективные стратегии использования лексических единиц для достижения прагматических установок оценки в текстах социальных сетей для речевого воздействия.

Д. Д. Гончар

ЭКСПРЕССИВНЫЙ СИНТАКСИС В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Исследование базируется на анализе страниц и аккаунтов пользователей социальных сетей Facebook и Instagram. Методом целенаправленной выборки выделено 50 микроконтекстов, содержащих экспрессивный синтаксис, что позволило выявить закономерности и стилистические особенности, характерные для англоязычного и русскоязычного пространства социальных сетей: восклицательные предложения (в примерах сохранена орфография оригинала): *Hear hear!!; Don't forget Mr & Mrs Caviarman and John Staines!; Good man ! Lol; Love it!; The national insurance premium was gradually rising due to my efforts!!! Какой прекрасный вечер! Ура! Мы это сделали!* 2. Восклицательные конструкции, начинающиеся с вопросительных слов *How* и *What: How lovelyshe takes after you! What a privilege to have them! Как же здорово провести время вместе! Что может быть лучше праздника с друзьями?* 3. Риторический вопрос: *...President. We are WINNING big, the envy of the WORLD, but just think what it could be?* Почему мы все еще здесь? Неужели это правда? 4. Стилистическая инверсия, которая в подобных предложениях используется с целью эмфатического усиления значения: *Never before have I seen such a beauty.* В русскоязычном контексте в связи с нефиксированным порядком слов стилистическая функция инверсии не определяется. 4. Эллиптические конструкции, в которых чаще всего отсутствует глагольный компонент: *Posters anyone?!? Ah...sir best work his way through the beer list then.* (): *Two years of twatting aboutavoiding wheat, turns out it's dairy. Nobody give me dairy or there will be consequences; So, less milkshakes more beer*?; And no more Irish coffees in the Shahenshah Пицца кто-то? Супер, ребята! 5.Параллельные конструкции: *They may not be the same people. They may not be the same class. They may not belong to the same country. Мы вместе, мы сильнее, мы едины! Она талантлива, она умна, она вдохновляет.* 6. Обособленные конструкции: *That also helps to explain a fall in the poverty rate from 14.8 % to 13.5 %, the largest annual percentage-point drop in poverty since 1899. СВО также свидетельствует о нашей сплоченности, впервые после 90-х. Мы вместе, мы можем всё, начать и кончить.* 7. Парцелляция: *So, by all means celebrate the astonishing achievements of today's superstar companies. But also watch them. Так что, вперед к новым вершинам! И не забывайте про старых друзей.*

Таким образом, экспрессивный синтаксис служит важным инструментом для передачи эмоций и создания вовлеченности у аудитории социальных сетей. Продуктивность использования типов экспрессивного синтаксиса аналогична как в англоязычных, так и русскоязычных сетях, за исключением стилистической инверсии, которую трудно распознать в русскоязычных версиях в связи со свободным порядком слов

В. И. Градович

ОБРАЗЫ ПЕРСОНАЖЕЙ В РОМАНЕ ХОЛЛИ БЛЭК «ЖЕСТОКИЙ ПРИНЦ» И СПЕЦИФИКА ИХ ПЕРЕВОДА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Образ персонажа – совокупность умственных, эмоциональных и физических качеств героя, выражаемых через описание, поступки и речь. Специфика перевода заключается в особенностях передачи текста с учётом лингвистических, культурных и стилистических различий.

В работе проанализированы образы Джуд и Кардана из фэнтези-романа Холли Блэк «Жестокий принц» (Cruel Prince, 2018). Цель – изучить способы создания образов главных героев, особенности их речи и лингвистические средства в русском переводе.

Одним из способов создания образов героев стали стилистические пртиемы. Особое внимание уделено переводу *метафор, эпитетов и архаизмов*, требующих творческой интерпретации.

Вот пример метафоры: *«to cut out a girl's heart»* подчёркивает привлекательность персонажа.

Эпитеты: *«black hair», «sharp cheekbones»* описывают внешность.

Сравнение: *«as iridescent as a raven's wing»* визуализирует оттенок волос.

В переводе встречаются следующие приёмы: адаптация, добавление, упрощение и пр.

Адаптация – замена метафор и эпитетов на более понятные аналоги; например, «*iridescent*» переведено буквально как «как вороново крыло».

Добавления – усиление эмоциональной окраски: «*sharp enough to cut out a girl's heart*» стало «заточенными словно нарочно, чтобы резать девичьи сердца».

Упрощения – сохранение смысла при сокращении; например, «*I hate him more than all the others*» переведено как «Его я ненавижу сильнее всех прочих» (нивелировано сравнение).

Таким образом, перевод художественного текста требует творческого подхода: важно не только передать смысл, но и сохранить индивидуальность персонажей, их эмоции и культурные особенности. Примеры из романа показывают, что переводчик активно использует адаптацию, добавления и пояснения для достижения этой цели.

А. С. Дайнеко

ПЕРЕВОД АНГЛИЙСКОЙ ЛЕКСИКИ ВИДЕОИГР В СОВРЕМЕННОЙ МЕДИАСФЕРЕ

Объектом исследования выступает англоязычная лексика, активно используемая в видеоиграх и связанных с ними медиаплатформах. Основное внимание уделяется тому, как подобная лексика переводится, адаптируется и воспринимается русскоязычными игроками в условиях современной медиасреды.

Материалом исследования послужили реальные фрагменты общения в игровых сообществах: Reddit, Steam Community, Discord, локализованные вики, игровые форумы и соцсети. Особенность этих платформ – высокая скорость обмена сообщениями, неформальность, а также постоянный контакт с оригинальным англоязычным контентом, что делает их идеальной площадкой для наблюдения за живыми процессами перевода и закрепления новых терминов.

Для систематизации материала была предложена классификация англоязычной лексики, в которую вошли следующие группы:

1. Специализированная лексика (навигация, настройки, геймплей). Основная тенденция – стремление к максимальному упрощению и сокращению. Вместо дословного перевода часто используется транслитерация, формируются акронимы и усеченные формы. Например «bot» становится «бот», «cooldown» становится «КД».

2. Игровой сленг. В отличие от терминов, сленг чаще передается в оригинале, иногда проходит морфологическую адаптацию. Так, «feed» становится «фидить», «camp» становится «кемпить» и т.д.

3. Метафоры и юмористические конструкции. Часто подвергаются локализации с учетом культурного контекста. Переводчики и пользователи нередко жертвуют оригинальным смыслом в пользу сохранения комического эффекта. Например «He's hardstuck Bronze» переводится как «Он навсегда останется рангом бронза».

4. Гибридные неологизмы. Форма, в которой один компонент термина – английский, а другой – русский. Например, «skill issue» становится «проблема в скиле», а «map control» превращается в «контроль мапы». Такие сочетания воспринимаются игровыми сообществами естественно, поскольку сохраняют узнаваемую семантику.

Таким образом, основными критериями становятся не точность и литературность, а функциональность, скорость восприятия и принадлежность к субкультуре. Эти процессы подтверждают, что перевод в медиаполе всё чаще становится коллективной и гибкой практикой, опирающейся на реальные языковые нужды пользователей.

Данилова Д.Д.

ПЕРЕДАЧА ГРАММАТИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ КОРЕЙСКИХ ДОРАМ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

С учетом целей и задач нашего исследования, важно было определить, с какими грамматическими трудностями сталкиваются переводчики при аудиовизуальном переводе корейских фильмов на русский язык.

Проанализировав несколько корейских сериалов, можно сделать вывод, что наибольшую трудность для переводчика может вызвать перевод различных стилей общения в корейском языке. В корейском языке существует несколько уровней вежливости, выраженных в трех стилях обращений: официально-вежливый, неофициально-вежливый, неформальный стиль. Частица *"습니다"* является обозначением официально-вежливого стиля. Также почтительное отношение к собеседнику можно выразить, использовав суффиксы вежливости *"-(으)시"*. При этом простой глагол *가다* 'идти' преобразуется в *가시다*, в то время как глагол *먹다* 'кушать' в 드시다. *우리는 친구와 같이 단어를 외워요* – 'Мы с другом изучаем слова'. Для образования неофициально-вежливого стиля к глаголам и прилагательным добавляются частицы "*아/어요*".

Стоит отметить, что в корейском языке все морфологические и даже синтаксические изменения происходят путем простого присоединения частиц (суффиксов, префиксов, послелогов и т.д.), каждый из которых имеет определенное значение. К другим основным грамматическим различиям, которые могут поставить переводчика в затруднительную ситуацию, относятся: разная структура предложения, несовпадение падежей в языках. Например: *빵집에 가요* – 'Я иду в булочную' (здесь используется падеж места), *빵집에서 먹어요* – 'Я кушаю в булочной' (падеж активности) (Я. Е. Пакулова, 2011).

Для преодоления всех этих трудностей переводчик должен тщательно ознакомиться с материалом работы, а также быть готовым использовать различные трансформационные приемы для достижения адекватного перевода. Для полного понимания материала, который следует перевести, переводчику будет полезно обладать фоновыми знаниями о самой корейской культуре, так как это облегчит ему задачу при переводе культурных реалий. Кроме этого, переводчику следует изучить системы русского и корейского языка, чтобы ликвидировать грамматические различия при переводе.

Л. Л. Добринец

РЕЧЕВОЙ АКТ «АНТИКОМПЛИМЕНТ» В КИНОДИСКУРСЕ: ПРОБЛЕМЫ И СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА

Кинодискурс представляет собой фильм в совокупности с аудиовизуальным рядом и экстралингвистическими факторами. В кинодискурсе активно используются речевые стратегии, включая речевой акт «антикомплимент», для создания образов и воздействия на зрителя. Под речевым актом понимается коммуникация с целью передачи информации или воздействия. Речевая стратегия определяет, как строится высказывание, а речевая тактика – конкретный речевой ход. Комплименты и антикомплименты являются речевыми тактиками. Комплимент представляет собой любезный отзыв о ком-либо/чем-либо, а антикомплимент – высказывание, маскирующее критику под комплимент. В докладе представлено соотношение комплиментов и антикомплиментов, а также рассматриваются проблемы перевода антикомплиментов.

Материалом исследования является современный англоязычный кинодискурс. В 9 фильмах был зафиксирован 191 пример (156 комплиментов и 35 антикомплиментов). Антикомплименты чаще встречались в комедиях и мелодрамах.

Перевод антикомплиментов требует трансформаций. Были выделены следующие приемы, используемые переводчиками:

Модуляция (22): *... and look at her now, look at how gorgeous she is. I mean, compared to the* ***car wreck*** *she was before. – ... она роскошна. Взгляните. По сравнению со* ***страшилой****, которой она была.*

Опущение (6): *You're a cunning and creative toad,* ***aren't you****, Fletcher, coming up with a plan like this? – Ты хитрая и умная старая жаба, Флэтчер. Как же ты все это придумал?*

Компенсация (3): *Da, it's totally obvious, your lips went from Cameron Diaz to* ***Jay-Z****. – Да, это в глаза бросается, губки уже не как у Кэмерон Диас, а как у* ***Эдди Мерфи****.*

Генерализация (3): *I'm sure you're all* ***roadmen****, gangsters,* ***proper naughty boys*** *and all that bollocks. – Уверен вы* ***реальные пацаны****, гэнгста,* ***суперкрутые кенты****. Что там еще бывает?*

Добавление (2): *I mean, you ain't gonna do any better than Larry. – Лучше Ларри не найдешь,* ***готов поспорить****!*

Грамматическая замена (2): ***I'm impressed.*** *... I'm impressed not only by your information, but by your imagination. –* ***Впечатляет.*** *... Восхищен твоей осведомленностью, но еще больше твоим воображением.*

Результаты проведенного анализа позволяют сделать вывод о необходимости дальнейшего исследования речевых актов и разработки практических рекомендаций для переводчиков, работающих в сфере кино.

Д. Н. Доронда

СЕМАНТИЧЕСКАЯ СПЕЦИФИКА КОМПАРАТОВ ОБРАЗНЫХ СРАВНЕНИЙ В РАССКАЗАХ У. С. МОЭМА

Сравнение является одним из основных средств создания образности в художественной литературе, позволяющих авторам не только передавать информацию о персонажах и событиях, но и создавать определенный эмоциональный фон, атмосферу. Важную роль в формировании образов персонажей сравнения играют в произведениях известного британского писателя У. С. Моэма.

Методом сплошной выборки нами было отобрано 100 английских образных сравнений из рассказов У. С. Моэма «Записка», «Рыжий», «Падение Эдварда Барнарда», «Завтрак», «Мистер Всезнайка», «Непокоренная», «Пустячный случай» и др. Выявлено, что их компараты, т. е. объекты, с которыми производится сопоставление, демонстрируют широкое семантическое разнообразие и делятся на 19 групп: человек и части его тела, действия, растения, животные, сооружения, вымышленные персонажи, учреждения, состояния, предметы, процессы, фантазия, вымысел, ароматы, природные объекты, чувства, материалы, знания, ситуации, признаки, внешний вид. Чаще всего компаратами сравнений Моэма выступают человек и части его тела (24 % сравнений), например, *she looked exactly like* ***a housekeeper in a great English house*** ‘она выглядела точь-в-точь как экономка в большом английском доме’. Основанием таких сравнений, как правило, является внешнее сходство. С той же частотностью (24 %) в качестве компаратов используются действия, которые Моэм чаще всего сопоставляет также с действиями без указания основания для сравнения: *we can* ***eat*** *like kings* ‘мы можем есть как короли’. Следующими по частотности с большим отрывом от этих двух групп следуют компараты-животные (6 %), вымышленные персонажи (6 %) и природные объекты (6 %), например, *she was like* ***a little bird paralysed by the fascination of a snake*** ‘она была похожа на птичку, завороженную взглядом змеи ’, *he was made like* ***a Greek god*** ‘он был сложен как греческий бог’, *large eyes like* ***pools of still water under the palm trees*** ‘большие глаза, похожие на тихие заводи под пальмами’. Компараты 3 % сравнений относятся к семантическим группам «Растения» (*she’s like* ***a beautiful exotic flower*** ‘она похожа на красивый экзотический цветок’) и «Предметы» (*a face like* ***a Peruvian mask*** ‘лицо похожее на перуанскую маску’). Компараты остальных семантических групп используются в 1–2 % сравнений. Разнообразие компаратов позволяет писателю тонко передавать нюансы человеческой природы и взаимодействия с окружающим миром, а анализ их семантической специфики открывает новые горизонты в понимании творчества Моэма и его художественного языка.

Е.В. Дроянкова

НЕКОТОРОЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ВИЗУАЛЬНЫХ НОВЕЛЛ С РУССКОГО ЯЗЫКА НА АНГЛИЙСКИЙ

Объектом исследования выступили русскоязычные визуальные новеллы. Визуальная новелла – жанр компьютерных или мобильных игр, подтип текстовых квестов, в которых на экран выводится непосредственно текст и статичные (либо анимированные) изображения и таким образом повествуется история.

Материалом исследования послужила новелла «Бесконечное лето». В процессе перевода визуальных новелл у переводчика вызывают трудности следующие лексические составляющие языка: бытовые реалии, советизмы, фразеологизмы, юмор и пр.

Бытовые реалии. Обычно при переводе бытовых реалий используются дословный либо описательный перевод, транслитерация и транскрипция с внутритекстовым или внетекстовым пояснением. Главное при переводе бытовых реалий – не столько передать форму, сколько передать их смысл (*изба – Russian peasant house*).

Советизмы. В случае, когда иностранный читатель знаком с советской реалией, для перевода используются приемы калькирования, транскрипции и транслитерации, в иных же случаях – описательный перевод, приемы опущения и добавления (*честное пионерское! – pinky promise!*)

Фразеологизмы. Важнее всего при переводе сохранить прямое значение. При этом может утрачиваться образность, хотя бывают и случаи, когда переносный смысл возможно передать другим образом или сохранить за счет существования в языке перевода подходящего эквивалента (*хлебом не корми – one likes nothing better than*).

Юмор. Для перевода юмора используются следующие приёмы: полная лексическая замена с сохранением смысла, добавление с целью усиления комического эффекта, антонимический перевод, адаптация. Переводчик должен тщательно подбирать средства языка перевода, чтобы не исказить смысла оригинала и сохранить коммуникативную направленность текста (*катушка индюктивности? – in-duck-tor?*)

Для того, чтобы помочь продвижению русскоязычных визуальных новелл за рубежом, необходимо добиться их качественного перевода, чего можно достичь, только будучи ознакомленным со всеми трудностями, с которыми придется столкнуться в процессе перевода.

А. А. Дудко

НАЗВАНИЯ КАРТИН М. ШАГАЛА В ПЕРЕВОДЕ НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Марк Шагал и его творчество – это уникальное явление в истории искусства, чьи картины, наполненные яркими красками, глубокими эмоциями и поэтичностью, стирают границы между реальностью и фантазией. Художник пронёс любовь к родной белорусской земле и её культуре через всё своё творчество, соединив еврейские традиции, белорусский фольклор и авангард. Вклад Шагала в белорусское искусство огромен; его работы, являясь мостом между культурами и поколениями, сделали творчество художника универсальным и значимым для всего мира. Названия картин Шагала были переведены на множество языков, включая английский.

Перевод названий произведений искусства (артионимов) требует от переводчика не только лингвистической точности, но и понимания культурного контекста. Артионим отражает замысел художника, суть произведения, вызывает эмоции и передает культурно-исторический отпечаток.

Обычно при переводе особую сложность представляют фразеологизмы и игра слов, требующие адаптации. В таких случаях переводчик стремится сохранить функциональность, содержание и структуру оригинала. Для этого используются такие стратегии, как дословный перевод (для простых названий), трансформация (при необходимости изменений) и замена (при невозможности иначе передать смысл оригинала).

Проведенный нами анализ перевода 80 названий картин М. Шагала на английский язык выявил определенные закономерности. Однословные названия передаются эквивалентом: *Материнство* ‘Maternity’; названия, состоящие из нескольких нарицательных существительных, передаются дословно: *Невеста с синим лицом* ‘Bride with Blue Face’*; Корова с зонтиком* ‘Cow with Parasol’. Отметим нулевой артикль в заголовках, что объясняется традицией написания заголовков с целью краткости и экономии места. При этом в англоязычных названиях каждое значимое слово пишется с заглавной буквы (title case). При переводе названий с именами собственными исполь-зуются: 1) транслитерация: *Витебск* ‘Vitebsk’; 2) транскрипция: *Анюта* ‘Aniuta’ (для уменьшительно-ласкательных форм); 3) традиционные соответствия: *Моисей* ‘Moses’ (для библейских персонажей). Учет культурных реалий (*изба* ‘isba’) и исторического контекста (*аптека* ‘apothecary’; *гостиная* ‘drawing room’) также играет важную роль при переводе.

В заключение, перевод названий картин Шагала – это творческий процесс, требующий от переводчика лингвистической и культурной компетенции и исторической чуткости. Переводчик выступает посредником между культурами, делая творчество художника доступным для мировой аудитории.

А. Ю. Жук

КОНЦЕПТ «СЧАСТЬЕ» В МЕННТАЛИТЕТЕ АНГЛИЧАН

Концепт – выделенное сознанием знание о некотором предмете мысли, составляющем элемент бытия – действительного или воображаемого. Исследование проводилось на материале микроконтекстов, содержащих концепт «счастье», отобранных методом сплошной выборки из электронного ресурса English Corpora. В результате анализа отобранного материала выявлено, что в понимании счастья англичане рациональны и считают, что к счастью нужно стремиться и достигать его. Для того, чтобы уточнить определение слова «happiness», рассмотрим значение слова «happy» (adj): 1. Feeling or showing pleasure or contentment. 1.1 (happy about) Having a sense of trust and confidence in (a person, arrangement, or situation).1.2 (happy with) Satisfied with the quality or standard of. 1.3 (with infinitive) Willing to do something. 2. Fortunate and convenient. Причины ощущения счастья носят как абстрактный характер: *kindness brings happiness; the riches of the mind may make a man rich and happy,* так и конкретный: *happy wife, happy life; if mama ain't happy, ain't nobody happy*. Англичане считают, что для того чтобы быть счастливым надо полагаться только на себя: *happiness is in the mind; everyone is the maker of his own fate*. Англичане рассматривают нежданное счастье или удачу как удел глупых или ленивых людей: *luck and laziness go hand in hand; luck is the idol of the idle*, при этом подчеркивая его мимолетность: *luck has but a slender anchorage; luck never gives, it only lends*. В английском менталитете крайне редко встречается проявление зависти, которая может проявляется как реакция на счастье другого человека, они также не соотносят счастье и несчастье: *fortune rarely brings good or evil singly*. Счастье в английском менталитете предпочитается другим благам *better be lucky born than a rich man's son.* Англичане не рассматривают счастье как конечную цель, не ждут чудес, а берут судьбу в свои руки. В английском менталитете понятие *Happiness* тесно связано с понятием *Success,* которые наряду с *Fortune, Accomplishment, Fame* являются ядром исследуемого концепта в английской языковой картине мира: *Milestone reached. Success is the sum of small efforts, repeated day in and day out*; *fame, being known to precarious and unpredictable new world of Gen Z as online fame*; *Being famous is less fun than it sounds*. Периферийные слои данного концепта выглядят следующим образом: *a high position in something*: *There's a responsibility that comes with being in a high position—people listen, and you must be worthy of their attention;*. *a lot of money*: *Money is a tool. Used properly it makes something beautiful; used wrong, it makes a mess!* *respect*: *Respect is earned, not given. Stay humble and keep working hard*; *efforts*: *You get what you give. What you put into things is what you get out of them;* *admiration*: *Admirationis the highest form of recognition*.Таким образом, счастье в менталитете англичан тесно связано с успехом, признанием и визуальной самопрезентацией. Во время господства цифровых технологий оно превращается из внутреннего чувства в элемент цифровой идентичности и личного бренда, который можно лайкнуть.

А. Ж. Иванчик

СТРУКТУРНО-КОМПОЗИЦИОННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ УСТНОГО ПЕРЕВОДА ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИИ

Сегодняшний мир характеризуется быстрым распространением информации и активным развитием международных связей, что делает необходимым проведение мероприятий с участием представителей разных культур. Политические пресс-конференции представляют собой важное средство информирования общественности и поддержания связи власти с обществом.

Рассмотрим конкретные характеристики перевода данного вида мероприятий на примере пресс-конференции В.В. Путина по итогам саммита БРИКС.

Структура пресс-конференции состоит из двух основных этапов. Монологическая часть характеризуется наличием заранее подготовленных формулировок, структурированностью изложения и использованием стилистически нейтральной лексики, что сближает её с официально-деловым стилем речи (Е.С. Борисова, К.А. Ларина, 2023).

На этом этапе зачастую используются языковые клише, что может значительно упростить процесс перевода:

1) приветствие: *Уважаемые дамы и господа* ‘Ladies and gentlemen’;

2) выражение благодарности: *Хотел бы ещё раз поблагодарить всех коллег, приехавших в Казань, за их вклад в нашу общую работу.* ‘I would like to thank, yet again, all colleagues who have traveled to Kazan.’

Диалогический же элемент, напротив, отличается спонтанностью, естественной речью и возможностью проявления индивидуальных особенностей говорящих (А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров, 2006). На этом этапе также могут использоваться клише, например, при обращении журналистов к оратору. Как правило, при этом используется схема «имя и фамилия, должность, СМИ», однако в условиях ограниченного времени перевод рациональнее начать с основной информации, а именно – названия СМИ.

Немаловажную роль играет перевод прецизионной информации; это могут быть числовые показатели: *экономика растёт... в прошлом году было 3,4 %, в этом году будет около 4%* ‘our economics is growing. Last year the growth was 3.4%. This year it's going to be 4%.’ В некоторых случаях при переводе этой информации допускается обобщение: *делегациям 35 государств* ‘delegations of many states.’

Таким образом, структурно-композиционная специфика устного перевода политической пресс-конференции определяется рядом факторов, среди которых важную роль играют стандартизированные формулы общения, необходимость точной передачи официальной информации и способность переводчика оперативно обрабатывать нестандартные ситуации.

И. В. Ильюшенко

СТРУКТУРНЫЕ И СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛИЙСКИХ ОБРАЗНЫХ СРАВНЕНИЙ В РОМАНЕ Э. РЕЗЕРФОРДА «ЛОНДОН»

Сравнение – это одно из наиболее часто используемых стилистических средств создания образности в произведениях художественной литературы. Материалом нашего исследования послужили 100 английских образных сравнений, отобранных методом случайной выборки из романа Эдварда Резерфорда «Лондон».

Установлено, что их компаратами выступают единицы 13 семантических групп. Чаще всего Э. Резерфорд использовал компараты семантической группы «Природа», доля которых составляет 45 % от общего количества выделенных компаратов. Второй по количеству употреблений является группа «Человек и части его тела» (13 % сравнений), третьей – «Предметы» (12 % сравнений). Доля компаратов остальных семантических групп составляет от 1 % до 8 %.

Сравнения Э. Резерфорда характеризуются не только широким семантическим спектром компаратов, но и их оригинальным выбором, за счет чего сочетания компарант-компарат создают оригинальные образы, например, *silent and empty it lay, like* ***the surface of some undiscovered planet*** ‘тихий и пустой, он лежал, как поверхность какой-то неоткрытой планеты’ – автор использует образ неизвестной планеты для создания атмосферы полного одиночества и изоляции; *her face, unchanged since his childhood, was phlegmatically pale, like* ***pastry before it is cooked*** ‘ее лицо, не изменившееся с его детства, было флегматично бледным, как тесто до того, как его приготовят’ – это сравнение удивительно своей точностью и неожиданностью; лицо персонажа описывается через бытовую деталь, которая ассоциируется с холодностью и незавершенностью; *Trade’s like* ***a river****, really. You can try to stop it but it usually seeps through* ‘Торговля как река. Можно пытаться ее остановить, но она обычно пробивается вперед’ – сравнивая торговлю с рекой, автор подчеркивает ее естественную непрерывность и динамику; река становится символом потоков ресурсов, идей и взаимодействий, которые невозможно полностью контролировать.

Кроме оригинальных авторских сравнений Э. Резерфорд также использует устойчивые сравнения, представляющие собой фразеологизмы, зафиксированные в лексикографических источниках. Они не являются «изобретениями» писателя, а воспроизводятся им в уже готовом виде, известном всем носителям английского языка, например, *strong as a bull* ‘сильный как бык’, *quiet as a mouse* ‘тихий как мышь’, *red as a berry* ‘красный как ягода’, *like a phoenix from her ashes* ‘как феникс из пепла’. Из 100 рассмотренных в нашей работе сравнений 83 % являются авторскими, а 17 % – устойчивыми.

Д. Д. Каранкевич

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКИХ ОБРАЗНЫХ СРАВНЕНИЙ В РАССКАЗАХ А. К. ДОЙЛЯ НА БЕЛОРУССКИЙ ЯЗЫК

Объектом нашего исследования послужили 100 английских сравнений, отобранных методом сплошной выборки из рассказов А. К. Дойля «Лига рыжеволосых», «Скандал в Богемии», «Голубой карбункул», «Пёстрая лента», «Палец инженера», «Тайна Боскомской долины» и др., и их соответствия в переводе на белорусский язык в сборниках “Прыгоды Шэрлака Холмса” (2014) и “Нататкі пра Шэрлака Холмса” (2015).

Установлено, что в целом переводчики старались максимально сохранить семантику и синтаксис оригинальных сравнений, в большинстве случаев передавая их дословно, например: *he is as brave as a bulldog* ‘ён бясстрашны, як бульдог’, *he bellowed like a bull* ‘ён зароў як бык’, *his brain is as cunning as his fingers* ‘яго розум такі ж вёрткі, як і пальцы’. Однако несмотря на то, что сравнительные конструкции в белорусском языке могут иметь ту же синтаксическую структуру, что в английском, дословный перевод не стал единственным способом передачи английских сравнений.

Кроме калькирования выявлены случаи сохранения при переводе структуры сравнения в сочетании с трансформациями на лексическом уровне. Во-первых, переводчики использовали добавления, не меняющие образы, но уточняющие их, например: *I saw him **motion** like a man who is in need of air* ‘я ўбачыў, што ён пачаў рабіць **сутаргавыя рухі** – як чалавек, якому не хапае паветра’. Во-вторых, при переводе применялась генерализация, ведущая к модификции создаваемых сравнениями образов, например: *glancing about him like **a rat** in a trap* ‘азіраючыся, нібыта **звер**, загнаны ў пастку’.

В одном случае выявлено частичное изменение образа при переводе: сравнение *it cuts into glass as though it were **putty*** передано как ‘рэжа шкло, нібы **масла**’ с сохранением имплицитного основания ‘легко’, но с заменой компарата *putty* ‘замазка’ на *масла*, которое тоже режется без труда. Этот перевод можно считать примером прагматической адаптации, поскольку в повседневной жизни читатели наверняка чаще режут масло, чем оконную замазку.

Переводчики также прибегали к замене сравнительных конструкций на отдельные части речи, способные передать компаративную семантику, как, например, в переводе сравнения *he suddenly sprang up, and darting **like lightning** across the room he flung open the door* ‘раптам ён ускочыў, праз увесь пакой **маланкава** падбег да дзвярэй і адчыніў іх’, в котором сходство скорости человека со скоростью молнии передано наречием *маланкава*. Также выявлены случаи полной замены оригинальных сравнений на выражения, близкие им по смыслу, но не имеющие формы сравнительной конструкции, например, *it’s as true as gospel* ‘гэта чысцюткая праўда’, *drive like the devil* ‘ганіце што духу!’.

Д. Д. Кисляк

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НАЗВАНИЙ ФИЛЬМОВ РАЗЛИЧНЫХ ЖАНРОВ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

В контексте локализации продуктов кинематографа на другой рынок, далёкий от домашнего, стоит упомянуть не только традиционные трудности аудиовизуального перевода (необходимость мыслить в рамках сцен и ситуаций, а не предложений или абзацев текста, укладка текста в речь актёров и т.д.), но и значительные изменения сюжетной, визуальной и текстовой составляющей для обеспечения максимальной степени культурализации и коммерческого успеха. Заметнее всего оказывается изменение заголовка картины (также называемого «фильмонимом»), так как он является в какой-то степени введением в фильм для зрителя и определяет, будет ли он просмотрен. Трансформации заголовков по маркетинговым соображениям или из-за переводческих ошибок особо характерны для русскоязычного рынка. Так, актуальность исследования состоит в раскрытии современных тенденций перевода заголовков англоязычных картин с помощью лингвистического и переводческого анализа.

Для исследования из базы русскоязычного сервиса «Кинопоиск» выгружены данные о фильмах на английском языке с участием в производстве США, вышедшие с начала 2024 года по настоящее время, имеющие больше 500 оценок пользователей на сервисе, в жанрах драма, комедия и ужасы. Итоговая выборка составила 167 фильмонимов.

Самыми распространёнными типами фильмонимов согласно их структуре оказались те, что состоят только из существительного (*Opus* ‘Опус’, *Heretic* ‘Еретик’), из конструкции Stone Wall (*Ghost Game* ‘Астрал. Игры призраков’, *The Goat Life* ‘Козья жизнь’), а также из конструкции прилагательное + существительное (*Black Cab* ‘Перевозчик душ’, *Ordinary Angels* ‘Обыкновенные ангелы’), что составляет 28 %, 7 % и 7 % от выборки соответственно. Примечательно, что 17 % выборки содержат имена собственные и 5 % содержат добавления через двоеточие (*Hellboy: The Crooked Man* ‘Хеллбой: Проклятие Горбуна’, *Bridget Jones: Mad About the Boy* ‘Бриджит Джонс. Без ума от мальчишки’ и другие). Жанры распределены следующим образом: 32% выборки составили драмы, 15 % – комедии, 53 % – ужасы.

Что касается перевода, то были выделены три общие группы подходов: буквальный (56 %), трансформационный (26 %) и вольный (17 %), распространённый главным образом среди фильмов ужасов. Среди буквального перевода более всего используется калькирование (*Smile 2* ‘Улыбка 2’, *Death of a Unicorn* ‘Смерть единорога’) и подбор эквивалента (*Nutcrackers* ‘Щелкунчики’, *Presence* ‘Присутствие’), среди трансформационного перевода – приёмы добавления (*Saturday Night* ‘Шоу субботним вечером’), опущения (*Curse of the Sin Eater* ‘Пожиратель грехов’) и модуляции (*Heart Eyes* ‘Влюблённые глаза’). Вольный перевод характеризуется типичными для жанра изменениями (*A Sudden Case of Christmas* ‘Лето. Солнце. Рождество’, *The Throwback* ‘Маме снова 19’, *Oddity* ‘Астрал. Медиум’) или попытками раскрыть сюжет фильма (*Treasure* ‘Моя семья’, *Adam the First* ‘В поисках Адама’).

Д. Д. Ковель

ФРАНЦУЗСКИЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ТЕМПОРАЛЬНЫМ КОМПОНЕНТОМ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРЕВОД

Материалом для работы послужили 172 фразеологические единицы (ФЕ) французского языка. Проведенный количественный анализ отобранных единиц показал, что наиболее частотным компонентом темпоральности во ФЕ французского языка является компонент *âge* (50 ед.). Фразеологизмы с компонентом *jour* и *heure* насчитывают по 30 единиц каждый, *temps* − 19 единиц, *nuit* − 10 единиц, *ans* и *saison* − по 7 единиц каждый, *moment, minute, matin* − по 4 единицы каждый. Фразеологизмы с компонентом *soir* насчитывают 3 единицы, *hiver* −2 единицы и ФЕ с компонентом *automne* и *printemps* встретились по одному разу.

С точки зрения грамматических особенностей, среди ФЕ французского языка преобладают именные единицы (61 ед.). Они построены преимущественно по моделям существительное + прилагательное (*âge avancé* ‘преклонный возраст’, *nuit blanche* ‘бессонная ночь’, *heure noire* ‘глухая ночь, поздний час’) и существительное + предлог + существительное (*heure du laitier* ‘ранний утренний час’, *la fleur des ans* ‘цветущие годы (юности)’).

Адвербиальные единицы почти так же частотны (58 ед.). Преобладающие модели: предлог + существительное + предлог + существительное (*au point du jour* ‘на рассвете’, *au goût du jour* ‘модный’, *à l'automne de la vie* ‘на склоне лет’) и предлог + прилагательное + существительное (*à basse heure* ‘поздно’, *au petit matin* ‘под утро’, *de nos jours* ‘в наше время’).

45 ФЕ являются глагольными. Преобладающие модели: глагол + прилагательное + существительное (*attendre son jour* ‘ждать своего часа’, *couler ses jours* ‘жить безмятежно’, *avoir son heure* ‘знать лучшие времена’) и глагол + предлог + существительное (*avancer en âge* ‘стареть’, *gagner du temps* ‘выиграть время’, *être dans la nuit* ‘быть в неведении’).

Адъективные ФЕ наименее частотные (8 ед.), преобладающая модель – предлог + прилагательное + существительное (*d’un certain âge* ‘не первой молодости’, *de la dernière heure* ‘сделанный в последнюю минуту’).

Самый распространенный способ перевода на русский язык –фразеологический аналог (84 ед.): *bien porter son âge* ‘выглядеть на свой возраст’, *anticiper sur son âge* ‘быть взрослым не по летам’, *avoir son beau temps* ‘переживать золотые денечки’, *éclater au grand jour* ‘стать очевидным’. На втором месте – фразеологический эквивалент (26 ед.): *de mon temps* ‘в мое время’, *d'âge en âge* ‘из века в век’, *matin de la vie* ‘утро жизни’, *les belles années* ‘прекрасные годы’.

Проведенный анализ показал, что именные и адвербиальные ФЕ являются наиболее частотными во французском языке. Основным способом перевода на русский язык стал фразеологический аналог, что свидетельствует о наличии устойчивых соответствий между французскими и русскими ФЕ.

Д. Н. Козак

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА КОНСТРУИРОВАНИЯ ЗАГОЛОВКОВ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ ЖУРНАЛЬНЫХ СТАТЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

Данное исследование проводилось с целью выявить языковые средства, используемые при конструировании заголовков английских научно-популярных журнальных статей на экономическую тематику. Размер выборки составил 50 единиц, отобранных в условиях сплошной выборки из англоязычных новостных изданий и интернет-ресурсов экономической тематики *Forbes, The New Economy, Bloomberg, MarketWatch, The Wall Street Journal, The Financial Times.*

Как показал проведённый анализ материала, для заголовков англоязычных научно-популярных журнальных статей экономической тематики характерно использование таких языковых средств, как:

1. Стилистико-выразительные средства: метафоры и аналогии переводят абстрактные экономические процессы в понятные образы: *The Market is on Thin Ice*; *A Green Bubble? We Dissect the Investment Boom*; антитезы и контрасты подчёркивают противоречия, заостряя внимание на выборе или конфликте: *Stable Investment or Risky Gamble*; *Delta Vs. American Airlines: The Clear Winner*; риторические вопросы провоцируют критическое мышление, превращая статью в расследование: *Are You Hindering Your Retirement By Not Investing In Gender Equality?*; *Is Higher Inflation Our New Normal?;* аллюзии и исторические параллели добавляют глубину анализу, связывая текущие события с прошлым: *This Republican President Transformed U.S. Trade. Trump Is Copying the Playbook*; *After Tariff Climbdown, World Asks: Is It Method or Madness?*; каламбуры и игра слов оживляют текст, делая его запоминающимся: *DOGE Comes for the Data Wonks*; *China Raises Tariffs to 125%*, *Says More Tit-for-Tat Would Be a Joke*.

2. Лексико-семантические средства: экономические термины и профессиональная лексика сохраняют связь с научным стилем, обеспечивая точность изложения: *Quantitative Easing Cost Hundreds of Billions*; *Correction – Not A Major Top;* оценочная лексика привносит эмоциональный подтекст: *Trump's Tariffs Loom*; *Infighting, Austerity, Opportunism: this is the tale of Birmingham's decline;* использование числовых данных и статистики усиливает убедительность: *3 Big Dividends That Have Proven the Experts Wrong*; *Top 15 Global Trends For 2025*; использование имён собственных персонифицирует экономические процессы, связывая абстрактные явления с конкретными людьми или событиями: *Trump Warned U.S. Automakers Not to Raise Prices.*

Результаты количественного анализа свидетельствуют о том, что доминирующей группой формирования анализируемых заголовков выступили лексические единицы: терминология и профессиональная лексика (46 %). Второй по репрезентативности оказалась группа заголовков, в которых употребляется оценочная лексика (38 %), третьей – метафоры и аналогии (34 %).

А. А. Козловская

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В СКАЗКАХ ОСКАРА УАЙЛЬДА

Исследование фразеологических единиц в сказках Оскара Уайльда проводится на основе анализа оригинальных текстов и их русскоязычных переводов, выполненных различными переводчиками, включая К. Чуковского, Т. Озёрскую и В. Орла.

Перевод фразеологизмов в сказках Оскара Уайльда требует сохранения не только смысла, но и стилистической выразительности. Фразеологизмы придают тексту образность, эмоциональную насыщенность и национально-культурные особенности, поэтому переводчики используют разные стратегии их адаптации

Одним из способов передачи фразеологических единиц является описательный перевод. Это можно наблюдать в сказке *The Happy Prince ‘Счастливый принц’*, где К. Чуковский перевёл фразу *and he was in high spirits at the prospect* как 'и сразу ей стало весело'.

В ряде случаев используются фразеологические аналоги, когда в языке перевода отсутствует точный эквивалент, но можно подобрать устойчивое выражение с аналогичным смыслом. Так, фразеологизм *To give oneself airs* в сказке *День рождения инфанты* ‘The Birthday of the Infanta’ был переведён В. Орлом как 'важничать'. Такое решение сохраняет общий смысл высказывания, но адаптирует его к культурным нормам русского языка.

Фразеологизм *To break the silence* из сказки *День рождения инфанты* ‘The Birthday of the Infanta’ в переводе В. Орла был передан с помощью абсолютного эквивалента – 'нарушить тишину'.

Другим методом подбора эквивалентов для фразеологизмов является использование относительного эквивалента, который сохраняет общий смысл оригинального выражения, адаптируя его к нормам языка перевода. Например, в сказке *Замечательная ракета* ‘Remarkable Rocket’ выражение *To burst into tears* было переведено Т. Озёрской как 'залиться слезами', что соответствует русской идиоме.

В некоторых случаях переводчики выбирают калькирование, что иногда может изменить смысл. Например, в сказке *The Happy Prince ‘Счастливый принц’* фразеологизм *to cry for the moon* мог быть передан описательно, например, как *’просить невозможного’*, но К. Чуковский перевёл его буквально: ‘*плакать, чтобы дали луну’ и* выражение утратило значение преувеличения.

Таким образом, при переводе фразеологизмов в сказках Оскара Уайльда переводчики используют различные стратегии, а выбор конкретного способа передачи зависит от контекста, культурных различий и необходимости сохранения стилистической выразительности оригинала.

У. С. Колесникова

СТРАТЕГИИ ПЕРЕДАЧИ АКЦЕНТНОЙ РЕЧИ В ПЕРЕВОДЕ

При переводе и адаптации кинофильма для иноязычной аудитории сохранение уникальной атмосферы картины зачастую требует учета индивидуальности каждого персонажа, ведь именно их уникальные черты, включая принадлежность к различным национальностям, играют важную роль в создании целостной и выразительной атмосферы фильма.

Для передачи речевых особенностей персонажей фильма «Джон Уик 3» («John Wick: Chapter 3 – Parabellum»), выпущенного в оригинале на английском языке, в русском дубляже применяются различные подходы: создание субтитров, фонетическое воспроизведение, нетипичное интонационное оформление фраз. Субтитрирование позволяет зрителям полностью ощутить аутентичность голосов актеров. Данный прием использовался в оригинале и сохранился при дубляже в сценах, где герои общаются на русском или итальянском языках.

Русский акцент персонажей передается в оригинале раскатистым звуком [р], произнесением согласных более твердо и четко, а также одинаковой продолжительностью гласных. Однако в дубляже эту деталь опускают, заменяя озвучкой без каких-либо фонетических особенностей, что стирает уникальность данных персонажей, делая их неотличимыми от других героев фильма.

Кенийский акцент персонажа афроамериканского происхождения также проигнорирован в русском дубляже. Актер имитировал данный акцент, используя более четкие и менее дифтонгированные гласные, а также слоговую ритмичность. То же произошло и с арабским акцентом, выражающимся в замене звуков [θ] и [ð] на [t] и [d], а также в использовании недифтонгированных гласных и других особенностей, но в дубляже такие особенности проигнорированы, вследствие персонаж утрачивает свою мистическую выразительность.

Японский акцент главного антагониста был передан с заметной стилизацией, слегка карикатурной интонацией. Это делает персонажа комичнее, снижая его воспринимаемую серьезность как грозного противника. В то же время персонаж марокканец в английской версии произносит гласные более четко, а его интонация заметно отличается от стандартного английского произношения. В русском дубляже удалось сохранить эти особенности таким же способом. В обоих случаях удается отразить индивидуальность данных персонажей.

Различные методы передачи акцентной речи позволяют сохранить художественный колорит персонажей и подчеркнуть их самобытность. Однако отказ от передачи акцента лишает героев выразительности, сглаживая их индивидуальные черты и ослабляя эмоциональную глубину произведения.

М. С. Колосовская

ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ СЛОГАНАХ И ИХ ПЕРЕВОД

Актуальность выбранной темы обуславливается тем, что в современном мире, где реклама и маркетинг играют ключевую роль в продвижении товаров и услуг, разнообразные средства выразительности, используемые в слоганах с целью оказания определенного эффекта на потребителя, являются сложной задачей для переводчика. Цель данной работы – изучить лексико-стилистические средства на материале англоязычных рекламных слоганов и специфику их перевода на русский язык. Методом сплошной выборки был отобран 101 рекламный слоган. Нами были выявлены следующие виды лексико-стилистических средств: эпитеты, метафоры, каламбуры, лексические повторы, гипербола и антитеза.

Одним из наиболее частотных средств оказались эпитеты, они встретились в 29 примерах: *Always a brilliant idea* (Cotton), *It's a holiday worthy of history books* (Travel company), *The Wonderful Everyday* (IKEA).

Гипербола встретилась в 23 примерах: *We are forever faster* (Puma), *Music for every mood* (Spotify), *Good to the last drop* (Maxwell House).

Нами было выявлено 19 случаев употребления метафоры: *Fly the friendly skies* (United Airlines), *Taste the rainbow* (Skittles), *A taste of paradise* (Bounty).

Каламбуры встретились в 13 примерах: *The Citi never sleeps* (Citibank), *Nothing runs like a Deere* (John Deere), *Think outside the bun* (Taco Bell).

Лексический повтор встретился в 11 примерах: *A better life, a better world* (Panasonic), *Original jeans. Original people* (Levi's Jeans), *Sharp Minds, Sharp Products* (Sharp).

Антитеза встретилась в 4 примерах: *Melts in your mouth, not in your hands (M&M), Peaceful nights, playful days* (Pampers).

Некоторые средства лексического уровня также характерны для рекламных слоганов. Среди таковых можно выделить неологизмы (12): *Magnumize your life.* (Magnum Ice Cream), *Live on the coke side of life* (Coca cola), а также разговорную лексику (5): *Betcha can't eat just one!'* (Lay's), *I'm Lovin' It* (McDonald's).

Анализ показал, что при переводе рекламных слоганов наиболее распространенными способами являются: дословный перевод (80): *Expect more. Pay less* (Target) – 'Ожидай большего. Плати меньше'; грамматические замены (7): *The authentic Western jeans* (Wrangler) – 'Аутентичные джинсы Запада'; прием добавления (7): *Everything is easier on a Mac.* (Apple Computer) – 'Все команды выполняются легче с компьютером Мак'; а также транскрипция/транслитерация (7): *Holy cannelloni, that's delicious!* (Cannelloni) – 'Святые каннеллони, это божественно вкусно!'.

А. Л. Кондрасюк

ТЕРМИНОСИСТЕМА МАШИНОСТРОЕНИЯ: ОПЫТ СОСТАВЛЕНИЯ ГЛОССАРИЯ СПЕЦИАЛЬНОЙ ЛЕКСИКИ

Энергетическое машиностроение представляет собой сложную и многогранную отрасль, охватывающую широкий спектр технологий и процессов, связанных с производством, передачей и распределением энергии.

Цель исследования заключается в отборе систематизации и классификации терминологии области машиностроения, что позволяет обеспечить понимание ключевых понятий и процессов для построения глоссариев терминов.

Важным этапом создания глоссария специальной лексики является сбор и анализ исходного языкового материала и погружение в саму тематику интересующей предметной области.

В ходе исследования нами были выделены семантические зоны каждой из сфер энергетического машиностроения: Изготовление оборудования турбин; Реализация электромашин; Производство насосов; Изготовление труб и арматуры; Создание проектов в сфере энергетики и теплоснабжения; Изготовление котельного оборудования.

На следующем этапе, каждая семантическая зона была детализирована.

Построение структуры терминологического поля позволило нам приблизиться к разработке глоссария. Ниже приводится образец оформления словарной статьи одной специальной лексемы из сконструированной нами терминосистемы.

Исходное слово	Перевод	Контекст использования	Внутренняя составляющая
Турбина	Turbine	Турбина состоит из множества лопастей, которые вращаются под воздействием потока воды или газа, преобразуя его кинетическую энергию в механическую работу. Корпус турбины обеспечивает защиту внутренних компонентов и направляет поток.	*лопасти (blades)*, *дисковые колеса (discs)*, *корпус (casing)*

Пример глоссария

В заключение, можно отметить, что создание специализированного глоссария является важным шагом в обеспечении точности и однозначности терминологии, используемой в данной области. Глоссарий не только способствует улучшению коммуникации между специалистами, но и служит надежным инструментом для обучения новых кадров, а также для повышения качества переводческой деятельности. Следовательно, рекомендуется продолжать обновление и расширение глоссария с учетом новых разработок и изменений в отрасли.

К. В. Копейка

ФИЛИБАСТЕРИНГ КАК СТРАТЕГИЯ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РИТОРИКИ

Сегодня политическая риторика служит основой международного диалога, а точный перевод её лексико-стилистических особенностей помогает уменьшить риски смысловых искажений и сохранить прагматическую силу высказываний.

Целью исследования стал анализ лексико-стилистических особенностей речей американских политиков и стратегий их перевода. Источником материала стали речи Дональда Трампа, Джо Байдена, Роберта Берда, Барака Обамы, Джорджа Буша.

Ключевое понятие для исследования – политический дискурс. Это особый вид речевой деятельности, направленный на обсуждение, продвижение или критику политических идей, ценностей и практик. Его функции: информативная, убеждающая, мобилизующая и манипулятивная.

При анализе речей были выявлены особенности политической риторики: использование эмоционально окрашенной лексики, метафор, повторов, анафор, эвфемизмов, антитез, а также особое использование ритма и интонации.

Особого внимания заслуживает риторический инструмент филибастеринг, представляющий собой процедурную тактику, используемую в Сенате США для затягивания или блокирования принятия законопроектов путём продолжительных выступлений. Яркий пример – речь сенатора Роберта Бёрда 19 марта 2003 года, в которой он выступил против резолюции, санкционирующей вторжение в Ирак. Его выступление длилось более семи часов и стало не только попыткой предотвратить поспешное решение, но и демонстрацией риторического мастерства.

При сравнении оригиналов и переводов мы заметили, что главными трудностями перевода политических текстов стали сохранение прагматического эффекта, культурные и идеологические различия, перевод реалий. В этих случаях использовались такие переводческие стратегии, как адаптация, калькирование, компенсация.

Например, концепция *The American Dream* (‘Американская мечта’) в речи Байдена сохраняет название, но в русском сознании ассоциируется с материальным успехом, тогда как в оригинале она подразумевает социальную мобильность и равенство возможностей. А сленговый лозунг *Drill, baby, drill!* требует адаптации: русский вариант ‘Бурим, братцы, бурим!’ передаёт энергию оригинала, но заменяет культурно-специфичное обращение *‘baby’* на более привычное для русской аудитории *‘братцы’*.

Анализ материала позволил заключить, что перевод политических речей предполагает сочетание лингвистической точности и культурной адаптации: метафоры требуют контекстуального анализа, культурно-специфические элементы – адаптации для целевой аудитории, а эмоционально окрашенная лексика – сохранения прагматической силы оригинала.

М. В. Короткевич

ЭКСПРЕССИВНАЯ ЛЕКСИКА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕСЕННЫХ ТЕКСТОВ МУЗЫКАЛЬНОЙ ПОП-КУЛЬТУРЫ

В данном исследовании анализируется экспрессивная лексика как средство эмоционального воздействия в англоязычных текстах песен массовой поп-культуры для выражения чувств, переживаний и оценок. Актуальность темы определяется активным влиянием англоязычной музыкальной продукции на глобальное языковое пространство, а также необходимостью изучения механизмов эмоционального выражения в массовом дискурсе. Фактической базой исследования стали 50 микроконтекстов из англоязычных песен конца XX – начала XXI вв., отобранных по принципу их популярности, жанровой принадлежности и яркости лексико-стилистических приёмов. Исследование показало, что экспрессивная лексика в песенных текстах выполняет функции эмоционального самовыражения, создания образов и вовлечения слушателя. К наиболее частотным средствам относятся: эмоционально окрашенные лексемы и выражения: *You made me hate this city* (Billie Eilish), *I'm out my mind* (Ava Max), *You and me could write a bad romance* (Lady Gaga), в которых экспрессия достигается через прямое обозначение чувств (ненависть, безумие, любовь); гиперболы и метафоры: *I died a hundred times* (Amy Winehouse), *I'm bulletproof* (Sia), *You had my heart inside of your hand* (Adele), — усиливают драматизм и подчеркивают силу переживаний; жаргонизмы и разговорные формы: *Cookin' up dope with an Uzi* (Migos), *Can't read my poker face*(Lady Gaga) – отражают стилистическое стремление к приближению к устной речи, создавая эффект достоверности; аффективные эпитеты и оксюмороны: *perfect imperfections* (John Legend), *sweet but a psycho* (Ava Max), – придают текстам эмоциональную амбивалентность и запоминаемость; повторы и анафоры: *Just gonna stand there and watch me burn…*" (Eminem ft. Rihanna), *play, play, play… hate, hate, hate* (Taylor Swift), – служат ритмико-семантическим средством интенсификации смысла. Также выявлено, что в ряде микроконтекстов экспрессивная лексика маркирует гендерную идентичность, жизнестойкость *I'm a survivor, I'm not gon' give up* и оппозицию социокультурным нормам: *Let me live that fantasy, Take me to church – at the shrine of your lies*. Анализ экспрессивной лексики в текстах англоязычных песен поп-культуры позволил установить, что эмоции выражаются преимущественно с помощью метафорических, гиперболических и разговорных элементов.

Данные единицы не только выполняют художественно-выразительную функцию, но и формируют ценностные ориентиры аудитории, репрезентируя современные социальные и культурные установки. Перспективой дальнейшего исследования представляется сравнение экспрессивной лексики в англоязычной и русскоязычной музыкальной культуре.

Е. К. Красницкая

ЛОКАЛИЗАЦИЯ И ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ В ПЕРЕВОДЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ И МАРКЕТИНГОВЫХ МАТЕРИАЛОВ В СФЕРЕ БЬЮТИ-ИНДУСТРИИ

Современная реклама в бьюти-индустрии представляет собой сложный мультимодальный дискурс, включающий в себя вербальные, визуальные и культурные коды, подчинённые прагматической задаче – побуждать к действию и формировать позитивный образ бренда. Понятия «перевод», «локализация» и «интернационализация» взаимосвязаны, но различаются по функциям: перевод направлен на передачу смысла, интернационализация – на создание контента, пригодного для последующей адаптации, а локализация – на культурно релевантную интеграцию текста в целевую аудиторию.

Рекламный текст в косметической сфере отличается ярко выраженной прагматикой, эмоциональной окрашенностью, часто включает такие элементы как метафоры, риторические вопросы, неологизмы и сленг, что требует особого подхода при переводе и адаптации.

Анализ удачных и неудачных локализаций (на примере брендов *CoverGirl, Rimmel, Yves Rocher, Nivea, Helena Rubinstein* и др.) показал, что эффективная адаптация рекламных сообщений зависит от лексической точности, стилистической уместности и культурной релевантности.

Лексико-стилистический анализ названий оттенков косметических продуктов (*NARS, MAC, Fenty Beauty, Jeffree Star, Charlotte Tilbury* и др.) показал, что названия выполняют функцию микро-текста бренда, транслируя ценности, эмоции и образы, а также сегментируя целевую аудиторию.

Различие в языковом оформлении описаний на официальных сайтах и в социальных сетях позволяет выявить стратегическое разделение тональности: формальный стиль – для информирования и повышения доверия, неформальный и эмоциональный – для вовлечения и идентификации с брендом.

Локализация в бьюти-сфере – это не просто перевод, а комплексный креативный процесс, направленный на точную передачу сообщения бренда с учётом языковых, культурных и маркетинговых факторов, обеспечивающий успешную коммуникацию с глобальной аудиторией.

Е. Е. Крачина

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПЬЕС УИЛЬЯМА ШЕКСПИРА НА БЕЛОРУССКИЙ ЯЗЫК

Трудности при переводе художественных текстов с английского языка на белорусский состоят в том, что языки не являются близкородственными и различаются в организации стихотворной речи. Переводчик должен прежде

всего сохранять дух оригинала, передавать авторский стиль, что невозможно без совершенного знания языка, а также времени и условий жизни творца.

Целью нашего исследования является изучение формальных и смысловых расхождений между текстами оригинала и перевода, выявление причин расхождений и определение основных стратегий и тактик при переводе пьес Шекспира на белорусский язык, вызванных особенностями структуры языков, а также культурными различиями.

Объектом исследования выступили оригинальные тексты пьес Шекспира “Гамлет, принц датский” и “Сон в летнюю ночь”, их подстрочные переводы на русский язык и переводы на белорусский язык Ю.Гаврука, А. и В. Вольских и А. Рязанова.

При переводе активно применяются замены частей речи и изменения структуры предложения, при этом стихотворный размер сохраняется.

В переводах присутствуют модуляции, но переводчики выражают их различными средствами: через замену структуры предложения на императив и антонимический перевод: *And you, my sinews, grow not instant old, But bear me stiffly up / Не трэба слабасці, патрэбна дужасць; Прэч, слабасць, ад мяне!*. А. Рязанов активно использует в тексте стилистические замены и вводит разговорную лексику: *love tokens / любоўныя цыдулкі; Thou hast by moonlight at her window sung With feigning voice verses of feigning love*

(*Ты па начах пад вокнамі ў яе*

Ціліўкаў ёй пра вечнае каханне).

При переводе имён собственных, помимо транскрипции и транслитерации, Рязанов применяет транспозицию, основанную на этимологическом соответствии и воссоздание “говорящих” прозвищ персонажей (*Peter Quince – Пятрусь Хвіга*, *Nick Bottom – Мікола Матавіла, Robin Starveling - Недаедак*). Отмечаются замены реалий греческого быта на белорусские, там, где они имеют семантическое сходство *(Іванава ноч, пажыццёвы манастыр, прывілей, Пярун)*.

Уникальность переводов Ю. Гаврука и А. и В. Вольских заключается в том, что несмотря на качественное и количественно расхождение систем метрических средств в языках, им удалось создать переводы, адекватно передающие авторский замысел и сохраняющие дух оригинала.

В. Ю. Крот

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «ИССЛЕДОВАНИЕ АРКТИКИ»: В АСПЕКТЕ СТРУКТУРЫ И ПЕРЕВОДА»

Поставленная цель предполагала выявление структуры и особенностей лексико-семантического поля «Исследование Арктики» в английском языке, а также анализ трудностей и стратегии перевода ключевых элементов поля на

русский язык. Актуальность исследования определена важностью арктического региона в современном мире, что, несомненно, оказывает влияние на международное сотрудничество. Здесь пересекаются экологические, научные, экономические и стратегические интересы.

Объектом исследования являются семантические особенности поля «Исследование Арктики» в современном английском языке. Предмет исследования составили лексические единицы, связанные с тематикой Арктики, и способы их перевода с английского на русский язык. Материалы исследования составил корпус англоязычных научных статей, обзоров и отчётов, опубликованных в журналах «Arctic Science», «Polar Research», «Nature», «ScienceDirect», посвящённых исследованию климата, биоразнообразия, географии и технологий в Арктике. В данном докладе используется пример статьи «Science highlights from the Kjell Henriksen Observatory on Svalbard». Отобранный материал составил 90 лексических единиц.

На основании отобранного материала был сформирован корпус лексических единиц, которые вошли в лексико-семантическое поле «Исследование Арктики». Все слова были разделены по тематическим группам: Астрономия / Космос / Геофизика (ядро): *aurora* (50) – ‘полярное сияние’, *polar* (48) – ‘полярный’; (периферия): *sunlit* – ‘освещенный солнцем’, *nightside* – ‘темная сторона’. Инструменты и оборудование (ядро): *radar* (22) – ‘радар’, *camera* (15) – ‘камера’; (периферия): *launch* – ‘запуск’, *observatory* – ‘обсерватория’. Исследования и структуры (ядро): *research* (46) – ‘исследование’; (периферия): *Svalbard* (37) – ‘Шпицберген’. Оптика и излучение (ядро): *infrared* – *‘инфракрасный’*, *wavelength* – *‘длина волны’*; (периферия): *dim* – ‘тусклый’, *integrated* – ‘интегрированный’. Высокочастотные лексемы отражают терминологическое ядро. Периферийные единицы добавляют стилистические и описательные характеристики. Это указывает на многоуровневую структуру поля, где ядро определяет научную специфику, а периферия – предметное обогащение.

Результаты проведенного нами анализа позволяют заключить, что основными трудностями перевода выступают: многозначность, отсутствие эквивалентов, необходимость выбора между транслитерацией и адаптацией. Необходимые подходы при переводе: экспликация, компенсация, калькирование, дословный перевод с уточнением контекста.

Перспектива исследования состоит в разработке специализированных глоссариев и обучающих материалов, а также в поддержке международной научной коммуникации. Анализ лексико-семантического поля позволяет понять, как формируется арктическая научная терминология, и адаптировать её перевод с учётом междисциплинарного контекста, что особенно актуально на фоне роста глобального интереса к региону.

Н. С. Кузьмина

ПЕРСОНАЖ С РАССТРОЙСТВОМ АУТИСТИЧЕСКОГО СПЕКТРА: ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ
(на примере романа М. Хэддона «Загадочное ночное убийство собаки»)

Образы людей с РАС все чаще появляются в произведениях художественной литературы. Подобные произведения не только имеют эстетическую ценность, они выполняют просветительскую функцию, повышая интерес к миру людей с разными формами РАС, способствуя созданию более толерантного общества. Одной из трудностей при переводе языковых средств создания образа персонажа с РАС является выявление данных особенностей и сохранение их стилистического воздействия в переводе. Материалом для исследования послужили примеры языковых средств создания образа персонажа с РАС в тексте романа М. Хэддона «Загадочное ночное убийство собаки».

Было выявлено 8 особенностей организации письменной речи главного героя. На графическом уровне: частое использование изображений вместо текстового описания и преимущественное использование цифр для написания числительных. Было проанализировано 23 случая написания числительных в цифровом формате. В тексте на русском языке 13 из них (57 %) переведены в буквенный формат: *He was away for **2½** hours.* – ‘Отца не было **два с половиной часа**.’

Лексические и грамматические особенности включают в себя: использование стилистически нейтральной, книжной и специальной лексики, отсутствие в речи разговорных элементов; непонимание имплицитного смысла вербальных и невербальных высказываний; использование придаточного предложения вместо определения в препозиции или постпозиции; повтор слов и синтаксических структур вместо субституции, эллипсиса или подбора синонима; излишнее использование союзов; развернутые предложения с разными видами связи. Из 94 примеров на лексические и грамматические особенности речи главного героя в переводе были полностью или частично сохранены 29 (31%).

Например, стилистическая нейтральность текста оригинала чаще всего не сохранялась в переводе из-за подбора стилистически сниженного вариантного соответствия: *…Grandma Burton was in a home because she had **senile dementia** and thought that I was someone on television.* – ‘Еще у меня были бабушки и дедушки, но трое из них уже умерли, а у бабушки Бертон **старческий маразм**, и она думает, что я работаю на телевидении.’ Придаточные предложения вместо определения в переводе стали определениями или приложениями: *So I went and got my waterproof, **which is orange**.* – ‘Так что я пошел и взял свой непромокаемый плащ **оранжевого цвета**.’

Общее количество проанализированных примеров на перевод особенностей речи главного героя составило 117. В переводе было полностью или частично сохранено 39 (33%), из-за чего русскоязычный текст звучит более стилистически нейтрально по сравнению с оригиналом.

И. А. Лащенко

СПЕЦИФИКА ИДИОЛЕКТА Т.СВИФТ НА ПРИМЕРЕ ЕЕ ПЕСЕННОЙ ЛИРИКИ

Идиолект – вариант языка используемый одним человеком. Он выражается в особых принципах подбора слов и грамматических особенностях, а также в словах, выражениях, идиомах или произношении, которые характерны исключительно для данного человека.

Идиолект Тейлор Свифт проявляется в уникальном стиле письма, который можно проанализировать через лексику, грамматику, стилистические приёмы и эмоциональную окраску текстов её песен.

Для песенной лирики Т. Свифт характерен эффект эмоциональной вовлечённости и сопричастности. В своих текстах автор рассказывает о личных переживаниях, в которых слушатели узнают собственный опыт. Такой эффект приводит к меметичности и цитируемости текстов. Многие строчки из песен становятся популярными в соцсетях и превращаются в элементы социолекта фанатской базы певицы.

Особенностью песенной лирики Т. Свифт можно назвать нетипичное для этого жанра лексическое наполнение. Автор использует редкие для любовной лирики слова, например, *matinée, dynasty, gauche, ricochet, clandestine, Machiavellian, incandescent, alchemy*. Это явление было отмечено в онлайн-версии словаря «Merriam-Webster», который собрал все необычные слова, которые Т. Свифт использовала при написании своих песен, в отдельную статью.

Для песенной лирики Т. Свифт характерен и необычный для жанра стиль повествования. Ее песни часто принимают форму мини-историй с сюжетом, героями и эмоциональной дугой. Можно даже назвать эти тексты кинематографичными, поскольку они вызывают очень яркий визуальный образ в сознании слушателя (прием «*show, don't tell*»). Например, строки *«Cause there we are again in the middle of the night / We're dancing 'round the kitchen in the refrigerator light»* позволяют слушателю без труда представить сцену, описываемую в песне.

В идиолекте Т. Свифт также присутствует цветовая и сенсорная символика. Автор часто использует названия цветов и другие сенсорные метафоры для передачи эмоций. Например, в строчке «*Loving him was red»* красный символизирует страсть и интенсивность эмоций.

К другим особенностям идиолекта Т. Свифт можно отнести построение текстов через контрасты (*I've been the archer, I've been the prey)*, игру с фонетикой и ритмом, аллитерацию.

Резюмируя всё вышесказанное, можно сделать вывод о том, что идиолект Тейлор Свифт – это сочетание повествовательной техники, метафоричности, эмоциональной близости и адаптации к разным жанрам, что делает её песни такими популярными и интересными для изучения.

В. А. Лемешонок

ТЕМАТИЧЕСКАЯ МЕТАФОРА В МЕДИАДИСКУРСЕ: КОГНИТИВНАЯ И МАНИПУЛЯТИВНАЯ ФУНКЦИИ

В современном мире средства массовой информации перестали выполнять исключительно информирующую функцию. За последние несколько десятилетий СМИ превратились из каналов распространения информации в инструмент формирования общественного мнения и даже в плацдарм информационных войн.

Дискурсу СМИ, или медиадискурсу, присущи следующие функции: информационная, коммуникативная, манипулятивная, развлекательная и образовательная. Каждая из них актуализируется разнообразными языковыми средствами, среди которых метафоры занимают одну из ведущих позиций. В центре нашего внимания находится тематические метафоры, представляющие собой сочетание экспрессивного и информационного элементов. Такие метафоры помогают упростить восприятие сложных концептов адресатом и, благодаря стойким ассоциациям в его сознании, могут послужить инструментом воздействия, выполняя когнитивную и манипулятивную функции соответственно.

Тематическая метафора может быть использована для упрощения понимания сложных процессов в политическом дискурсе. Например, в заголовке *The severe political storm in Israel* сложная политическая ситуация описывается как шторм. Ассоциация со стихией указывает на масштаб и характер проблемы, который легко распознается сознанием читателя. В этой же статье есть предложение *Public debate over the proposed reforms has precipitated the worst domestic crisis in Israel's history and has galvanised a broad cross-section of society into joining a new, activist, liberal-centrist camp, with potentially far-reaching political consequences.* Интересно использование глагола *precipitate*, который в научном контексте обычно описывает резкое ускорение тех или иных процессов. Для сохранения идеи «стихийности» этот отрывок можно перевести следующим образом: *Шквал общественных дебатов нагнал над Израилем тяжелые тучи внутреннего кризиса и всколыхнул широкие слои общества, объединив их вокруг нового либерально-центристского движения...*

В качестве примера реализации манипулятивной функции тематической метафоры можем выделить следующий заголовок: *Israeli war machine brutally grinds on despite Joe Biden's truce roadmap.* Метафора «*war machine*» (‘военная машина’) изображает израильские войска как бездушный механизм, что дегуманизирует их в глазах читателя и формирует негативное восприятие. Данный заголовок можно перевести следующим образом: *Безжалостная израильская военная машина не сбавляет оборотов несмотря на план перемирия Джо Байдена.*

Таким образом, тематическая метафора является мощным инструментом в создании близкого читателю образа, который позволяет призвать его к

действию, объяснить сложные явления неизвестной сферы жизни емко и доступно, что способствует эффективному общению между социокультурными группами и успешной реализации функции медийного дискурса.

А. А. Лис

АКТУАЛИЗАЦИЯ ИНТЕРТЕКСТУАЛИЗМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ И РУССКОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Актуализация интертекстуальных элементов в англоязычных и русскоязычных социальных сетях исследуется на основе анализа постов и комментариев на таких платформах, как Instagram, TikTok, X (ранее Twitter) и YouTube. Термин «интертекстуальность» был введён болгарским учёным Юлией Кристевой в 1967 году для описания связности текстов через цитаты, аллюзии и отсылки, скрытые или явные. Особое внимание уделяется прецедентным текстам, узнаваемым в определённой культуре, что позволяет понять механизмы формирования и распространения культурных кодов. В англоязычных и русскоязычных сетях интертекстуализмы проявляются через мемы, фразы и культурные аллюзии. Например, *It's giving*... используется для оценки внешнего вида или атмосферы, как и во фразе *It's giving elegance* – 'это выглядит элегантно'. В русском языке аналогом может служить *Это прям вайб* или *Даёт вайбы чего-то*, отражая ту же интонацию оценки. Популярный англоязычный мем *Me, an intellectual* сопровождается нарочито усложнённой формулировкой простого действия. Русский аналог – *Я, человек с высшим образованием*, используется с иронией в схожих контекстах. Фраза *Main character energy* выражает ощущение важности себя в ситуации; в русском языке ей соответствует выражение *Я сегодня в главной роли* или *Я – звезда сериала под названием жизнь*. Известный англоязычный шаблон *Girl math* иронизирует над логикой женщин в повседневных ситуациях. В русском сегменте подобный подход можно наблюдать в использовании ироничного *Баба-логика* или *Это просто женская математика*. Кроме того, англоязычные выражения часто заимствуются в русскую речь. Так, слово *rizz* 'харизма, умение флиртовать' активно используется в молодежной среде в виде риза, как в примере: *У него вообще нет риза*. Также закрепились *mid* 'посредственный', *goofy* 'нелепый' и *ratio* 'оценка популярности комментариев/. Русскоязычные пользователи, в свою очередь, часто обращаются к советской классике. Так, отсылка к фильму «Москва слезам не верит» в виде фразы *Сорок лет – жизнь только начинается* используется как мотивационный интертекстуализм. Аналогично, цитата *Не виноватая я, он сам пришёл* из фильма «Бриллиантовая рука» используется в ситуациях самооправдания.

Таким образом, интертекстуальность в соцсетях отражает не только глобальные тренды, но и локальные культурные особенности. Англоязычные пользователи чаще черпают отсылки из современной поп-культуры, тогда как русскоязычные активно используют наследие советского и постсоветского медиа-пространств. Эти различия служат ценным материалом для дальнейшего изучения межкультурной коммуникации и цифровой лингвокультуры

А. Д. Лобков

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ РОМАНА ДЖ. ДЖОЙСА «ПОМИНКИ ПО ФИННЕГАНУ» КАК КОМПОНЕНТ ЕГО НАЦИОНАЛЬНОГО СВОЕОБАЗИЯ

Роман Джеймса Джойса «Поминки по Финнегану», являющийся последним в творчестве писателя, разительно отличается от всех предшествующих ему произведений автора с точки зрения как его структурной, так и лингвистической организации. В частности, можно отметить цикличность сюжетной композиции (первое предложение романа *riverrun, past Eve and Adam's, from swerve of shore to bend of bay, brings us by a commodius vicus of recirculation back to Howth Castle and Environs* есть конец последнего *A way a lone a last a loved a long the* и наоборот), использование и комбинацию элементов примерно 65 языков, изобилие авторских неологизмов, разнообразие форм текста и полифонизм. Результатом подобной комплексной структуры следует считать особый авторский стиль, имитирующий фрагментированное и искажённое сознание человека, сложности в дифференциации персонажей и их принадлежности или непринадлежности к определённой нации. Вследствие этого ряд исследователей считают, что «Поминки по Финнегану» – произведение об «универсальном человеке» (как писал сам Джойс, *Everyman or Noman, manorwombanborn*).

В то же время нельзя не отметить факт наличия в тексте определённым образом выраженного национального компонента, т. е. элементов текста, отражающих национальную специфику (в рамках данного романа – конкретно ирландской нации), выраженную средствами языка. Такими элементами являются: ирландские топонимы разных типов (*Kongdam Coombe, Burke's mobility, La Roseaie, Ailesbury Road*), аллюзии, отсылающие читателя к различным характерным для Ирландии феноменам вроде названий присущих Изумрудному острову брендов алкоголя *(O'Connell's famous old Dublin ale, Guiness's or Phoenix brewery, from Bushmills to Enos)* и объектам исторического и культурного наследия, таким как музыкальные композиции (*and wet your feet maybe with the foggy dew's abroad*), народные баллады (а именно народная баллада о погребении разнорабочего Финнегана, лежащая в основе одной из сюжетных линий романа) и литературные произведения (например, народное стихотворение «Draherin O Machree»), а также исторические личности вроде короля Бриана Бору (*a praises be and spare me days for Brian-the Bravo*), политического деятеля Чарльза Парнелла (*Are Parnellites Just towards Henry Tudor?*) и Даниела О'Коннелла, сторонника экспансии католической веры на территории Ирландии (*the O'Conner Dan, so promonitory himself that he was obliffious of the headth of hosth that rosed before him*).

К. С. Лычковская

ЛЕКСИКО-СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ЭКСПРЕССИВНЫЕ СРЕДСТВА ФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗА ЖЕНЩИНЫ-ПОЛИТИКА В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ И РУССКОЯЗЫЧНОЙ ЭЛЕКТРОННОЙ ПРЕССЕ

Для проведения исследования нами отобрано 100 англоязычных и 100 русскоязычных микроконтексов из интернет - изданий США, Великобритании и России за период июль-ноябрь 2024 года на тему президентских выборов в США 2024 года. Из данных микроконтексов выделено 166 и 153 лексических экспрессивных средств (далее ЛЭС) соответственно. Доля англоязычных ЛЭС составляет 82 %, или 136 единиц; доля тропов-18%, или 30. Из эмоционально-окрашенной лексики большую часть занимают эмоционально-оценочные слова: *to be screwed, to injure, to fool* с долей в 68 %. На втором месте располагаются идиомы: *to apply balm to one's wounds, to be anything but, jump on bandwagon*) с долей в 12,5 %, или 17 единиц. Коллоквиальная лексика *to crib, to be roasted, flat-footed* составляет 10 %, или 14 единиц. Фразовые глаголы *to break out, to move up, to take up* – 9,5 %, или 13 единиц. Из тропов 37 % составляют гиперболы *disastrous policies, anti-family, the border will never close*, 33 % – метафоры *Harris' remarkable honeymoon, to scrub history, Crowning Kamala*, 20 % - эпитеты *gauzy promises, rapturous praize, ultrawoke Harris*, 7 % - сравнения *being twice as good as, political chameleon*, 3 % - ирония *As much as Democrats may wish otherwise, Harris did not fall out of a coconut tree without a record*. Это составляет 11, 10, 6, 2, 1 единиц соответственно. Из русскоязычных ЛЭС эмоционально-окрашенная лексика занимает 62 %, или 95 ЛЭС, 38 % – тропы, или 58 единиц. Из эмоционально-окрашенной лексики большую часть занимают эмоционально-оценочные слова с долей в 69 %, или 66 единиц с *трудом, уколоть, вторить*). 18 % или17 единиц занимают фразеологизмы *сделать все, что в чьих-то силах; ноздря в ноздрю, удар исподтишка*, 13 %, или 12 единиц - коллоквиальная лексика *потроллить, тупой, списывать*. Из тропов большую часть составляют метафоры с долей в 53 %, или 31 единиц *коронация, выход на авансцену, отыграть отставание*. Эпитеты составляют 20 %, или 12 единиц *резвый старт, пламенная речь, легкая победа*, ирония - 16 %, или 9 единиц *недостаточно чернокожая; если бы Дональд Трамп мог сам выбирать соперника, то остановил бы выбор именно на кандидатуре госпожи Харрис; победить Камалу Харрис на выборах 5 ноября «будет еще проще», чем ее нынешнего шефа*, гиперболы – 7 %, или 4 единиц *разрушать страну, худшая обуза, позор для США*, сравнения – 3 %, или 2 единицы *политический бройлер, тот же Байден, только в профиль*.

Таким образом, по сравнению с русскоязычными материалами в англоязычных значительно превалирует эмоционально-окрашенная лексика. Заметна специфика в выборе тропов: гиперболы и метафоры характерны для английских текстов, в русских акцент смещён на метафоры и иронию.

В. А. Ляшкова

ПЕРЕВОД СРЕДСТВ ВЫРАЖЕНИЯ КАТЕГОРИЧНОСТИ В ТЕКСТАХ ПО ОХРАНЕ ТРУДА

Категоричность в высказывании выражает проявление уверенности, безапелляционности и убежденности говорящего или пишущего в истинности высказываемой информации. Это прагматическая характеристика, при которой утверждение подается как неоспоримое, не требующее обсуждения или подтверждения. Категоричность выражается посредством интонации, особых лексических и грамматических средств. Категоричность отличает тексты официально-делового стиля, обеспечивая однозначность и точность информации, подчеркивая обязательность исполнения инструкций и указаний, а также формирует авторитетность источника сообщения.

В текстах по охране труда категоричный язык способствует строгому соблюдению норм и правил безопасности, снижает профессиональные риски и эффективно регулирует трудовые отношения в аспекте производственной дисциплины.

На примере инструкции по охране труда на учебных занятиях по оздоровительной ходьбе Сургутского государственного университета, а также ее перевода на английский язык, отметим, что в оригинале категоричность выражается с помощью: 1) модальных глаголов с семантикой долженствования *(студенты должны*), 2) усилительных наречий (*немедленно*, *беспрекословно*), 3) наречий/кратких прилагательных со значением важности (*необходимо*, *обязаны*).

В переводе, в свою очередь, наблюдаются следующие закономерности выражения категоричности: 1) наречие со значением важности *необходимо* переводится с помощью добавления модальных глаголов с разной степенью выраженности семантического значения долженствования (*must* – более категоричный, *should* – менее), а также заменяется прилагательным со значением важности *necessary*, которое в меньшей степени выражает долженствование нежели модальный глагол *must*; 2) усилительные наречия, прилагательные со значением важности, ограничительные наречия передаются заменой частей речи без потери смысла и степени выраженности категоричности (*немедленно информировать – obliged to inform immediately*); 3) добавление модальных глаголов долженствования (*резко не останавливаться – students should not stop abruptly*).

Таким образом, в переводе категоричность сохраняется за счет использования модальных глаголов различной степени категоричности (*should*, *must*), прилагательных (*necessary*, *obliged*), наречий и трансформационных приемов (добавление элементов, структурные замены), что позволяет адаптировать официальную тональность текста к нормам английского языка без потери его нормативного характера.

А. И. Мазовка

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ПОСЛОВИЦЫ И ПОГОВОРКИ С КОМПОНЕНТОМ-ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЕМ: СЕМАНТИКА И ПЕРЕВОД

Пословицы и поговорки можно рассматривать как отдельный вид фразеологизмов, не имеющих автора и по структуре соответствующих предложению. Как и другие фразеологизмы, они часто отражают культурные реалии народа и обогащают речь.

Цель данной работы состоит в выявлении особенностей англоязычных пословиц и поговорок с компонентом-цветообозначением, а именно их семантики и способов перевода.

Материалом для данного исследования послужили фразеологические словари английского языка, из которых методом сплошной выборки было отобрано 90 пословиц и поговорок с цветовым компонентом, наиболее частотными из которых оказались чёрный, белый и зелёный цвета.

У каждого народа сложилась своя символика цвета. В английских пословицах чёрный цвет редко имеет положительное значение. Компонент «тёмный» в большинстве случаев обозначает тьму. Значение белого цвета главным образом позитивное. Зелёный цвет в переносном значении представляет жизненную силу. Красный цвет чаще всего используется для обозначения окраса, его оттенок – розовый – чаще всего символизирует красоту. Серый цвет в основном обозначает старость. Жёлтый цвет редко употребляется в пословицах и поговорках. Коричневый цвет в основном встречается в лексеме *brown bread* ‘серый/чёрный хлеб’. Синий цвет, как правило, обозначает превосходство.

Согласно В. Н. Комиссарову, существуют 3 основных способа перевода пословиц и поговорок: 1) поиск аналогов; 2) калькирование; 3) описательный перевод (В. Н. Комиссаров, 1990).

В ходе анализа выяснилось, что наиболее часто употребляемым является способ подбора аналога. Обнаружено 64 примера: *Every cloud has a silver lining.* ‘Нет худа без добра’.

Далее по частотности употребления следует метод описательного перевода. Было найдено 17 примеров: *The moon is made of green cheese.* ‘Земля на трёх китах стоит’.

Последним по частотности оказался способ калькирования. Было обнаружено 9 примеров: *All cats are grey in the night*. ‘Ночью все кошки серы’.

Проведённый анализ показал, что цветовая составляющая редко сохраняется неизменной. Самый распространённый способ перевода пословиц – подбор аналога.

А. Д. Максименко

ИМИДЖ УСПЕШНОГО ЧЕЛОВЕКА: ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ?

В современном обществе средства массовой коммуникации играют значимую роль в формировании представлений и мнений людей об окружающем мире и происходящих в нем процессах. В связи с этим все большее внимание уделяется исследованиям, затрагивающим имидж отдельной яркой публичной личности, привлекающей внимание широкой общественности.

Без сомнения, известно большое число выдающихся личностей современности, среди них особую популярность в последние годы приобрело имя Илона Маска, которое стало синонимом деловой успешности и таланта. Илон Рив Маск – американский инженер, изобретатель, инвестор, с именем которого связаны такие мировые компании, как SpaceX, Tesla, The Boring Company, Neuralink, OpenAI и Twitter (X) (С.М. Голубицкий, 2016).

На материале англоязычных источников нами были проанализированы физический, психологический, личностный, профессиональный и поведенческий аспекты имиджа Илона Маска. В рамках психологического компонента отмечено наличие у Маска ряда проблем, в наличии которых он открыто признается, что делает его образ честным и понятным людям (C. Willen, 2021). Целеустремленность, способность концентрироваться на конкретных задачах, сосредоточенность, настойчивость, смелость, амбициозность, новаторство, склонность к риску, а также самокритичность были выделены нами как черты, относящиеся к личностному компоненту имиджа Маска. При рассмотрении профессионального компонента было отмечено, что личные качества Маска успешно дополняются трудолюбием и стремлением работать в команде с молодыми специалистами (S. Singh, 2017). При анализе поведенческого компонента было выявлено, что, несмотря на достижения, Маск сталкивается с критикой из-за своей прямолинейности и эпатажности, что порой негативно сказывается на репутации его компаний. Его лидерский стиль, хотя и мотивирует сотрудников, также приводит к высокой текучести кадров из-за жестких условий работы.

Представляет интерес, выявить как соотносятся отмеченные нами в англоязычных источниках аспекты в имидже успешного человека с лингвистическими средствами их репрезентации на лексическом, грамматическом и стилистическом уровнях языка в переводческом аспекте, что поможет глубже и полнее раскрыть многогранность успешной личности на двух языках.

В. М. Мартынюк

ГЕНДЕРНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ В ПОСЛОВИЦАХ И ПОГОВОРКАХ АНГЛИЙСКОГО И РУССКОГО ЯЗЫКОВ: СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

Множество лингвистов подчеркивают, что гендерные стереотипы часто подкрепляют традиционные роли и ожидания, могут негативно сказываться как на отдельных личностях, так и на обществе в целом.

Цель нашей работы заключается в проведении сопоставительного анализа англоязычных и русскоязычных пословиц, репрезентирующих гендерные стереотипы, с точки зрения их семантики, структуры и перевода.

С точки зрения стереотипов, отраженных в выбранных англоязычных и русскоязычных пословицах, женщина изображается как болтливая, несколько глуповатая и хитрая фигура, порой даже опасная, полная лицемерия и коварства. В то же время стоит отметить, что как в русскоязычных, так и в англоязычных аналогах, она также выступает в роли хранительницы домашнего очага, заботливой матери и хозяйки. Мужчина же представлен как некий "идеальный образ", обладающий благородством, честностью, порядочностью и щедростью, а также логикой и контролем над происходящим и высоким интеллектом. В русскоязычных пословицах часто встречаются такие черты, как эгоизм, злость, инфантильность, пьянство и распутство.

Что касается структурных особенностей отобранных пословиц, то встречаются как пословицы со структурой повествовательного предложения (97 %), так и со структурой побудительного предложения (3%): *Marry in haste, repent at leisure.* – ‘Женитесь на скорую руку, да на долгую муку’. Пословицы со структурой повествовательного предложения могут представлять собой как простые, так и сложные предложения: *Silence is a woman's best garment.* – ‘Молчание украшает женщину’ // *Men make houses, women make homes.* – ‘Мужчины строят жилище, женщины создают дом’ // *A man is only as good as his word when he keeps his promises.* – ‘Мужчина хорош только тогда, когда он выполняет свои обещания’ // *Мужик – голова, а жена – шея.* – ‘The man is the head, and the woman is the neck’.

Что касается специфики перевода отобранных нами пословиц, то самым распространенным способом оказался фразеологический аналог (51 %): *Женщина – это не только мать, но и жена*. – ‘A woman wears many hats’. Вторым по значимости способом является фразеологический эквивалент – 28 %: *A woman’s tongue wags like a lamb’s tail.* – ‘Женщина машет языком, как ягнёнок хвостом’. Наименее значимым способом перевода в отобранном материале является калькирование или дословный перевод – 21%: *Женщина должна быть за мужем, как тень за человеком.* – ‘A woman should be behind her husband like a shadow behind a person’.

Таким образом, можно сделать вывод, что многие гендерные стереотипы, репрезентируемые англоязычными и русскоязычными пословицами, находят отражение и в их русскоязычных и англоязычных соответствиях.

А. С. Мемус

МОДАЛЬНЫЕ ГЛАГОЛЫ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТАХ: СЕМАНТИЧЕСКИЙ И ТРАНСЛАТОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

В современных текстах публицистического стиля модальные глаголы, эксплицируя отношение к действию и реализуя категорию внутренней модальности (М.Я. Блох, 1983), служат инструментом воздействия на читателя и формирования общественного мнения.

Для проведения исследования из англоязычных газетных статей было отобрано 99 примеров с модальными глаголами. Семантический анализ показывает, что они имеют различные значения. Высокая частотность модального глагола *can* (61 контекст) обусловлена необходимостью акцентировать физическую возможность и эволюционные характеристики объектов: *«…it can support gut health…»* (‘…поддерживает здоровье кишечника…’). Использование *can* в форме прошедшего времени (*could*) добавляет оттенок условности и дистанцирования автора от утверждений, подчеркивая неопределенность.

Модальные глаголы *may* и *might* (16 контекстов) выражают предположение о том, что может быть сделано: *«It may be followed…»* (‘За ним может последовать…’).

Модальный глагол *must* (3 контекста) эффективно привлекает внимание в заголовках и формирует заданное отношение читателя к теме. Модальный глагол *have to* (8 контекстов) демонстрирует такие значения, как следование формальным правилам и логическое заключение: *«You have to keep birds …»* (‘Птиц нужно держать…’)

Модальный глагол *should* (11 контекстов) выражает совет (основное значение), а также предположение или нежелательность действий в зависимости от контекста: *«…should another oil spill occur?»* (‘…если произойдет еще одна утечка нефти?’).

Модальность может передаваться на русский язык различными способами, включая подбор эквивалента, замену модальных конструкций немодальными средствами и опущение модального глагола, что позволяет переводчику адаптировать текст в зависимости от контекста: *«…may have helped avoid further air pollution…»* – ‘…возможно, помогли избежать дальнейшего загрязнения воздуха…’ (замена части речи); *«Most can only be used in a non-continuous way»* – ‘Большинство из этих установок нестабильны’ (опущение, смысловое развитие).

Наиболее частотным способом передачи модальных глаголов английского языка на русский в публицистических текстах является использование эквивалента, в то время как замена части речи на краткое прилагательное

также встречается, а смысловое развитие, хотя и позво-ляющее передать нюансы значений, является наименее употребляемым приемом из-за необходимости глубокого анализа контекста и риска изменения стилистики оригинала.

А. В. Миляева

ПРАВИЛА ТРАНСКРИПЦИИ И ТРАНСЛИТЕРАЦИИ В ПЕРЕВОДЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВЕДЕНИЙ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Актуальность темы обусловлена тем, что при переводе художественных произведений с английского языка на русский язык часто возникают трудности с передачей имён собственных, географических названий и реалий. Одним из основных способов решения этой задачи является транскрипция, позволяющая сохранить звучание оригинала и передать атмосферу произведения.

Цель работы – проанализировать особенности использования транскрипции и транслитерации при переводе романа Брэма Стокера «Дракула» и определить их значение для точности и выразительности перевода.

В ходе исследования были рассмотрены основные правила транскрипции и приведены примеры из текста: *Dracula* ‘Дракула’, *Whitby* ‘Уитби’, *Lucy Westenra* ‘Люси Вестенра’, *Abraham Van Helsing* ‘Авраам Ван Хельсинг’, *Bistritz* ‘Бистрица’.

Транскрипция применяется преимущественно для передачи имён собственных и топонимов, когда важно сохранить узнаваемость и фонетическую структуру оригинала. В отдельных случаях используется транслитерация – буквальная передача написания, например: *Carfax* ‘Карфакс’, *Transylvania* ‘Трансильвания’, *Klausenburch* ‘Клаузенбург’, *Borgo Pass* ‘Борго Пасс’.

Ключевые принципы выбора метода:

- сохранение фонетического облика и аутентичности оригинала;
- последовательность передачи в рамках всего произведения;
- учёт традиций русского перевода и культурного контекста;
- (в отдельных случаях) адаптация написания для удобства восприятия русскоязычным читателем.

Правильное использование транскрипции и транслитерации способствует точности, выразительности и целостности художественного перевода, а также помогает читателю глубже погрузиться в атмосферу оригинального произведения. Кроме того, эти методы позволяют избежать искажения имён и названий, что особенно важно для классических текстов.

Д. Ю. Михайловская

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКИХ ЭВФЕМИЗМОВ

Целью данной работы является выявление трудностей, с которыми может столкнуться лингвист при переводе английских эвфемизмов.

В качестве базового определения мы возьмем то, которое представлено в словаре Д. Н. Ушакова: эвфемизм – это слово или выражение, заменяющее другое, неудобное для данной обстановки или грубое: *уснул последним сном* вместо *умер* (Д.Н. Ушаков, 1940).

Трудности перевода объясняются сложностью передачи денотативного значения единицы и сохранения функции маскировки одновременно, а также различием лексического состава и культурных особенностей.

Проанализировав работы современных лингвистов, можно выделить следующие проблемы, с которыми может столкнуться переводчик:

1) идентификация эвфемизма в тексте:

*Essex area coroner Sean Horstead said his decision to leave hospital was an "**unwise** decision… "* (BBC, 29/05/24) (‘неразумный’).

Читатель в большинстве случаев не осознает, что перед ним эвфемизм, ведь одна из его функций – маскировка.

2) определение значения:

*The need for the Philippines to keep up with global trends in the treatment of **The Big C**…* (Healthcareasia, 29/08/24) (‘онкология’).

3) отсутствие эквивалента:

*Al Fayed gave him **a brown envelope** containing $5,000 ...* (BBC, 30/11/24) (‘конверт с деньгами’).

4) эвфемизмы, которые встречаются в определенной культуре:

*Mr. Brings Plenty ... played Pete Plenty Clouds, **a Native American** sheepherder, in the television show “1923”* (The New York times, 07/04/24) (‘коренной американец’).

5) недостаточное количество словарей.

Английские словари эвфемизмов появились в конце XX века, а первый русский словарь такого рода был написан только в 2008 году.

6) отсутствие пометы «эвфемизм» в словаре;

7) потеря нейтральности;

Существительное ***accident*** когда-то означало ‘случайное событие’, но его ассоциация с несчастьем сузила значение до ‘несчастный случай’.

Проведенный анализ показал, что переводческие трудности разнообразны. Таким образом, во избежание переводческих ошибок необходимо учитывать все культурные особенности и обращаться к более современным словарям.

П. У. Міхайлава

ВОБРАЗЫ ГАЛОЎНЫХ ГЕРОЯЎ У РАМАНЕ ДОННЫ ТАРТ «ТАЕМНАЯ ГІСТОРЫЯ»: ПЕРАКЛАДЧЫЦКІ АСПЕКТ

У дадзенай працы быў праведзены аналіз вобраза аднаго з персанажаў кнігі амерыканскай пісьменніцы Донны Тарт (н. 1963). Мэтай даследвання з'явіліся выяўленне і аналіз сродкаў, якія прадстаўляюць складанасць перадачы вобразаў рамана, а таксама вылучэнне іх культурных і стылістычных асаблівасцяў.

Мы абралі падыход Барысавай Людмілы Уладзіміраўны для характарыстыкі вобраза героя. Па Барысавай, персанаж раскрываецца праз дзеянні, моўныя асаблівасці, псіхалагічны партрэт, апісанне знешніх асаблівасцяў, яго асабістыя рэчы, яго імя, і часта праз іншых персанажаў.

Пры пошуку складанасцяў перадачы вобразаў, мы разабралі іх на прыкладзе аднаго з герояў рамана. Выявілася, што імя Рычарда Пэйпэна не дае нам нейкую інфармацыю, бо не нясе семантычнай афарбоўкі. Рычард выступае ў рамане ненадзейным расказчыкам, што робіць успрыманне ўсіх падзей суб'ектыўнымі. Таксама з-за гэтага мы не ведаем яго дакладную знешнасць, бо сам ён сябе не апісвае.

Перакладаючы псіхалагічны партрэт, мы прымянялі антанамічны пераклад, каб рабіць фразы больш натуральнымі для беларускамоўнага чытача (*Does such a thing as 'the fatal flaw', that showy dark crack running down the middle of a life, exist outside literature? I used to think it didn't.* ***Now I think it does.*** – 'Ці існуе паняцце "фатальная памылка", гэтая кідкая цёмная расколіна, што перасякае жыццё, па-за літаратурай? Раней я думаў, што не. **Цяпер думаю інакш.**'). Што тычыцца апісання рэчаў героя, то мы назіраем, што ў Рычарда іх няшмат і, прымяняючы менатанімічны пераклад, падкрэсліваем значнасць кніг у яго жыцці (*When I got to my room it was silver and alien with moonlight, the window still open and* ***the Parmenides*** *open on the desk where I had left it;* – Калі я дабраўся да свайго пакоя, ён быў заліты месячным святлом, серабрыстым і незямным, акно ўсё яшчэ было адкрыта, а расчыненая **кніга Парменіда** ляжала на стале там, дзе я яе пакінуў).

Акрамя таго, Л. У. Барысава лічыць, што моўныя характарыстыкі раскрываюць сацыяльнае і інтэлектуальнае становішча персанажа, яго ўзрост, адукацыю і род заняткаў, яго душэўны стан і пачуцці, яго стаўленне і ўзаемаадносіны з суразмоўцамі, а так як увесь раман напісаны ад асобы Рычарда Пэйпэна, то гэта і ёсць яго характарыстыка, як асобы. Вачамі Рычарда мы бачым развіццё падзей у моцна рамантызаваным ключы, але ўсё яшчэ не пазбаўленым разважанняў і здаровай ацэнкі таго, што адбываецца.

Рэзюмуючы ўсё вышэйсказанае, можна зрабіць вынік аб тым, што для дасягнення максімальнай эквівалентнасці пры перакладзе вобразаў персанажаў мастацкай літаратуры, неабходна прытрымлівацца комлекснага падыходу, што можа быць абумоўлена неабходнасцю адаптацыі твора да стылю аўтара і культурных рэалій чытачоў іншай краіны.

М. Ю. Мухлядо

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И ПЕРЕВОД РАЗГОВОРНОЙ ЛЕКСИКИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Социальные сети стали важной частью современной коммуникации, а новые слова появляются на просторах Интернета едва ли не каждый день. Отсюда следует важность адекватного перевода данного рода лексики, что является отнюдь нелегкой задачей. Исследование проводилось на основе комментариев под 200 постами, опубликованными в социальных сетях TikTok и Instagram за январь-апрель 2025 г., были проанализированы аббревиатуры, слова с усеченной основой, идиомы, сленг и пр.:

При переводе аббревиатур (40%) чаще всего используются такие способы перевода, как транслитерация (40%) (bb – бб (bye-bye), pov – пов (point of view)), эквивалентный перевод (5%) (btw – кст (by the way – кстати), ig – мб (I guess – может быть)) и дословный перевод (55%) (fr (for real) – реально, ngl (not going to lie) – не буду врать).

При переводе слов с усеченной основой (2 %) чаще прибегают к эквивалентному (60 %) (mid (от ‘middle’) – так себе (о чём-то посредственном, непримечательном)) или дословному переводу (40 %) (sus (от ‘suspicious’) – подозрительно; opp (от ‘opposition’) – враг, соперник).

Говоря о сленге (30 %), можно подчеркнуть превалирование аналогового перевода (55 %) (to be glazing – подлизываться, осыпать комплиментами; to be cooked – хана, крышка) и методов транскрипции (7 %) и транслитерации (35 %) (‘слэй’ (slay), ‘токсик’ (toxic), ‘хир ми аут’ (hear me out), ‘рэд флэг’ (red flag)). В некоторых случаях необходимо использование контекстуального перевода (3 %) (type shi, ate)

Что касается идиом (8 %), то при их переводе в основном применяется описательный перевод (70 %) (to spill the tea – сплетничать; body is tea – шикарная фигура; must’ve been the wind – показалось). Хотя для некоторых выражения всё-таки удается найти аналог (30 %) (to bring something to the table – внести лепту).

Из-за отсутствия эквивалентных разговорно-просторечных единиц в русском языке для перевода коллоквиализмов (20 %) используются разные методы (перестановки, замены, опущения): wanna – хочу; lemme – дай-ка я.

Итак, можно сделать вывод, что самыми распространёнными способами перевода разговорной лексики являются транслитерация, аналоговый перевод и дословный. Основная трудность при переводе разговорной лексики состоит в необходимости принимать во внимание многогранность разговорной речи, которая характеризуется большой палитрой оттенков. И, как правило, переводчикам приходится искать адекватные замены, так как иного пути решения проблем при адаптации разговорной лексики просто не существует.

В. С. Некрасова

АМЕРИКАНСКИЙ ПОЭТ-ПЕСЕННИК БОБ ДИЛАН: ОТ ФОЛК-МУЗЫКИ К РОКУ

Роберт (Боб) Дилан – американский поэт-песенник, исполнитель своих собственных песен, художник, писатель и актер, один из самых известных музыкантов в поп-музыке за последние шестьдесят лет. Его творчество представляет сочетание музыки и поэзии, что делает его значимой фигурой не только в музыкальной, но и в литературной сфере. Дилан стал символом протестного движения Америки 1960-х годов. Его песни, наполненные глубокими социальными и политическими темами, отражают дух времени и стремления людей к лучшим переменам.

Одним из значимых фактов в биографии Дилана является присуждение ему Нобелевской премии по литературе в 2016 году. Это подчеркивает признание поэта-песенника не только как музыканта, но и как значимого литературного деятеля. Его тексты полны глубоких смыслов и социальных комментариев, что позволяет рассматривать их как полноценные литературные произведения.

Песня “Blowin’ in the Wind” является ярким примером литературного таланта музыканта. В ней раскрываются темы войны и мира, свободы и счастья. Перевод текстов Дилана на русский язык требует особого подхода для сохранения поэтической ценности оригинала. Приведем строчку из оригинала и нашего перевода: *Yes, and how many times must a man look up Before he can see the sky?* ‘Но, и сколько же раз должен человек поднимать свой взор, Прежде, чем он сможет увидеть небо?’. Выбранный нами вариант перевода ‘поднимать взор’, а не ‘поднимать голову’, добавляет поэтичности данному тексту. *Yes, and how many deaths will it take 'til he knows That too many people have died?* ‘Но, и сколько еще потребуется смертей, прежде чем он осознает, Что погибло уже слишком много людей?’ В приведенной строчке использование вариантного соответствия ‘погибло’ вместо ‘умерло’ добавляет эмоциональную окраску и подчеркивает трагизм ситуации. В песне Дилан поднимает вопросы, на которые не дает прямого ответа. *The answer, my friend, is blowin' in the wind. The answer is blowin' in the wind.* ‘Ответ, мой друг, принесет ветер. Ответ нам ветер несет’.

Творчество Боба Дилана продолжает вдохновлять новые поколения артистов, поэтов, музыкантов в поиске ответов на важные вопросы человеческого бытия. Боб Дилан действительно остается одной из самых влиятельных фигур в истории музыки и литературы. Его способность задавать важные вопросы о человеческом существовании и обществе через музыку продолжают волновать людей по всему миру.

Я. А. Нижевич

ТЕМАТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ЗАГОЛОВКОВ СТАТЕЙ О ФУТБОЛЬНЫХ ТРАНСФЕРАХ НА ПОРТАЛЕ SKY SPORTS

Новостные статьи о трансферах между футбольными клубами широко представлены в британском спортивном медиадискурсе. Одной из их особенностей является специфическая тематическая организация заголовков, проанализированная нами на материале 50 статей с самого популярного в Британии спортивного портала Sky Sports. Каждый заголовок рассматривался нами на предмет наличия в его составе пяти содержательных компонентов, выделяемых по методике 5W (what ‘что’, who ‘кто’, why ‘почему’, when ‘когда’, where ‘где’). Эта методика позволила выявить частотность употребления этих компонентов, их форму и характер взаимодействия.

Чаще всего (93 % статей) в заголовках Sky Sports представлен компонент Who ‘кто’, который называет участников трансферного события: игрока, тренера, агента, футбольный клуб. Это, как правило, известные имена / названия, которые призваны сразу привлечь внимание читателя. Вторым по встречаемости (86 % статей) является компонент Where ‘где’, в котором место действия указывается либо через упоминание клуба, либо страны или лиги. В случае громких трансферов обязательно указывается клуб-продавец и клуб-покупатель, поскольку читатели обычно «болеют» не за игрока, а за клуб, и именно перспективы клуба представляют для них наибольший интерес. Следующий по частотности – компонент What ‘что’ (70 % статей), который называет трансферное событие: переход игрока в другой клуб, возвращение, подписание контракта, наличие заинтересованности клуба в приобретении игрока, слухи о возможном трансфере. Он является содержательной основой заголовка. Информация в этом компоненте точная, фактологическая, без эмоциональной окраски. Значительно реже в состав заголовков входит компонент Why ‘почему’ (36 % статей), пожалуй, наиболее интересный по своему содержанию, поскольку в нем указываются причины трансфера, скрытые или явные интересы сторон. Британские журналисты предпочитают не раскрывать в заголовке причинно-следственные связи трансферов, оставляя это для аналитической части статьи, а лишь намечать их, задавать в виде интриги. Компонент When ‘когда’ выявлен в наименьшем количестве заголовков (26 %), в случае его употребления он подчеркивает актуальность или срочность события. Этот компонент включается в заголовок тогда, когда трансфер связан с определенным периодом, и употребляется в сочетании с прогнозами или договоренностями, чаще всего в контексте планирования.

В. В. Николаевич

ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ПРИЕМЫ В «МУЖСКИХ» И «ЖЕНСКИХ» ПЕРЕВОДАХ (на материале русскоязычных переводов произведения М. Твена «ПриключениЯ Тома Сойера»)

В процессе профессиональной деятельности переводчика в языке так или иначе отражается его гендерный статус, при этом различия в переводах мужчин и женщин проявляются на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях. Цель настоящего исследования – выявление влияния гендерной принадлежности переводчика на выбор переводческих решений при передаче англоязычных художественных текстов на русский язык.

Материалом для данного исследования послужили шесть переводов десяти глав романа М. Твена «Приключения Тома Сойера» на русский язык, выполненные тремя переводчиками-мужчинами (К. И. Чуковский, С. Б. Ильин, А. А. Климов) и тремя переводчиками-женщинами (Н. Л. Дарузес, М. Николаева, С. И. Воскресенская).

Наиболее явно различия между «мужскими» и «женскими» переводами проявляются в частоте использования следующих переводческих трансформаций: конкретизация, модуляция, объединение предложений и членение предложений. Переводчики-мужчины чаще, чем женщины, используют прием конкретизации (20 и 13 случаев соответственно), а также членение предложений (нами зафиксировано 16 случаев применения данной трансформации переводчиками-мужчинами и 6 – женщинами). Особенностью «женских» переводов является более частотное применение смыслового развития (модуляции) (14 случаев в переводах женщин и 6 – в переводах мужчин), а также объединение предложений (6 случаев).

Рассмотрим различия в «мужских» и «женских» переводах на примере модуляции. Предложение *He had been months winning her* было переведено на русский язык следующим образом: ‘Несколько месяцев он добивался её любви’ (пер. К. И. Чуковского); ‘Месяцами завоевывал он ее сердце’ (пер. С. Б. Ильина); ‘Не один месяц он добивался взаимности’ (пер. А. А. Климова), ‘Он несколько месяцев добивался взаимности’ (пер. Н. Л. Дарузес), ‘Он ухаживал за Эмми в течение нескольких месяцев’ (пер. М. Николаевой); ‘Онъ ухаживалъ за нею цѣлые мѣсяцы’ (пер. С. И. Воскресенской). В двух из трех случаев переводчики-женщины применяют данную трансформацию для перевода глагольной формы winning, в то время как мужчины используют для передачи смысла словарный эквивалент.

Выявленные нами тенденции в применении переводческих трансформаций соотносятся с особенностями мужской и речи, традиционно выделяемыми исследователями. Мужчины предпочитают краткость и точность изложения мысли и, как следствие, при переводе чаще используют конкретизацию и членение предложения, в то время женщины склонны с большей частотой применять модуляцию (смысловое развитие) и объединение предложений.

В. С. Новикова

УЧЕТ ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ АУДИТОРИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Успех привлечения инвестиций напрямую зависит от качества представления инвестиционного предложения, которое должно быть не только грамотно переведено, но и адаптировано к лингвокультурным особенностям целевой аудитории. Недостаточное внимание к этим аспектам может привести к недопониманию, неверной интерпретации информации и, как следствие, к отказу от инвестирования.

Культурный фон существенно влияет на восприятие информации и принятие решений. Так, немецкие инвесторы ценят точность, детализированную информацию и аналитический подход. Четко структурированное предложение с логически обоснованными, подкрепленными фактами аргументами имеет решающее значение. Эмоциональные призывы менее эффективны. В китайской деловой культуре особое значение придается установлению доверительных отношений и личных связей. Личные встречи и переговоры являются неотъемлемой частью процесса принятия решений. Инвесторы обращают внимание на репутацию компании и долгосрочное стратегическое видение. Вежливость, уважение к традициям и иерархии крайне важны. Для ближневосточных инвесторов важны не только личные связи и доверие, но также и репутация. Щедрость, гостеприимство и уважение к старшим являются неотъемлемыми элементами делового этикета.

Перевод инвестиционного предложения – сложная задача, требующая учета не только языковых, но и культурных, финансовых и юридических аспектов. В частности, помимо требования точности и однозначности понимания финансовых и юридических терминов в соответствии с законодательством разных стран, при употреблении терминов важно учитывать прагматические особенности целевой аудитории. Так, например, в англоязычных странах часто используется термин *return on investment (ROI)*, который обозначает доходность инвестиций. Однако в некоторых культурах, например в Японии, акцент на доходности может восприниматься как излишняя агрессивность или даже недовольство риском. Чтобы адаптировать сообщение для японского рынка, переводчики в качестве эквивалента используют фразу, которую по-русски можно описать как *инвестиции с учетом долгосрочной стабильности*. Это позволяет подчеркнуть ценность долгосрочного подхода, который более соответствует японской бизнес-культуре.

Дословный перевод может быть приемлем для технической документации, но для маркетинговых материалов, включая инвестиционные предложения, необходима адаптация, требующая от переводчика глубокого знания лингвокультурных особенностей потенциальных инвесторов.

А. А. Одинцова

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИНХРОННОГО ПЕРЕВОДА ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЙ

Пресс-конференция является видом специальной коммуникации. Её **целью** является обеспечение эффективной коммуникации социального субъекта с общественностью. При анализе эффективности перевода используются ***целостные*** и ***аналитические*** методологии. Целостные оценивают перевод с позиции сохранения его коммуникативной функции и больше подходят для письменного перевода. Аналитические методологии анализируют качество и количество ошибок, поэтому больше подходят для оценки устного перевода.

Пресс-конференция представляет собой псевдодиалог, т.к. ответы имеют форму монологического высказывания. При дискуссии на пленарном заседании международного экономического форума было произнесено 28 реплик журналиста (в среднем составляют 5-10 предложений) и 30 ответов ораторов (15-40 предложений).

В данной работе наличие ошибки выявлялось по системе **The Federal Court Interpreter examination,** которая включает необоснованный пропуск ключевой информации в предложении; несоблюдение точности при переводе информации; добавление информации, которая ведёт за собой смысловые ошибки (чаще при последовательном переводе); несоблюдение регистра; неправильная локализация; синтаксические ошибки, вызванные языковой интерференцией.

Было выявлено 12 опущений, которые могли сказаться на общем содержании высказывания (‘*Нам останется разливать, видимо, в бутылки или в трехлитровые банки, как моем детстве. Если не выяснится, что бутылки мы сами производим’ – ‘We would have to bottle juice or to put it into glass bottles as it used to be when I was a child’).* Было использовано 9 добавлений (‘*и будем производить только нефть и газ, пеньку и седла, да и продавать кругляк заграницу’ – ‘we would only produce oil, gas, horse saddles maybe as we used to do it in the past, and sell timber abroad’).* Выявлено 8 неточностей *(‘и не только доставшаяся кооперация от советского союза’ – ‘it's not just the cooperation we've been having with the Eurasian Economic Union’).* Несоблюдения регистра, перехода на сленг или неуместного использования просторечий при переводе с русского на английский язык выявлено не было.

При возникновении технических проблем переводчики максимально компрессировали высказывание; при переводе цитат использовалась побуквенная передача (знаковый перевод). При передаче пословиц и просторечий частым приёмом было смысловое преобразование. Переводя фамилии, переводчики использовали опущение, упоминая при этом должность.

Е. С. Остапович

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА МАНИПУЛИРОВАНИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРЕВОД

Одним из определений речевого манипулирования является «вид языкового воздействия, используемый для скрытого внедрения в психику адресата целей, намерений, отношений или установок, не совпадающих с теми, которые имеются у адресата в данный момент» (О.Н. Быкова, 1999). Цель работы – выявить лексические средства манипулирования общественным мнением в англоязычных СМИ и специфику их передачи на русский язык. Все нижеприведенные примеры взяты из англоязычных журналов и газет: «The Guardian Weekly» (2025), «The Independent» (2025), «Financial Times» (2025), «The Times UK» (2025).

Нами были выявлены следующие варианты языкового манипулирования **на лексическом уровне**:

1. **Эвфемизмы**: *real-terms cuts – 'сокращения в реальном выражении'* в контексте *...to prepare for **real-terms cuts** of up to 11% ahead of June's spending review…* Термин смягчает понятие сокращения бюджета, указывая на то, что речь идет о снижении в контексте инфляции. Для перевода применен метод калькирования.

2. **Негативная префиксация**: *The talks in Saudi Arabia – **unthinkable** even six months ago…* Слово *unthinkable* ‘невообразимый’ подчеркивает степень неожиданности и кардинальности произошедших изменений. Перевод при помощи словарного эквивалента.

3. **Специализированная терминология**: *Planetary defense coordination office* – ‘Управление по координации планетарной обороны’ – название конкретной организации. Упоминание организаций акцентирует внимание на глобальных усилиях, необходимых для решения проблемы космических угроз. Для перевода нам потребовалось воспользоваться онлайн-ресурсами и базой данных упомянутых организаций. Использовано калькирование.

4. **Устойчивые выражения:** *Gucci **plays up** its Gucciness.* Контекст позволяет определить значение данного фразового глагола – ‘подчеркивать’, переведен эквивалентом.

5. **Неологизмы-окказионализмы**: *Gucci plays up its **Gucciness.*** Для перевода используем модуляцию: ‘Гуччи подчеркивает свою ***уникальность***’.

6. **Аббревиация**: *ISS – International Space Station* – ‘Международная космическая станция’. *UCSD – University of California, San Diego* – ‘Калифорнийский Университет, Сан Диего’. Для перевода нам потребовалось расшифровать аббревиатуры и найти эквивалент каждому наименованию в словаре аббревиатур.

Как видим, средства языкового манипулирования лексического уровня достаточно разнообразны.

Д. И.Острога

СИНТАКСИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТИПА ТЕКСТА «ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ПАЦИЕНТОВ» В АСПЕКТЕ ПЕРЕВОДА

Тексты «информация для пациентов» (ИДП) важны для активного участия пациентов в лечении. Для данного исследования отобраны пять текстов ИДП объёмом около 35 тысяч знаков с пробелами, содержащие 384 повествовательных и 15 вопросительных предложений. Исследованные тексты имеют ряд синтаксических характеристик: простые и сложносочиненные предложения преобладают над сложноподчинёнными; предложения в активном и пассивном залоге чередуются; активный залог явно преобладает (более 85 процентов); пассивный залог используется для акцента на действие, активный залог применяется, чтобы подчеркнуть роль пациента. Например: *Erkältungen werden meist durch Viren verursacht.* (Passiv) – Простуды зачастую возникают из-за вирусов. *Sie tragen es tags- und nachtsüber am Körper.* (Aktiv) – Вы носите его на теле днем и ночью. В проанализированном материале обнаружено 19 предложений с неопределённо-личным местоимением ‘man’ и одно с неопределённо-личным местоимением ‘jemand’. Установлены следующие основные переводные эквиваленты неопределённо-личного местоимения ‘man’:

1) нулевой эквивалент (приём опущения эквивалента). Например: *Oberer Wert: Diesen Wert bezeichnet man als systolischen Blutdruck.* – Верхнее значение: систолическое артериальное давление.

2) нулевой эквивалент в сочетании с эквивалентом полнозначного глагола в 3-м лице множественного числа. Например: *Ist keine körperliche Ursache erkennbar, die besondere Maßnahmen erfordert, spricht man von nicht-spezifischen Kreuzschmerzen.* – Если не найдено нарушений в организме, требующих специального лечения, говорят о неспецифических болях.

3) нулевой эквивалент в неопределенно-личной конструкции с модальным словом. Например: *Mit Blutdruckmessungen und weiteren Untersuchungen kann man Bluthochdruck und Folgeschäden erkennen.* – Меряя давление и используя другие методы, можно распознать высокое давление и его осложнения.

4) эквивалент-местоимение ‘вы’ (приём добавления личного местоимения и тем самым категориально-морфологическая трансформация по части речи ‘местоимение’). Например: *Man wird schwer krank.* – Вы серьезно заболеете.

5) эквивалент-существительное (приём добавления существительного и тем самым категориально-морфологическая трансформация перехода от местоимения к существительному). Например: *Wie jemand mit Schmerzen umgeht und ob er sie als bedrohlich ansieht, beeinflusst den Krankheitsverlauf ebenfalls.* – То, как человек относится к болям, считает ли он их опасными, также влияет на течение болезни.

Анализ синтаксических характеристик текстов «информация для пациентов» в аспекте перевода может способствовать поиску оптимальных переводных эквивалентов.

А. Д. Пагирницкая

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ БАЗОВЫХ КОНЦЕПТОВ КУЛЬТУРЫ

Исследование языковых средств репрезентации базовых концептов культуры представляет собой одно из наиболее перспективных и интенсивно развивающихся направлений современной лингвистики, которое находится на стыке лингвокультурологии, когнитивной лингвистики и межкультурной коммуникации. Данная область научного знания позволяет выявить глубинные связи между языком и культурой, раскрыть особенности национального менталитета и специфику восприятия мира различными лингвокультурными сообществами. *Концепт* представляется как широкое понятие, близкое по своему значению к «идее» или «понятию» в классическом понимании и включает в себя не только образное представление, но и языковые средства объективации концепта. Согласно В. В. Красных, концепт реализуется в сознании в виде свободных ассоциаций, обладает высоким уровнем абстракции, формирует систему взаимосвязанных понятий и представлений или целостных структур, элементы которых не существуют вне целого.

Основная цель исследования – выявление языковых средств (ЯС), обеспечивающих описание таких базовых концептов культуры, как «мужчина» и «женщина» в белорусском и английском языках, посредством анализа словарей. Предметом исследования выступают номинативные поля данных концептов – совокупность языковых единиц (ЯЕ), объективирующих концепты в определенный период исторического или культурного развития общества. Материалом для исследования послужили 7 словарей: 3 для белорусского языка: Тлумачальны слоўнік беларускай літаратурнай мовы (І. Л. Капылоў [і інш.], 2016), Слоўнік беларускіх народных параўнанняў (Т. В. Валодзіна, Л. М. Салавей, 2011) и Слоўнік беларускіх прыказак (І. Я. Лепешаў, М.А. Якалцэвіч, 1996); а также 4 словаря для английского языка – The “King's English” dictionary, etymological, explanatory, pronouncing (A.M. Williams, 2017), Oxford Collocations Dictionary (C. McIntosh, 2009), Cambridge International Dictionary of Idioms (2002) и English Proverbs and Proverbial Phrases (W. Carew Hazlitt, 1882). Методом сплошной выборки было отобрано 596 ЯЕ (297 белорусских и 299 английских).

В ходе компонентного анализа ЯЕ были распределены по группам: словарные определения лексем, прямые и производные номинации (*муж, жонка, husband, wife* и т.д.), однокоренные слова (*мужнасць, manhood, жаночы, womanly* и т.д.), свободные словосочетания (*высокі*, *смелы, bearded, wise, прыгожая, клапатлівая, plain, hysterical* и т.д.), устойчивые сравнения (*плакаць як баба*, *красен як ардзель*, *ісці як пані*, *квактаць як курыца*, *like a man possessed*, *built like a tank*, *as pretty as a picture*, *as graceful as a swan* и т.д.), а также паремии (*Без гаспадара гумно плача, а без гаспадыні хата; Карову б’юць за зык, а бабу за язык; Хто добры пастух, той і гаспадар добры; Men make houses; women make homes; Women have nine measures of talk.; Men are not to be measured in inches* и т.д.).

Таким образом, проведённый анализ ЯС репрезентации концептов «мужчина» и «женщина» в белорусском и английском языках позволил выявить как общие, так и специфические культурно-языковые особенности их номинации и описания. Результаты исследования будут использованы для дальнейшего изучения концептов с целью более глубокого понимания культуры родного и изучаемого языков.

У. И. Пугач

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ КОМПЬЮТЕРНЫЕ ИГРЫ ЖАНРА СТРАТЕГИЯ С ЭЛЕМЕНТАМИ КОМПЬЮТЕРНОЙ РОЛЕВОЙ ИГРЫ: ВОПРОСЫ ЛОКАЛИЗАЦИИ

В данной работе был рассмотрен процесс, особенности и трудности локализации англоязычных компьютерных игр жанра стратегия с элементами компьютерной ролевой игры. Целью исследования явилось выявление особенностей перевода видеоигр и частотных ошибок при их локализации. В качестве объекта анализа была выбрана культовая стратегия «Warcraft III: Reign of Chaos», разработанная компанией Blizzard Entertainment. Материалами исследования послужили тексты интерфейса, имена собственные, названия игровых глав и реплики персонажей.

Рассмотрев различные определения, мы сделали вывод о том, что локализация в контексте игровой индустрии – это комплексный процесс адаптации текста на физическом носителе игры, внутриигрового текста, аудиовизуального контента, сопровождающийся культурной, технической и юридической адаптацией, направленной на создание для пользователя в другой языковой и культурной среде максимально аутентичного игрового опыта.

Анализ видеоигры «Warcraft III: Reign of Chaos» показал, что при переводе интерфейса чаще использовались такие трансформации, как модуляция (*Video – Изображение*, *Particles – Эффекты*) и калькирование (*Animation Quality – Качество анимации*, *Load Game – Загрузить игру*). При локализации имён персонажей преимущественно использовались транскрипция и транслитерация, однако в ряде случаев были зафиксированы неудачные переводы, повлёкшие за собой утрату оригинального смысла (*«Malfurion Stormrage» («Малфурион Ярость Бури») – «Фарион Свирепый»*). Названия глав игры переводились с помощью разнообразных приёмов: от калькирования и модуляции до опущения и контекстуальной замены.

Было выявлено, что переводчики-локализаторы придерживались стратегии доместикации и транскреации. К такому выводу позволяет прийти анализ реплик персонажей, в результате которого были выделены примеры удачной передачи шуток (*“I'm having a mid-death crisis.” – «У меня посмертно-депрессивный синдром».*), замены реплик на абсолютно новые (*“You're annoying my dog.” – «Нортрендский волк тебе товарищ».*), замена отсылок на те, что будут понятны целевой аудитории (*“Last week my top half was on the Discovery Channel and my bottom half was on Animal Planet.” – «Вчера мою верхнюю половину показывали в передаче «Случайный свидетель», а мою нижнюю половину показывали в передаче «В мире животных»».*).

Анализ текстовой локализации показывает, что имеется некоторое количество упущений, в большом количестве случаев прослеживаются отклонения от оригинальной версии и потеря логической связи в диалогах и кат-сценах. Однако, принимая во внимание особенности жанра и принятие финального продукта целевой аудиторией, можно сделать вывод, что осуществлённая локализация может считаться успешной.

А. В.Радюк

ПРИЁМЫ И ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ЮМОРА
(на материале англоязычных видеофрагментов стендап-шоу)

Юмор — одно из самых сложных и многогранных явлений в лингвистике и межкультурной коммуникации. Особенно остро сложности перевода проявляются в таком жанре, как стендап-шоу, где важна каждая реплика, вся лексика и интонация. Цель настоящей работы — выявить и проанализировать особенности перевода юмористических реплик в стендап-шоу, а также рассмотреть приемы и стратегии, применяемые переводчиками для сохранения комического эффекта.

Согласно классификации В.Н. Комиссарова, переводческие трансформации включают в себя модуляцию, конкретизацию, грамматические и лексические замены и др. (Комиссаров, 2011). Эти приёмы активно применяются при переводе юмористических текстов, где необходим не буквальный, а функциональный подход, позволяющий сохранить юмор в рамках целевой культуры.

Пример 1: Джон Мулейни (John Mulaney) рассказывает о своём опыте перелёта с *Delta Airlines*, выстраивая целую серию панчлайнов на основе гиперболы, иронии и абсурда: *"Can I please go home on an airplane?" — "No. In fact, we're gonna frame you for murder."* Перевод: *«Можно мне, пожалуйста, полететь домой на самолёте?» — «Нет. Более того, мы вас подставим за убийство»*. Переводчик применяет модуляцию и экспликацию для сохранения абсурдного эффекта.

Пример 2: Малик Эльассаль (Malik Elassal) использует элементы самоиронии и культурного контекста: *"He told me I was going to starve. But I've never been hungry — I live with my parents."* Перевод: *«Он сказал, что я буду голодать. Но я ни дня не был голоден — я живу с родителями»*. Шутка основана на контрасте между ожиданиями и реальностью. Переводчик сохраняет иронию и культурную отсылку к жизни молодого человека в иммигрантской семье.

Пример 3: Пол Снайдер (Paul Snyder) об интровертах и конфронтации: *"I tried to break up with her, and she said: 'No, I don't think so.' And now we've been married for 25 years."* Перевод: *«Я пытался с ней расстаться, а она сказала: "Нет, не думаю". И вот уже 25 лет как мы женаты»*. Перевод сохраняет синтаксическую структуру и панчлайн за счёт минимального вмешательства в форму.

Таким образом, перевод юмора требует не только лингвистической гибкости, но и глубокого культурного знания. Эффективный перевод стендап-шоу невозможен без адаптации, применения трансформаций и ориентации на восприятие целевой аудитории.

А. К. Размук

ПЕРЕВОД МЕТАФОРИЗИРОВАННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ КОМПЬЮТЕРНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ

Англоязычные компьютерные термины, обладая метафорическим содержанием, активно заимствуются и адаптируются в других языках, включая русский. Первый и наиболее распространённый способ — это транслитерация / транскрипция, т.е. передача /написание английского термина с использованием кириллицы: *файервол* 'firewall' — термин, обозначающий средство сетевой защиты; *куки* 'cookies' — небольшие фрагменты данных, полученные браузером; *traffic* ‘трафик’— объем данных, передаваемых по сети; *хостинг* 'hosting' — услуга размещения веб-сайтов. Однако при транслитерации / транскрипции теряется метафорическое значение, что может затруднить понимание термина для русскоязычных пользователей. Второй способ — это перевод термина на русский язык с сохранением его метафорического содержания: *firewall* ‘огненная стена’ — передает образ защиты от угроз*; snail mail* ‘медленная почта’— подчёркивает медлительность традиционной почты по сравнению с электронной*; information web* 'информационная паутина’ отражает структуру сети. Таким образом, сохранение метафорического содержания помогает пользователю лучше понять функцию термина. Третий способ — это прямой перевод термина без сохранения метафорического значения: *to refresh the page* ‘обновить страницу’ — теряется метафора обновления; *to search the Internet* ‘искать в интернете’ — потеря метафорического смысла; *to transfer data* ‘передать данные' — утрачивается образ, связанный с движением данных. В этих случаях пользователи могут не улавливать образный смысл, что может привести к недопониманию. Иногда англоязычные термины не имеют подходящих аналогов в русском языке и передаются прямым включением в текст перевода в исходной форме. Иногда возможен их перевод: *big data; snail mail*; *e-mail* или ‘электронная почта'; *cloud computing* или иногда 'облачные вычисления'; *software* — русскоязычный термин 'программное обеспечение' менее распространён, чем оригинал. Некоторые термины образуются путем сокращения и соединения общеупотребительных и специфических лексем: *e-zine* (electronic + magazine) ‘электронный журнал’; *knowbot* (knowledge + robot)'программа для поиска информации’; *internaut* (Internet + astronaut) 'пользователь Интернета’; *NetPol* (Internet + Police) ‘интернет-полиция’; *blog* (web + log) 'веб-дневник’, который соединил оба понятия.

Таким образом, транслитерация, перевод с сохранением метафоры, перевод с нейтрализацией метафорического значения, прямое включение и сложносокращенные лексемы — все эти способы играют важную роль в формировании русскоязычной терминологии в области информационных технологий.

Э. А. Ракавец

ПРАБЛЕМА ЛАКАЛІЗАЦЫІ ГУЛЬНЯЎ СТЫЛЮ ЭКШН

Аб’ектам дадзенага дасладавання выступаюць гульні стылю экшн. Экшн гульні (з англ. *action* –‘дзеянне’) —– дынамічныя гульні, якія робяць упор на хуткую рэакцыю гульца і яго сэнсаматорныя здольнасці, бо такія гульні патрабуюць добрую зрокавую каардынацыю руху рук. Часцей за ўсё персанаж у віртуальнай рэчаіснасці выкарыстоўвае разнастайныя баявыя мастацтвы і вялікі арсенал зброі дзеля ўратавання свету ад злых сіл.

Вывучэнне асаблівасцяў гульняў, і, апроч таго, спецыфік перакладу мастацкага тэксту паспрыяла выяўленню асаблівасцяў лакалізацыі экшн гульняў. Матэрыялам даследавання паслужыла гульня Devil may cry 3: Dante’s Awakening, якая адносіцца да паджанру экшн гульняў “stylish action”. У ходзе даследавання былі выяўленны наступныя праблемы лакалізацыі.

Рэлігіёзныя тэрміны — у Devil May Cry 3 рэлігіёзныя тэрміны і спасылкі граюць важную ролю, бо гульня пабудавана на супрацьстаянні дэманаў і людзей, у асаблівасці звяртаючы ўвагу на праблему чалавечнасці, а таксама ў сюжэце пераважыць матыў граха, збавення і багаборніцтва. У перакладзе на рускую гэтыя элементы былі адаптаваныя з улікам культурнага кантэксту.

Фразеалагізмы. Даволі часта аўтары прыбягалі да пошуку рускіх аналагаў для перадачы сэнсу і стыля арыгінала (*Пр. Let’s rock!* — рус. ‘Зажжём!’), або выкарыстоўвалі больш простыя аналагі, захоўваючы сэнс арыгіналу *Пр. It’s like staring at a backed-up toilet.* – ‘Всё равно, что уставиться в забитый унитаз!’(захоўваецца грубаваты адценак гумару).

Гумар. Часам лакалізатары прыбягалі да калькавання, транскрыпцыі або транслітарацыі (*Пр. In a dog show, you’d definitely take first place.* –‘В дог-шоу ты занял бы первое место!’), што не заўсёды можа быць зразумела рускамоўным гульцом *Пр. Easy, Fido!* (“Fido” — стэрэатыптная мянушка для сабакі) – ‘Тише, Фидо!’ (захаваны зняважлівы тон, аднак без выразнай асацыацыяй з сабакамі). Аднак ёсць і прыклады, калі лакалізатары выкарыстоўваюць рускія аналагі з захаваннем стылю арыгіналу *Пр. How cute.* – ‘Как трогательно’ (сарказм).

Лакалізацыя не заўсёды абавязана поўнасцю перадаць першапачатковы сэнс арыгіналу, аднак дасведчанасць у тэорыі і практыкі перакладу можа дапамагчы выклікаць патрэбную рэакцыю ў замежнай аўдыторыі.

Е. В. Расолько

СРЕДСТВА ВЕРБАЛЬНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЕ
(на материале видеороликов на тему домашнего насилия)

Средства вербального воздействия в англоязычной социальной рекламе требуют комплексного анализа как языковых, так и культурных аспектов. При переводе на тему домашнего насилия особое внимание уделяется прагматическому потенциалу, а именно способности текста вызывать у реципиента соответствующую эмоциональную и поведенческую реакцию. В ходе исследования были проанализированы приёмы эмоционального воздействия и способы трансформации рекламных сообщений в контексте межкультурной коммуникации.

В англоязычной социальной рекламе ключевое значение имеет лаконичность высказывания при сохранении высокой степени экспрессивности, тогда как русский вариант зачастую требует расширения высказывания для усиления воздействия. Особого внимания требует передача скрытой аргументации, характерной для англоязычной социальной рекламы. Анализ русскоязычной версии подобных слоганов показал, что чаще всего в переводах применяются более прямолинейные и эмоционально окрашенные формулы, акцентируя внимание на социальной ответственности.

Эффективность социальной рекламы также обеспечивается при помощи использования экспрессивной лексики, метафор и ритмических повторов. Такие синтаксические структуры способствуют восприятию текста как лаконичного, но при этом насыщенного смыслом. В большинстве случаев в англоязычной рекламе акцент делается на индивидуальную ответственность, в то время как в русскоязычном пространстве более уместны коллективные призывы и обращения к общественным ценностям. Данное явление так же связано с культурным контекстом, который формирует восприятие социальной рекламы и определяет её эффективность. В англоязычных странах, где индивидуализм считается одной из ключевых ценностей, рекламные сообщения часто апеллируют к личной ответственности и самостоятельному выбору индивида. Слоганы строятся таким образом, чтобы каждый человек ощущал свою причастность к проблеме и понимал, что именно от его действий зависит изменение ситуации. В то же время в русскоязычном пространстве, где исторически преобладают коллективистские установки, социальная реклама стремится объединить аудиторию вокруг общих целей и моральных принципов.

Таким образом, прагмалингвистический аспект перевода социальной рекламы заключается не только в передаче информации, но и в комплексной адаптации стилистики, эмоционального воздействия и культурных компонентов.

С. Ратушева

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ И ПЕРЕВОД ТЕРМИНОВ ПРЕДМЕТНЫХ ОБЛАСТЕЙ

В задачи практико-ориентированного исследования входило выявление особенностей функционирования терминов в научных статьях и составление глоссария трех предметных областей. В качестве материала исследования были использованы статьи в сфере физики, физиологии и экологии. Для того чтобы понять, как варьируется понятие термина в зависимости от его употребления в том или ином контексте, мы воспользовались словарями и дополнительными научными источниками, с помощью которых стало возможно выделить те основные значения, которые относились к рассматриваемым научным сферам. На основе проведенного исследования нами сделано несколько выводов.

1. Многозначные научные термины требуют контекстуального подхода при переводе, так как их значение меняется в зависимости от дисциплины.

К примеру, термин *potential* в физике имеет значение ‘характеристика электрического поля в данной точке’, ‘разница в электрическом потенциале, возникающая между зарядами внутренней и внешней стороны полупроницаемой мембраны’ в физиологии и ‘репродуктивный потенциал, отражающий способность популяции к размножению, выживанию и развитию при оптимальных условиях’ в экологии.

2. Игнорирование междисциплинарных различий может привести к искажению смысла оригинального текста и потере научной точности.

Например, при переводе статьи в области биофизики термин *threshold* может означать как ‘энергетический порог реакции’, так и ‘порог срабатывания нейрона’.

3. Перевод междисциплинарных терминов должен выполнять переводчик, обладающий предметной компетенцией.

При выполнении таких комплексных переводов знания терминологии одной области недостаточно: переводчик должен разбираться в основных принципах смежных наук, чтобы корректно интерпретировать термины, значение которых варьируется от физики до экологии.

4. Использование междисциплинарных терминов требует не только точной интерпретации, но и корректной стилизации.

Один и тот же термин в научной работе физика может быть строго формализован, но в речи биолога иметь более описательный, эмпирический характер. Следовательно, переводчик должен уметь адаптировать лексику и стиль под нормы конкретной научной области. В моем случае такого подхода требовал термин *noise*, значение и стилистическое оформление которого менялось от буквального понятия *“шум, звуки разной частоты колебания”*, к более абстрактному и неформальному *“помехи, погрешности”*.

П. А. Русак

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА КОНСТРУИРОВАНИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СЛОГАНОВ КОСМЕТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ

Данное исследование проводилось с целью выявить языковые средства, используемые при конструировании слоганов косметических товаров и услуг. Методом сплошной выборки было отобрано и проанализировано 50 англоязычных слоганов рекламы косметических товаров и услуг.

Как показал проведённый анализ материала, слоганы англоязычной рекламы косметических товаров и услуг, стремясь решить главную прагматическую задачу любого рекламного текста – воздействовать на реципиента и побудить его к приобретению рекламируемого товара или услуги, характеризуются использованием следующих языковых средств: аллюзии к роскоши создают ассоциацию продукта с элитарностью, премиальностью и высоким статусом, вызывая у потребителя ощущение исключительности: *L'Oréal: Because you're worth it* – ‘Ведь вы этого достойны’; эмоционально-оценочная лексика создаёт у потребителя яркий эмоциональный отклик, связывает товар с позитивными переживаниями и формирует желаемый образ продукта: *MAC Cosmetics: Shines like glass. Feels like Air* – ‘Блестит, как стекло. Легкий, как воздух’; глаголы в повелительном наклонении используются для прямого призыва к действию, создания ощущения срочности и конкретности, что усиливает воздействие на потребителя, мотивируя его к немедленной покупке: *Old Spice: Gift the boy, smell the man* – ‘Подари мальчику – почувствуй мужчину’; гиперболы усиливают эмоциональное воздействие, создают впечатление исключи-тельности продукта и преувеличивают его эффективность, что привлекает внимание и формирует яркий, запоминающийся образ: *Revolution: Gloss. Nourish. Hydrate in just one swipe!* – ‘Блеск. Питание. Увлажнение – всего одним движением!’ Метафоры создают яркие, образные ассоциации, которые эмоционально связывают продукт с желаемыми качествами, делая абстрактные преимущества товара более конкретными и запоминающимися: *Mary Kay: Contact your independent beauty consultant to start living your best life outdoors* – ‘Обратись к своему независимому бьюти-консультанту, чтобы начать жить своей лучшей жизнью’; персонализация через местоимения устанавливает эмоциональную связь с аудиторией, создаёт эффект диалога и ощущения индивидуального подхода: *Lancome: Happiness starts with you* – ‘Счастье начинается с тебя’.Результаты количественного анализа свидетельствуют о том, что наиболее продуктивным средством является эмоционально-оценочная лексика, частотность употребления которой составляет 40%. Второй по репрезентативности оказалась группа контекстов, в которых употребляются глаголы в повелительном наклонении (38%), третьей – гиперболы (36%).

Перспективой дальнейшего исследования представляется сравнение слоганов в англоязычной и русскоязычной рекламе косметических средств.

В. Д. Рыжик

АНГЛОЯЗЫЧНАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ДИСКУРСА
(на материале электронной прессы)

Терминология электорального дискурса, отобранная методом сплошной выборки из статей о выборах президента США, опубликованных в таких интернет – изданиях, как «The Washington Post», «The Guardian», «The Independent», классифицируется по следующим типам:

1. По формальной структуре: а) термины-слова: *power, democracy, vote, law, tax;* б) термины-словосочетания*: separation of powers, electoral college, civil rights, welfare state, checks and balances;* в) термины-аббревиатуры и сокращения: ACCOUNT, AMMO, CHARGE, NATGAS, INVEST;

2. По тематическим сегментам: государственные структуры и должностные лица: *president, parliament, senate, prime minister, congress, the White House, vice president*; идеологии и политические течения: *liberalism, socialism, populism, feminism, conservatism, nationalism, neoliberalism*; электоральные события и механизмы: *election, referendum, polling station, debate, voting, ballot*; названия партий: *Republican Party, Democratic Party, The Green Party, Libertarians, Constitution Party, Natural Law Party*; термины внешней политики, связанные с выборами *sanctions, diplomacy, alliance, soft power, Brexit;*

3. По сфере употребления: универсальные термины, связанные с выборами, но распространённые и в других сферах: *lobbying, transparency, backlash*; среди них также юридические термины: *impeachment, executive order, ratification*; публицистические термины: *fake news, spin doctor, political capital, red tape, lame duck*; уникальные термины, связанные исключительно с электоральным дискурсом: *gerrymandering, Senate Majority Leader, swing state*.

Способы обогащения электоральной терминологии включают в себя: 1) аффиксацию: *sex**ism**, globaliza**tion**, great-power**dom**, celebrity**hood***; 2) образование сложных слов: *take-over, hate-group, battle-bus, mob-summit*; 3) использование аббревиатур: *BREATHE, FBI, BLM, IRS*.

Некоторую трудность для тематической классификации представляют многозначные термины: *austerity* – 1.‘политика жесткой экономии, направленной на сокращение государственных расходов и дефицита бюджета’, 2. ‘сокращение социальных программ и государственных услуг, приводящее к негативным последствиям для населения;’ *filibuster* – 1. ‘тактика затягивания обсуждения в Сенате путем длинных речей’, 2. ‘любая попытка блокировать принятие закона.’ Новое значение этих слов и словосочетаний появилось по мере развития электорального дискурса.

На данный момент электоральная терминосистема английского языка активно пополняется новыми единицами, что требует их дальнейшей классификации.

К. П. Саботковская

ПРИЕМ НЕНАДЕЖНОГО РАССКАЗЧИКА В РОМАНЕ ДЭНИЕЛА КИЗА «ЦВЕТЫ ДЛЯ ЭЛДЖЕРНОНА» И ЕГО ПЕРЕДАЧА В ПЕРЕВОДЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК

«Цветы для Элджернона» (Flowers for Algernon) – научно-фантастический роман, написанный Дэниелом Кизом в 1966 году. Роман повествует о жизни Чарли Гордона – человека с особенностями интеллектуального развития. Для сравнительного анализа был взят перевод Сергея Шарова.

Повествование в романе ведется от первого лица. По классификации ненадежных рассказчиков Уильяма Риггана Чарли попадает в две категории: безумный и наивный рассказчик. Первая категория выражается тем, что болезнь героя влияет на его мышление и манеру повествования: первые главы написаны с грамматическими и синтаксическими ошибками, которые в полной мере передаются и в переводе. В отличии от оригинала, где ошибки очень изменчивы (*pepul – people, I wish I new – I never even knowed*), русский перевод неизменно пользуется фонетическим принципом орфографии (*што, харашо, мативацыя*).

Вторая категория проявляется через меняющееся мировоззрение Чарли. В начале романа герой оптимистичный и наивный – он не осознает, что происходит вокруг него, но читатель может оценить ситуацию и заметить насмешки и издевательства со стороны его друзей (*Some times somebody will say [...] he really pulled a Charlie Gordon that time. I dont know why they say it but they always laff and I laff too.*). Такое повествование заставляет читателя сочувствовать Чарли. Когда его мыслительные способности улучшаются, герой начинает использовать более сложные грамматические конструкции и лексику, что отражается в обоих языках (*The moral aspects of the military blockade as a weapon in times of peace had been bothering me. – Меня весьма интересует нравственная сторона применения экономической блокады как оружия в мирное время.*).

Интересно, что когда Чарли рассказывает про свои воспоминания, повествование ведется от третьего лица, хотя герой полностью понимает свои детские чувства и выражает негодование насчет безразличия взрослых людей вокруг него. Также в воспоминаниях используется прием потока сознания (*The oven is crackling and makes him sleepy. Sweet... warm... sleep...*).

Основное отличие перевода от оригинала заключается в более частом использовании восклицательных предложений. Такое изменение придает диалогам в переводе дополнительную эмоциональную окраску и может повлиять на восприятие некоторых персонажей читателем (*I don't care. He goes out tonight. – Плевать! Чтоб сегодня же его тут не было!*).

Таким образом, ненадежность рассказчика в романе «Цветы для Элджернона» передается с помощью множества способов: орфографии, пунктуации, мировоззрения героя, приема потока сознания. Все эти средства доступны и в русском языке, что позволяет осуществлять перевод без сильных искажений.

О. С. Савицкая

«ШОУ ТРУМАНА» КАК ИСТОЧНИК ЯЗЫКОВОЙ МЕТАФОРЫ: ВОПРОСЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ И ПЕРЕВОДА

Фильм «Шоу Трумана» (режиссер Питер Уир, 1998) стал культурным феноменом и мощным источником языковых метафор, отражающих темы контроля, идентичности и подмены реальности. Центральный конфликт истории – это столкновение человека с иллюзорным миром, созданным искусственно, где каждый его шаг заранее просчитан, а каждое слово окружающих наполнено скрытым смыслом. Именно поэтому в данном докладе особое внимание уделяется анализу языковых метафор в фильме и трудностям их перевода на русский язык.

Языковая метафора в фильме выступает не просто стилистическим средством, а средством манипуляции сознанием Трумана. Слова окружающих персонажей не просто передают информацию, они закрепляют определённую модель мира, в которой Труман должен оставаться.

Особый интерес представляют реплики персонажей, которые формируют ложную картину мира и одновременно являются инструментами манипуляции.

Так, фраза Трумана: *“Good morning! And in case I don't see ya: good afternoon, good evening and good night!”* в русском переводе звучит как «Доброе утро! И если мы вдруг не увидимся: добрый день, добрый вечер и спокойной ночи!». Эта формула приветствия становится метафорой цикличности и несвободы.

Многие диалоги содержат элементы скрытой рекламы, например: *“Why don’t you let me fix you some of this new Mococoa drink?”*. Такие реплики иллюстрируют, как язык потребления встроен в повседневность Трумана и служит средством контроля.

Одна из ключевых метафор заключена в утверждении Кристофа: *“We accept the reality of the world with which we’re presented.”* Эта фраза подчёркивает пассивность восприятия и навязанность мира. В русском переводе её логическая структура упрощается, ослабляя метафорический эффект.

Реплика Кристофа *“I am the creator... of a television show…”* вызывает ассоциации с божественным актом творения. Пауза после *“I am the creator”* в оригинале добавляет иронии, которую трудно передать в переводе из-за различий культурного восприятия слова *“creator”*.

Семантика команд, например, *“Cue the sun!”*, также содержит скрытую метафору абсолютной власти. В переводе такие фразы теряют аллюзии и эмоциональную окраску, особенно без интонационного сопровождения.

Таким образом, языковые метафоры в фильме выполняют двойную функцию: поддерживают иллюзию для героя и разоблачают её для зрителя. Перевод таких реплик требует точности, чтобы сохранить культурные отсылки, иронию и скрытые смыслы оригинала.

А. А. Савостьянчик

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА: АСПЕКТ ПЕРЕВОДА

XX и XXI века характеризуются интенсивным изучением дискурса, который стал предметом междисциплинарных исследований, включающих лингвистику, социологию, политологию и философию. Термин «дискурс» обладает полисемией и множеством значений, что и обуславливает его распространенность. В общем понимании дискурс рассматривается как связный текст в сочетании с экстралингвистическими факторами.

В политическом дискурсе можно выделить определенные лексико-грамматические особенности. Термины могут обладать различными значениями в зависимости от контекста. Например, слово *“globalization” (глобализация)* может быть переведено как *глобализация* или *мировая интеграция*, что зависит от культурных нюансов. Слово *“democracy” (демократия)* в странах с устоявшимися демократическими традициями часто ассоциируется со свободными выборами, защитой прав человека и верховенства закона. В этом случае его можно перевести как *демократия.*

Грамматические конструкции часто содержат разные формы залога. Например, предложение “*The government has implemented new policies*” *(Правительство внедрило новую политику)* содержит сказуемое в форме активного залога и акцентирует внимание на действии правительства, в то время как в предложении *“New policies have been implemented” (Новые стратегии были внедрены)* имеется форма глагола в пассивном залоге, что позволяет сместить фокус внимания с того, кто несет за это ответственность. Кроме того, политический дискурс изобилует стилистическими приемами, такими как метафоры. Фраза *“We must build bridges, not walls” (Мы должны строить мосты, а не стены)* требует внимательного перевода, чтобы сохранить образность.

Прагматика занимает значительное место в анализе, поскольку политические заявления могут включать в себя скрытые намерения. К примеру, фраза *“It's time to take action” (Пора действовать)* может восприниматься как призыв к действию с отложенным началом, однако она также может оказывать давление на слушателей.

Политический дискурс охватывает такие жанры, как парламентские дебаты, пресс-релизы и политическую рекламу. Ключевыми стратегиями в этом контексте являются вуалирование информации (например, политик не упоминает конкретные цифры или факты о состоянии экономики, а использует общие фразы, такие как *“некоторые граждане обеспокоены)* и уклонение от ответов, что требует от переводчика особого внимания к деталям.

Таким образом, лексико-грамматические характеристики англоязычного политического дискурса представляют собой сложный набор элементов, требующих от переводчиков глубокого понимания как языкового, так и культурного контекста. Это критически важно для обеспечения точности и эффективности политической коммуникации.

Е. В. Садковская

СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА И СЛОЖНОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СУЩЕСТВИТЕЛЬНЫХ, ПРОИЗВОДНЫХ ОТ ФРАЗОВЫХ ГЛАГОЛОВ

В английском языке есть довольно большая группа существительных, образованных от фразовых глаголов. Эти лексические единицы, часто называемые фразовыми существительными, являются ярким примером действия такого способа словообразования как конверсия.

Цель проводимого исследования – выявить структурно-семантические особенности английских существительных, производных от фразовых глаголов, и специфику их перевода на русский язык. Методом сплошной выборки из 196 статей англоязычных СМИ было отобрано 80 существительных: ***breakdown, comeback, burnout, makeup*** и др.

Анализ тематической направленности статей показал, что чаще всего фразовые существительные использовались в статьях на тему культуры и общества (29,59% всех статей), а также в статьях экономической и политической направленности. Полученные данные говорят о высокой активности употребления фразовых существительных в этих областях.

Из всех отобранных нами фразовых существительных самым частотным оказалось слово ***breakdown*.** Также можно отметить существительные ***crackdown, burnout, comeback***, хотя они встречаются гораздо реже.

Что касается способов образования фразовых существительных, то наиболее распространенным типом является конверсия. Было выявлено 96,39 % существительных, образованных путём конверсии: ***payout, dropout, payback***, и 3,61 %, образованных при помощи аффиксации: ***outgoings, onlookers***.

Изучение семантики данных существительных показало, что 10 % являются многозначными. Например: 1) *Orkney car breakdown assigned to RAC patrol 750 miles away.* 2) *I had a nervous breakdown. I just couldn't cope.* В первом случае существительное *breakdown* обозначает автомобильную аварию, в то время как во втором примере мы имеем значение ‘нервный срыв’.

Перевод английских существительных, образованных от фразовых глаголов, может быть неоднозначным и зависит от контекста, а также от особенностей семантики слова. Например, в предложении *“Why Trump’s alarming takeover of the RNC is backfiring”* существительное ***takeover*** переводится как ‘захват’ или ‘поглощение’, в то время как в предложении *“The state takeover of Houston public schools is about more than school improvement*” данная лексическая единица будет переводиться как ‘взятие под контроль’.

Итак, английские существительные, производные от фразовых глаголов, обладают определёнными структурно-семантическими особенностями. Перевод таких лексических единиц может вызвать трудности из-за многозначности и контекста, что необходимо учитывать.

А. Е. Самусева

ЭМФАТИЧЕСКИЕ КОНСТРУКЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНОМ ХУДОЖЕСТВЕННОМ ТЕКСТЕ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРЕВОД

Актуальность работы заключается в том, что эмфатические конструкции играют важную роль в выражении эмоций, акцентировании значимости и создании эффекта воздействия на читателя. Существуют разнообразные эмфатические конструкции, что вызывает сложность при переводе, поскольку экспрессивность, которая им свойственна, необходимо точно передать на другой язык.

Цель данной работы: выявить особенности эмфатических конструкций в английском языке на материале художественных текстов и специфику их перевода на русский язык.

Методом сплошной выборки были отобраны англоязычные эмфатические конструкции (50) из произведений Оскара Уайльда. Были найдены следующие эмфатические конструкции: инверсия (20), усилительные слова и словосочетания (14), сравнения (4), параллельные конструкции (3), лексико-синтаксические повторы (9). Анализ русскоязычной версии текстов показал, что использованы следующие трансформации при переводе эмфатических конструкций: изменение порядка слов (24), замены (15), добавления (11), опущения (8), изменение структуры предложения (5) (в некоторых случаях использовалось сразу несколько трансформаций).

Рассмотрим некоторые примеры: *“And there came to him the little daughter of the Woodcutter...”.* – «Сзади **тихонько** подошла младшая дочка дровосека» (лексическое добавление при передаче инверсии). *“Terribly cold* ***it certainly was”****.* – «**Действительно**, **было** ужасно **холодно**» (изменение порядка слов при передаче инверсии). *“****No pity had he*** *for the poor…”.* – «К нищим… **он не только не чувствовал** сострадания…» (конструкция ***no*** **+** ***существительное*** в сочетании с изменением порядка слов при передаче инверсии). *“...but passion has made his face* ***like pale ivory”*** .– «...а страсть сделала его лицо таким бледным, **что оно стало похоже на слоновую кость** (изменение структуры предложения при передаче сравнения). *“****Bitter, bitter was*** *the pain, and* ***wilder*** *and* ***wilder grew*** *her song”.* – «**Всё невыносимее и невыносимее** разгоралась боль, **всё громче и громче** звучало пенье Соловья» (добавление и конкретизация при передаче параллельных конструкций с повторами).

Анализ показал, что инверсия, усилительные слова и словосочетания чаще всего используются в эмфатических конструкциях в произведениях Оскара Уайльда. При переводе данных конструкций на русский язык широко используются приёмы изменения порядка слов, замены, добавления.

Е. В. Седляр

АНГЛОЯЗЫЧНЫЙ СЛЕНГ: СТРУКТУРА, СЕМАНТИКА И ПЕРЕВОД

Актуальность данного исследования определяется тем, что сленг представляет собой неотъемлемую часть повседневной разговорной речи, тесно связанную с социальными, культурными и лингвистическими трансформациями, происходящими в современном обществе. Сленговые выражения широко распространены в различных социальных группах, нередко выступая не только средством общения, но и важным показателем идентичности. Быстрое развитие цифровых технологий, социальных сетей и массовой культуры способствует стремительному обновлению и распространению сленга, что делает его особенно значимым объектом лингвистического анализа. Все это подчеркивает научную и практическую значимость выбранной темы и обосновывает необходимость её изучения.

Цель данной работы заключается в выявлении структурно-семантических особенностей англоязычного сленга и специфики его перевода на русский язык.

В качестве материала для анализа было отобрано 67 сленговых единиц, зафиксированных в современных онлайн-источниках, словарях сленга и в социальных сетях (TikTok, Instagram, Reddit и др). Семантические особенности сленговых единиц заключаются в широте и вариативности значений, отличающих сленг от стандартной лексики. Смысл выражений часто зависит от контекста и социальной среды, а также включает метафоричность (*to crash a party* ‘прийти без приглашения’) или понятные лишь определённым группам значения (интернет: *meme* ‘мем’; учёба: *cram* ‘зубрить’, отношения: *simp* ‘чрезмерно угождающий’, *lowkey* ‘скрыто, не афишируя’; музыка: *drop* ‘выпустить песню’).

Структурные особенности сленговых единиц связаны со способами их образования. Выделяются заимствование (28): *banger, sabi, yanga, troll, cap/no cap*; аббревиатуры (16): *TBT, OOTD, FOMO, DMs*; сокращения (13): *rizz, ain’t, poppin*; метафора (7): *slip this skin* 'переродиться или изменить себя’, *juice* ‘иметь влияние, статус, популярность’; аффиксация (2): *benching, periodt*; блендинг (2): *situationship;* конверсия (1): *throwback* ‘воспоминание’.

Анализ способов перевода отобранных сленговых единиц на русский язык показал, что для передачи значения и стилистической окраски сленга применяются адаптация (21): *bet* ‘конечно/окей’, *bussin’* ‘очень вкусно/офигенно’; описательный перевод (11): *situationship* ‘романтические отношения между двумя людьми, которые пока не считают себя парой, но между ними нечто большее, чем просто дружба’; замена (7): *banger* ‘хит’, *nah* ‘неа’; транскрипция и транслитерация (6): *slay* ‘слей’; калькирование (6): *vibe check* ‘проверка настроения’, *guilty pleasure* ‘тайное удовольствие’); модуляция (3): *to ghost (someone)* ‘исчезнуть без объяснений’.

Как видим, наиболее часто используемым способом перевода оказалась адаптация, поскольку она позволяет сохранить экспрессивность, а также сделать сленг понятным целевой аудитории.

В. В. Сергей

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ИНФИНИТИВА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НАУЧНЫХ ТЕКСТАХ И СПЕЦИФИКА ЕГО ПЕРЕВОДА

Актуальность выбранной темы заключается в важности понимания особенностей научного языка, где инфинитив играет ключевую роль в выражении целей и действий. В условиях глобализации знание этих аспектов необходимо для эффективной межкультурной коммуникации между учеными. Перевод научных текстов требует точности, и правильное использование инфинитива может существенно повлиять на качество перевода.

Цель данной работы состоит в том, чтобы выявить наиболее частотные формы инфинитива и инфинитивных конструкций в англоязычных научных текстах и определить специфику их перевода на русский язык.

Методом сплошной выборки из учебного пособия по экономике «Intermediate microeconomics» под авторством Hal. L. Varian было отобрано 132 контекста, содержащих одиночный инфинитив и инфинитивные конструкции. В отобранных контекстах были выявлены следующие **формы** инфинитивов, а также инфинитивные конструкции: Non-perfect infinitive active (65 случаев) (*It is conventional to plot…*), Non-perfect infinitive passive (10 случаев) (*Another approach to be thought of…*), Non-perfect continuous infinitive (10 случаев) (*Each firm needs to be estimating…*), Perfect infinitive active (9 случаев) (*…and column wanted to have maximized …*), Perfect continuous active (1 случай) (*Row, recognizing this, tried to have been keeping…*), Objective infinitive construction (13 случаев) (*Constitution enables Congress to grant patents…*), Subjective infinitive construction (14 случаев) (*The Vickrey auction was thought to be only…*), For-to-infinitive construction (10 случаев) (*The best thing for a firm to do…*).

Также были определены **функции**, в которых встретился инфинитив: функция подлежащего (13), функция дополнения (23), функция определения (23), функция предикативного члена (13), функция части предикативного члена (5), функция обстоятельства цели (16), функция обстоятельства результата (2), функция сложного дополнения (13), функция сложного подлежащего (14), инфинитивный комплекс с предлогом for (for-phrase) (10).

Что касается перевода, мы выявили, что на русский язык английский инфинитив чаще всего передается **инфинитивом**. В некоторых случаях при переводе использовались различные виды **грамматических замен**: перевод при помощи придаточных предложений (цели, определительных, изъяснительных); при помощи существительных; с использованием составных форм будущего времени в русском языке. Также было отмечено использование грамматической замены с добавлением, а именно придаточная часть с добавлением слова (*The fundamental thing to understand… – Главное, что нужно понимать…*).

Проведенный анализ показал, что самой частотной оказалась форма Non-perfect infinitive active, которая чаще всего переводилась русскоязычным инфинитивом.

А. В. Сидорович

КУЛЬТУРНАЯ АДАПТАЦИЯ МЕТАФОР ЛЬЮИСА КЭРРОЛЛА

Творчество Льюиса Кэрролла, чья «Алиса в Стране Чудес» стала эталоном литературного абсурда, представляет собой уникальный вызов для переводчиков и требуют не только языковой точности, но и глубокой культурной адаптации. Русские переводчики, включая Владимира Набокова, Нину Демурову и Бориса Заходера, демонстрируют разнообразие стратегий – от буквального следования оригиналу до творческой трансформации образов. Анализ их подходов позволяет понять, как «чужое» становится «своим» в ином культурном контексте, сохраняя при этом дух кэрролловского абсурда. Одной из ключевых метафор является фраза «*Mad as a hatter*», отсылающая к историческому контексту отравления ртутью среди английских шляпников. В. Набоков в своем переводе заменяет идиому на ‘урла как шляпник’, используя архаичное слово ‘урла’ для придания славянского колорита, хотя исторический подтекст стирается (Набоков, 1989). Нина Демурова сохраняет буквальность – ‘безумен как Шляпник’, жертвуя культурной спецификой ради формальной точности (Демурова, 1967). Борис Заходер выбирает компромисс: ‘Сумасшедший Шляпник’ акцентирует характер персонажа, адаптируя образ для детского восприятия (Заходер, 1971). Философский диалог Алисы с Гусеницей «*Who are you?*» раскрывает метафору идентичности. Н. Демурова сохраняет метафизический подтекст: «Я не могу объяснить себя, потому что я не я». Заходер упрощает вопрос, переводя его в плоскость взросления: «Я сама не знаю, кто я! Утром была одной, днем – другой…». Эпизод с игрой в крокет становится яркой метафорой абсурдности власти и социальных условностей. В оригинале Кэрролл пишет: ««*…the balls were live hedgehogs, the mallets live flamingoes*», пародируя викторианские аристократические развлечения, где формальные правила противоречат здравому смыслу. Этот образ, однако, требовал культурной адаптации в русских переводах. В. Набоков заменяет экзотических фламинго на знакомых русскому читателю цапель: «Вместо клюшек – цапли, вместо шаров – ежи». Такая замена сохраняет абсурдность сцены, но придает ей локальный колорит, смягчая культурную дистанцию. Борис Заходер, напротив, усиливает комический эффект через восклицательные конструкции: «Фламинго – это клюшка, а ёж – это шар!». Его перевод акцентирует детский восторг от нелепости, превращая сатиру на власть в игровую гиперболу. Таким образом, оба переводчика интерпретируют метафору Кэрролла через призму культурных кодов своей аудитории, сохраняя суть абсурда, но наполняя его новыми смыслами. Таким образом, русские переводы «Алисы» раскрывают многогранность культурной адаптации. Набоков и Яхнин «русифицируют» текст, вплетая в него локальные метафоры и фольклорные мотивы. Демурова выступает как хранитель «чужого», предлагая читателю самостоятельно расшифровать викторианские аллюзии. Б. Заходер находит баланс, превращая абсурд в игру, понятную ребенку.

А. С. Симонова

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРИЧАСТИЯ И ПРИЧАСТНЫХ ОБОРОТОВ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ НАУЧНЫХ ТЕКСТАХ И ИХ ПЕРЕВОД

Актуальность темы обусловлена необходимостью теоретического и практического рассмотрения причастий и причастных оборотов в английском языке в аспекте перевода. Причастие играет важную роль в структуре английского языка, особенно среди отглагольных частей речи, т.к. имеет много форм, входит в состав особых языковых конструкций и выполняет множество функций. Перевод научных текстов является основой международных отношений, где точность работы переводчика может повлиять на понимание сторонами друг друга. Цель данной работы – выявление особенностей употребления англоязычных причастий и причастных конструкций на материале научных текстов и специфики их перевода на русский язык.

Методом сплошной выборки из учебного пособия "Principles of economics" был отобран 91 пример употребления причастий и оборотов с ними. Проведя анализ, мы обнаружили, что в научных текстах преобладает причастие I либо обороты с ним (57%), выполняющие разнообразные синтаксические функции: определения (чаще всего): (*students reading the current edition*), обстоятельства образа действия (*using the prisoners' dilemma*), сопутствующего действия (*book, offering numerous suggestions*), времени (*when deciding*). Причастие II встречалось реже (43%), только в функции определения: *well-designed public policy*. По итогам отбора было найдено 46 причастных оборотов, наиболее частотным в них оказалось причастие I: *economists making normative statements,* причастие II встречалось реже: *an appropriately designed fiscal policy.* Была найдена независимая причастная конструкция: *with 400,000 players participating*.

Проведя переводческий анализ, мы сделали вывод, что чаще всего причастия I и II переводятся на русский язык действительным или страдательным причастием: *laws requiring…* 'законов, требующих…, *…easily digested pieces* '…легко усваиваемых частей' (56), деепричастием: *working with those at Cengage…* 'работая с сотрудниками Cengage…' (20), прилагательным: … *on public markets with a combined worth* '…на бирже с совокупной стоимостью' (9), существительным: *increased safety* 'повышение безопасности' (5), придаточным предложением (1): …*cannot be judged using data alone* '…не поддается оценке, если мы используем…'.

Проведенный анализ показал, что в научных текстах преобладает Причастие I, что связано с его способностью выражать одновременность действий, процессуальность и лаконичность, столь важные для академического стиля, а сохранение причастной формы является основной переводческой стратегией**.**

З. В. Скиндер

ЛОКАЛИЗАЦИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР ЖАНРА ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКИЙ БОЕВИК

В настоящее время компьютерные игры набрали довольно высокую популярность во многих странах и различных возрастных группах, по этой причине спрос на качественную локализацию видеоигровой продукции также не перестает увеличиваться, а с ним и необходимость для переводчиков разбираться в индустрии.

Данное исследование посвящено изучению процесса локализации видеоигр жанра приключенческий боевик. Приключенческий боевик (англ. action-adventure) – смешанный жанр видеоигр, совмещающий в себе элементы приключений и исследований (а с ними квестов или головоломок), а также прохождение игровых уровней, состоящих из боевых и других динамичных сцен (перестрелки, погони, поединки, драки и др.).

Материалом данного исследования стала компьютерная игра «Uncharted 2: Among Thieves». Большая часть исследования была посвящена определению сложностей, с которыми столкнулись переводчики при локализации диалогов видеоигры. Так, в результате исследования были выделены три основные проблемы: *потеря смыслового содержания реплики*, *некорректная передача характера и биографических данных персонажа*, *перевод юмора*.

Потеря смыслового содержания реплики чаще всего возникает тогда, когда локализатору не предоставляют контекст вместе с текстом диалогов, которые он должен перевести: *“Hang on! – I’m hanging, I'm hanging!”* – «Держись! – Я повис, повис!»

Характер и биографические данные персонажей могут передаваться через шутки, интонацию, лексику, которую он использует, информацию, которую сообщает. Если подобные элементы речи меняются при переводе или и вовсе исчезают, достоверность проявления характера персонажа в видеоигре падает: *“Jeff and Elena are in trouble, there’s a shock”.* – «Елена и Джефф влипли, как всегда». На момент этой реплики говорящий ее персонаж только недавно познакомился с субъектами действия и знает о них меньше, чем предполагает переведенная фраза.

Игра «Uncharted 2: Среди воров» имеет в себе элементы жанра комедия: в ней много шуток, персонажи часто используют в речи колкие фразы, призванные посмеяться над происходящим вокруг них: *“Tweedledee and Tweedledumber”* – «Тупой и еще тупее». В данном примере шутка сохранила свой первоначальный оскорбительный характер и получилась удачной, а дословный перевод не был произведен в целях передачи заложенного в выражение юмора.

Таким образом, мы видим, что успешная локализация видеоигры влияет на то, как сам проект будет восприниматься целевой аудиторией, в то время как игровые диалоги являются одним из основных средств передачи информации в исследованной видеоигре.

Д. Д. Смальцер

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПАССИВНЫХ КОНСТРУКЦИЙ В ТЕКСТАХ РАЗНЫХ СТИЛЕЙ

В настоящее время наблюдается устойчивый интерес специалистов к изучению особенностей перевода различных языковых явлений на материале текстов различных стилей. Цель данной работы состоит в выявлении особенностей перевода англоязычных пассивных конструкций на русский язык на материале текстов научного и публицистического стилей.

Материалом для данного исследования послужили 179 микроконтекстов, в которых содержалось 206 пассивных конструкций. Они были отобраны методом сплошной выборки из онлайн-портала газеты “The Guardian” и из доклада «Положение дел на рынках сельскохозяйственной продукции» за 2024 год. Рассмотрим самые частотные формы пассивного залога.

В ходе анализа выяснилось, что наиболее часто в текстах научного и публицистического стилей используется форма *Present Simple* для выражения регулярных действий (37,9 %). При переводе может использоваться страдательное причастие: *Some of the content **is developed** by Roblox, but much of it is user-generated.* – ‘Часть контента **разработана** Roblox, но большая его часть придумана пользователями’.

Далее по частотности следуют конструкции с глаголом в форме *Past Simple,* которые используются в 28,2 % случаев и описывают регулярные, постоянные процессы и действия в прошлом. Такие формы переводятся глаголом в действительном залоге, возвратным глаголом на *- ся* или глаголом-связкой в сочетании со страдательным причастием: *Lead was consistently found at the highest concentrations, but different species of plant accumulated different amounts and types of metals.* – ‘Свинец постоянно **обнаруживался** в самых высоких концентрациях, но разные виды растений накапливали разные количества и типы металлов.’

Чуть реже встречались пассивные конструкции с модальным глаголом (15,5 %): *His union colleagues expressed similar disbelief that the deadline **could be met**.* – ‘Его же коллеги выразили аналогичное сомнение в том, что **удастся уложиться** в срок.’ В таком случае перевод может осуществляться при помощи страдательного причастия с модальным глаголом, а также глаголом на *- ся.*

В меньшем процентном соотношении встречались такие формы, как Present Perfect (8,3 %), Past Perfect (3,9 %), Infinitive (3,4 %), Present Continuous (1,9 %), а также Future Simple (1%).

Проведённый анализ показал, что пассивные конструкции имеют широкое распространение в научных и публицистических текстах.

С. А Соловей

ЭЛЛИПСИС КАК СПОСОБ ПЕРЕДАЧИ ИМПЛИЦИТНОЙ ИНФОРМАЦИИ В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Объектом настоящего исследования являются эллиптические конструкции, отобранные из англоязычных социальных сетей. Размер выборки составил 50 предложений с эллиптическими конструкциями. Эллипсис – это намеренный пропуск несущественных слов в предложении без искажения его смысла, а часто – для усиления смысла и речевого воздействия. Эллипсис используется в разговорной речи как устной, так и письменной для экономии языковых средств, создания эффекта недосказанности или намека, подчеркивания эмоционального состояния говорящего. Анализ текстов англоязычных социальных сетей демонстрирует активное использование эллипсиса как инструмента компрессии и стилистической выразительности. Намеренное опущение элементов высказывания позволяет адресату достраивать смысл, повышая вовлеченность и интерактивность коммуникации. Эллипсис можно разделить на грамматический, когда опущение словесных звеньев сопровождается нарушением правильной структуры предложения или связи между словами: *Finished? (*пропущенные глагол-связка сказуемого и подлежащеее восстанавливаются из контекста); *с*емантический, когда опущение в высказывании тех или иных языковых знаков не приводит к нарушению формальных связей между словами и структурными звеньями высказывания: *Can we talk? Not over the phone.(*опущенные смысловые элементы *we can talk, but…* можно легко восстановить, опираясь на предыдущий контекст и на смысл в целом) и семантико-грамматический: *They – to Paris, we – to Rome. Just heard… (*в данных случаях не контекст определяет пропущенный элемент, а именно тот, кто читает сообщение). В ситуациях, когда автор хочет избежать прямого высказывания или критики, эллипсис становится удобным способом смягчить тон, подразумевая нечто негативное без открытого осуждения. Например, фраза *Well,… interesting…,* без комментариев может намекать на несогласие или сомнение в отношении сказанного. Эллиптические предложения самодостаточны в плане смысла. Анализ показал, что наиболее часто происходит опущение глагола *to be*: *Humans and Televisions over the Years. ‘Люди и телевидение связаны на протяжении многих лет* , артикля *I need emotional support” ‘Мне нужна эмоциональная поддержка’*, предлога *“It's always something w you” ‘С тобой всегда что-то происходит)*, глагола-сказуемого *You always me laughing” – ‘Всегда заставляет меня смеяться’*.

Следовательно, в коммуникации каждое высказывание содержит два компонента смысла: выраженный (или эксплицитный смысл) и невыраженный (имплицитный или подразумеваемый) смысл, эксплицитным импликатором которого является эллипсис.

В. А. Стреж

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕПРЕЗЕНТАЦИИ КОНЦЕПТА *ШЛЯХТА* В ПЕРЕВОДЕ ПОВЕСТИ В. КОРОТКЕВИЧА «ДИКАЯ ОХОТА КОРОЛЯ СТАХА» НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

В 1989 повесть В. Короткевича «Дикая охота короля Стаха» была издана в переводе на английский язык, выполненном М. Минц. Поскольку действие произведения происходит в конце XIX в. на территории современной Беларуси, оно содержит большое количество национально-специфической лексики, описывающей жизнь того времени. Такие единицы представляют несомненный интерес в переводческом аспекте и были рассмотрены нами на примере слов и словосочетаний, относящихся к семантической группе «Одежда» и обозначающих трационные наряды шляхты.

В ряде случаев при переводе использовалось калькирование. Так, словосочетание *шырокі бабровы каўнер* переведено дословно как *wide beaver collar*, что полностью передает смысл оригинала: значения слова *каўнер* и его английского соответствия *collar* идентичны – ‘верхняя, чаще пришивная часть одежды, прилегающая к шее’. Словосочетание *багаты аксамітны ўбор* переведено как *rich antique velvet dress*: *убор* в этом случае употребляется в значении ‘одежда, наряд’, его вариантное соответствие *dress* имеет такое же значение, т. е. выбор переводчика абсолютно обоснован.

В случаях подбора функциональных аналогов выявлены не совсем удачные переводческие решения. Так, словосочетание *срэбраны каптан* передано как *long silver-woven tunic*, хотя *каптан* означает ‘старинную двубортную мужскую и женскую верхнюю одежду с длинными полами и удлиненными рукавами’, а *tunic* – ‘одежду, прилегающую плотно к телу, по пояс или до колен, как правило без рукавов’. При этом схожее по форме с *каптаном* английское слово *caftan* употреблено М. Минц в качестве функционального аналога для передачи наименования *жупан*: *жупан з вішнёвага з золатам сукна* ‘a caftan made of cherry coloured gold cloth’.

При переводе словосочетания *абцягнутыя порткі з каразеі – тонкага сукна* ‘tight-fitting trousers made of a thin cloth’ переводчик прибегает к опущению слова *каразея*, сохраняя только описание этого материала *thin cloth* ‘тонкая ткань’, таким образом не передавая точного названия, но сохраняя суть оригинала.

В одном случае нами выявлена ошибка в передаче реалии: в переводе словосочетания *турэцкі пас вясёлкавых колераў* ‘a bright Turkish shawl’ неадкватным является соответствие *shawl*, поскольку оно имеет значение ‘большой кусок ткани, надеваемый, особенно женщинами или девушками, на плечи и/или голову’, а *пас* представляет собой широкий мужской пояс. Более корректными вариантами его перевода были бы *waistband* или *sash*.

А. В. Стреха

СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА МЕДИЦИНСКИХ ТЕРМИНОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Тема перевода медицинских терминов с английского на русский язык актуальна из-за роста международного сотрудничества в медицине. Точный перевод критически важен для диагностики, лечения и коммуникации между медицинскими работниками и пациентами. Цель работы — исследовать способы перевода медицинских терминов с английского на русский, анализируя их преимущества и недостатки, а также разработать рекомендации для переводчиков. Это поможет улучшить качество перевода и коммуникацию в сфере медицины.

Способы перевода медицинских терминов с английского языка на русский язык включают следующие:

1. Прямой перевод

Прямой перевод – это метод, при котором английский термин переводится на русский язык без изменений, когда существует однозначный аналог.

heart – ‘сердце’

2. Калькирование

Под калькированием понимается заимствование иноязычных слов, выражений, фраз буквальным переводом соответствующей языковой единицы, а также результат этих заимствований: слова, выражения и фразы.

Migraine features often include a unilateral location and a throbbing or pulsating nature to the pain. – ‘Симптомы мигрени часто включают одностороннюю локализацию и пульсирующий или колющий характер боли’.

3. Транслитерация. Транслитерация как переводческий прием состоит в передаче графического оформления иноязычной единицы средствами языка перевода.

To help better define migraines, the term classical migraine has been replaced with migraine with aura and non-classical migraine is now referred to as migraine without aura. – ‘*Для лучшего определения мигрени, термин «классическая мигрень» был заменен на «мигрень с аурой», а неклассическая мигрень теперь называется «мигрень без ауры»’.*

4. Адаптация

Адаптация включает изменения термина с учетом культурных и языковых особенностей. Этот метод часто применяется для терминов без прямых аналогов.

cancer – ‘рак’

5.Экспликация, или описательный перевод, предполагает перевод термина помощью дефиниции.

The maximum amount of caffeine taken each day varies from person to person, depending on sleep patterns, presence of anxiety, and sensitivity to possible rebound headaches. ‘Максимальное количество кофеина, потребляемое ежедневно, варьируется от человека к человеку в зависимости от режима сна, наличия тревожности и чувствительности к возможным головным болям, вызванным приемом лекарственных препаратов’.

В. С. Суслова

АДАПТАЦИЯ ПЕРЕВОДА МЕДИЦИНСКИХ ТЕКСТОВ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ КАК ПРОБЛЕМА МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Медицинский перевод – одна из наиболее ответственных и сложных сфер межъязыковой коммуникации, где от точности и адекватности перевода напрямую зависит не только качество информации, но и здоровье, а порой – жизнь человека. В условиях стремительной глобализации и расширения международного обмена данными в медицинской сфере всё большее значение приобретает не просто перевод, а именно адаптация текста, то есть передача его содержания с учётом лингвистических, культурных и прагматических особенностей целевой аудитории.

Медицинские тексты представляют собой особый тип специализированной литературы. Они отличаются высокой степенью терминологичности, формальной структурой, использованием латинских и греческих заимствований, устойчивых выражений и аббревиатур. Это делает их особенно трудными для перевода. Так, например, аббревиатура *OD* может означать как “*oculus dexter”* “правый глаз”, так и “*occupational disease”* “профессиональное заболевание”. Без адекватного контекста и адаптации возможна серьёзная ошибка в интерпретации.

В рамках научной работы были выделены три уровня адаптации, необходимых для адекватного и понятного перевода: прагматическая, социокультурная и лингвокультурная.

Прагматическая адаптация направлена на устранение избыточности, уточнение или пояснение терминов, а также трансформацию синтаксиса. Например, англоязычное предложение *“The patient presented with acute myocardial infarction and required immediate PCI”* адаптируется в переводе как: “У пациента случился острый инфаркт миокарда (сердечный приступ), и ему потребовалась срочная ангиопластика (операция на сосудах сердца)”. Здесь очевидно, как синтаксическая и терминологическая адаптация делает текст более доступным.

Социокультурная адаптация проявляется в трансформации реалий, не имеющих прямых аналогов. Например, “*primary care physician”* в американской системе здравоохранения переводится как участковый терапевт в российском контексте. Или диетические рекомендации, в которых продукты “*quinoa”* и “*avocado”* уместно заменяются на более привычные гречку и морковь — как лексически, так и культурно приемлемые аналоги.

Лингвокультурная адаптация касается образности, эмоционального окраса и стилистических особенностей оригинала. Так, англоязычный метафоричный термин “*silent stroke”* “буквально — тихий инсульт” при переводе

на русский язык передаётся как ишемический инсульт, теряя экспрессивность и образность. Аналогично, фраза *“come down with a mild febrile illness”* была переведена как “жаловаться”, хотя дословный перевод “слечь с лёгким лихорадочным заболеванием” передаёт ситуацию точнее и выразительнее.

Одной из серьёзных проблем, с которыми сталкивается переводчик, являются так называемые “ложные друзья переводчика”. Примеры из работы включают: *“cystic fibrosis”* – не кистозный фиброз, а муковисцидоз; *“cellulitis”* – не целлюлит, а флегмона; *“angina”* – вовсе не ангина, а стенокардия. Такие омонимы могут ввести в заблуждение даже опытного специалиста и требуют повышенной языковой и профессиональной внимательности.

Кроме того, в работе рассматриваются грамматические трансформации, без которых невозможна точная передача смысла. Особенно это касается страдательных конструкций, которые в английском языке распространены, но при переводе часто трансформируются в активные или безличные формы. Так, фраза *“a dose of 10 mg per day is acceptable”* корректно передаётся как “допустима доза 10 мг в сутки”, что сохраняет смысл и звучит естественно на русском языке.

Таким образом, медицинский перевод – это не просто языковая операция, а сложный междисциплинарный процесс, в котором соединяются знание терминологии, владение культурным кодом и умение видеть за словами реального адресата текста. Адаптация – это ключевой инструмент, позволяющий переводчику выступать не только как лингвист, но и как медиатор между культурами. Именно это делает его работу столь значимой в контексте межкультурной коммуникации в области здравоохранения.

А. Ю. Сушко

РЕАЛИИ БЕЛОРУССКОЙ КУЛЬТУРЫ И БЫТА В ПЕРЕВОДЧЕСКОМ АСПЕКТЕ

В реалиях белорусской жизни – живое отражение идентичности народа, его исторического пути, географических особенностей, культурных ценностей и социального строя. Именно они формируют неповторимый облик белорусской нации. Актуальным остается вопрос передачи с одного языка на другой национально-культурных лексических единиц**,** иначе реалий, как элементов культуры и быта, уникальных для определенного народа. Передача реалий белорусской сельской культуры и быта на иные языки представляет собой сложность, так как многие из них не имеют аналогов в других культурах.

Наше исследование опирается на книгу белорусского автора А. И. Саченко «Да бабулі на вёску», изданную в 2017 году, из которой по тематическому принципу отобраны реалии, составляющие две большие группы: географические и этнографические. Среди этнографических реалий выделены следующие группы: реалии быта; пища/напитки; праздники; обряды/символы. В группе географических реалий – реалии флоры и фауны. Из фрагментов проанализированного материала самая многочисленная группа относится к реалиям флоры (40 %), реалии быта составляют 32 %, пища/напитки – 12 %, праздники/обряды/символы – 12 %, реалии фауны (4 %).

К способам передачи белорусских реалий на английский язык отнесены: словарное соответствие (47%); смешанный способ перевода (косвенный перевод + калькирование или транскрипция/транслитерация (32%); описательный способ перевода (21%).

Приведем ряд примеров: *парэчкі* – растение со съедобными ярко-красными ягодами, кисло-сладкого вкуса. В переводе на русский язык ‘красная смородина’; на английский язык – ‘red currants’. Используется способ калькирования через косвенный перевод с русского языка. Эта реалия переведена с учетом ее прямого значения в белорусском языке. *Млын* ‘mlyn/mill’ – постройка с приспособлениями для помола зерна. ‘Mill’ – общеупотребительное слово для обозначения мельницы, что делает прямой перевод уместным; возможен вариант перевода через транслитерацию. *Кашэль* – большая плетеная сумка. Передается описательным переводом, по модели «прилагательное + существительное», поясняя способ изготовления сумки или ее материал ‘big woven bag’. *Калыска* ‘cradle’ – небольшая плетеная или деревянная колыбелька, в которой укачивают младенца. Данная реалия существует и в английском языке, поэтому используем прямой перевод с лексическим соответствием.

Перевод реалий остается сложной задачей, требующей от переводчика не только переводческих компетенций, но и хороших фоновых знаний двух языков и культур.

Д. П. Сысоева

ПЕРЕВОД СЛЕНГА В МОЛОДЕЖНЫХ СЕРИАЛАХ: НОВЫЕ СЛОВА, СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЙ КОНТЕКСТ, ХАРАКТЕРИСТИКА ГЕРОЕВ И ДРУГИЕ ВЫЗОВЫ

Целью исследования является анализ стратегий и приемов перевода молодежного сленга в современных сериалах с учетом лингвистических, прагматических и социокультурных факторов. В докладе рассматривается,

как перевод сленга влияет на характеристику героев, описание их социального статуса, возрастной принадлежности и индивидуальных особенностей речи. Данное исследование проводилось на материале сериалов: "The Good Doctor" ("Хороший доктор"), "Sex Education" ("Половое воспитание"), "Sherlock" ("Шерлок"). В ходе исследования установлено следующее.

1. Сленг как маркер идентичности персонажей: *This look* ***is giving main character*** *energy. I'm totally* ***slaying*** *today!* Выражения "*giving main character energy*" и "*slaying*" описывают яркий характер персонажа, принадлежность его к определенному сообществу.

2. Динамичность и быстрое устаревание сленга: *That diagnosis was totally* ***sick****! You're* ***killing it*** *today, Shaun*. Выражение *"to be sick"* в значении ‘отличный, впечатляющий’ и фраза *"to be killing it*" (‘отлично справляться’) являются устаревшим сленгом.

3. Профессиональный сленг в молодежных сериалах: *GSW* (gunshot wound – огнестрельное ранение), *BP* (blood pressure – кровяное давление), *OR* (operating room – операционная), *stat* (немедленно), *epi* (epinephrine – адреналин), *O-neg* (O-negative blood type – первая отрицательная группа крови), *coding* (experiencing cardiac arrest – переживать остановку сердца), *crash cart* (тележка с оборудованием для реанимации).

4. Интертекстуальность и аллюзии в молодежном сленге. Выражение "*Rage Quit or Die Trying*" – геймерский термин: *rage quit* (бросить игру в гневе) с аллюзией на известный фильм и альбом 50 Cent "Get Rich or Die Tryin". Фраза "*404: Morality not found*" – код ошибки HTTP 404 (страница не найдена). *AFK* (away from keyboard – отошел от клавиатуры) и *Difficulty level: Legendary* (уровень сложности: легендарный) – заимствования из геймерского сленга.

5. Влияние цифровых технологий на молодежный сленг: *Social suicide* (полный крах), *Ratio'd* (разнесли), *Slide into DMs* (написать в личные сообщения, *Screenshotting* (делать скриншоты, *Trending* (в трендах), *Yikes energy* (энергия кринжа).

6. Локализация и форенизация при переводе сленга. Локализация: *sniffer dog* – "*ищейка*" (понятное русскоязычному зрителю слово). Фонетизация: *sniffer dog – снифер-дог* (сохраняется британское происхождение термина).

Таким образом, сленг в современных сериалах служит маркером идентичности персонажей, демонстрирует динамичность языка через быстрое устаревание выражений; создает достоверную профессиональную атмосферу, обогащает повествование интертекстуальными отсылками к поп-культуре и цифровым технологиям, ставит перед выбором между локализацией и форенизацией.

А. Н. Сыченкова

ПЕРЕДАЧА ИГРЫ СЛОВ В ПЕРЕВОДЕ С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ ЯЗЫК

Юмор играет ключевую роль в межличностных взаимодействиях и социальной динамике. Однако юмористические переводы часто подвергаются критике за неточность и отсутствие ясности, ведь в идеале перевод должен не только сохранить смысл юмористического высказывания, но и заставить слушателей смеяться. Особое место среди различных форм юмора занимает игра слов, которая представляет собой использование двусмысленности или схожести звучания слов. Перевод игры слов с английского языка на русский язык является одной из наиболее трудных задач в практике перевода, поскольку сохранить одновременно языковую форму, семантическое содержание и юмористический эффект оригинала удается далеко не всегда.

Бельгийский лингвист Дирк Делабастита предлагает довольно подробную классификацию стратегий перевода игры слов: 1) игра слов передается игрой слов; 2) игра слов передается другой фразой, способной передать смысл; 3) игра слов заменяется схожей стилистической фигурой речи; 4) игра слов опускается; 5) игра слов воспроизводится в первоначальной формулировке (остается непереведенной); 6) оригинальная игра слов опускается и вводится позже; 7) конструируется совершенно новый текстовый материал, где содержится игра слов; 8) игра слов объясняется в конце произведения переводческим комментарием, сноской т.д.

На основе данной классификации проанализируем реплику одного из главных героев ситкома «Друзья» Джоуи Триббиани, которая звучит следующим образом: *«It’s a moo point. It’s like a cow’s opinion – it doesn’t matter. It’s moo»*. В русской адаптации данная реплика звучит *«Это коровье мнение – никому не интересно. Все равно что корова промычала»*. На языке оригинала игра слов создается на основе омонимии между *moo* и *moot*, что в переводе означает ‘спорный’, ‘бессмысленный’. На русский язык данную игру слов переводчик передал, руководствуясь стратегией ее передачи другой фразой, способной передать смысл. В данном случае переводчик сместил акцент с фонетической игры на смысловую составляющую оригинала, за счет чего ему удалось адаптировать данное высказывание для русской аудитории и сохранить при этом комический эффект.

Передача игры слов при переводе с английского языка на русский язык требует от переводчика не только языковой компетенции, но и высокой степени креативности, культурной осведомленности и чувства юмора. Важно не стремиться к дословности, а ориентироваться на эффект, который вызывает оригинальная реплика. Удачный перевод игры слов – это всегда компромисс между формой и смыслом, между верностью оригиналу и органичностью восприятия в языке перевода.

Е. Я. Талюк

БЕЗЭКВИВАЛЕНТНАЯ ЛЕКСИКА И ПРИЕМЫ ЕЕ ПЕРЕДАЧИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ДИСКУРСА
(на материале документов УВКБ ООН)

В условиях глобализации и усиления роли международных организаций особую актуальность приобретает вопрос адекватности перевода официальных документов. Наибольшие трудности в этом отношении вызывает передача безэквивалентной лексики (БЭЛ) – лексических единиц, не имеющих прямых соответствий в языке перевода.

Цель заявленного исследования – выявление и анализ наиболее продуктивных и частотных методов передачи БЭЛ, содержащейся в англоязычных текстах институционального дискурса.

Эмпирическую базу составили 100 микроконтекстов, отобранных из материалов Управления Верховного Комиссара ООН по делам беженцев.

В ходе исследования были выявлены следующие тенденции: наиболее частотными способами перевода БЭЛ являются транслитерация и транскрипция (41%), и это свидетельствует о том, что многие БЭЛ еще не укоренились в целевом языке или что их использование ограничено культурной, социальной или профессиональной сферой, например *xeer* – ‘хэр’ (общинное право в Сомали); вторым по частоте способом является использование лексических эквивалентов (38%), как правило, для передачи политических терминов, например, *National Defense Forces (NDF)* – ‘Национальные силы обороны (НСО)’; калькирование встречается реже (11%), что обусловлено отсутствием прямых аналогов в целевом языке или ограниченностью контекста, например *madrassas* – ‘медресе’; адаптация встречается в 7 % случаев, что связано с необходимостью учета различий в культурном контексте целевой аудитории, например *sectarian violence* – ‘межконфессиональное насилие’; низкая частота сохранения оригинальной единицы (2%) говорит о том, что в большинстве ситуаций БЭЛ требует адаптации или перевода; конкретизация встречается крайне редко (1%), и это указывает на то, что большинство терминов уже имеют достаточную степень точности в исходном языке, а необходимость в уточнении значений возникает лишь в исключительных случаях, например *governorate* – ‘мухафаза’.

Таким образом, проведенное исследование показало важность системного и контекстно-ориентированного подхода к переводу безэквивалентной лексики в текстах институционального дискурса. Полученные результаты представляют интерес как с теоретической точки зрения, открывая возможности дальнейшего осмысления механизмов языковой интерпретации культурно-специфической лексики, так и с практической – они могут быть использованы для разработки методических рекомендаций в области профессионального перевода официальных текстов.

Е. В. Тарасикова

О МАРКЕРАХ ИМПЛИЦИТНОСТИ В СООБЩЕНИЯХ АМЕРИКАНСКИХ ПОЛИТИКОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Аналитическую базу исследования составляют 100 микроконтекстов с имплицитной информацией, характеризующих вербальные коммуникации американских политиков в Facebook и Instagram. Под имплицитным высказыванием следует понимать высказывание с неявным, скрытым смыслом, не выраженным в его поверхностной структуре. Имплицитный характер высказывания является отражением асимметрии формы и содержания, несоответствия категорий языка и форм мышления. Распространенным маркером импликации в данных микроконтекстах является «We-group» / «Them-group», которая относится к группе лексических маркеров*: The one thing that they love more than a hero is to see hero fail, fall, Die trying…* (импликация «We-group» / «Them-group». «Они» - «правительство», а под «мы» подразумеваются протестующие граждане). *If we overlook his immense and unchallenged power over public opinion, his articulate propaganda machine, we won't be able to explain why Americans have fallen asleep instead of reacting to the regime.* Импликация *we-group* обличает авторитарный режим Трампа и критикует американцев за пассивность, бездействие и отсутствие оказания сопротивления. Особую группу имплицитных высказываний составляют также вопросительные конструкции (синтаксический маркер): *President Trump has won virtually all of his lawsuits! Dm sorry, what?* - ‘Президент Трамп выиграл практически все свои судебные иски! Простите, что?’(переспрос). Имплицитный смысл также заложен в эллиптических конструкциях: в примере *No political engagement, no political discussion — I don’t know what to celebrate*. грамматический эллипс выражается в элиминации конструкции *there is,* опущение которой не является семантически значимым при извлечении смысла высказывания. Некоторые высказывания содержат стилистические маркеры имплицитности, наиболее распространённым среди которых является ирония – критерий, позволяющий отнести содержащуюся оценку к имплицитной: *$450,000 To paint all of the ducks in Lake Ontario yellow. Because duckies should be yellow, dammit*. Очевидно, что речь идет не об уточках, а о трате большой суммы денег на необоснованные нужды. Однако отсутствие невербальных сигналов и контекстуальной информации может привести к неправильной интерпретации смысла сообщения. Подтекст высказывания может быть вариативным. Так, за сообщением *I hurry to the hospital* может стоять несколько смыслов: 'я болен’; ' я там работаю', ‘тороплюсь’, ‘мне некогда с вами разговаривать’. Таким образом, в имплицитных утверждениях выявление содержания осуществляется на основе дополнительного осмысления значения слов и выражений, входящих в высказывание, с учетом всего контекста и ситуации употребления этого высказывания.

Р. В. Татаринова

ВИЗУАЛЬНОСТЬ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Образы в литературе создаются через язык, формируя визуальное восприятие читателя. Визуальность в литературе по У. Эко включает детализацию, цвет и свет, пространство и время, символизм – всё это создаёт образность и глубину текста. Взаимосвязь текста и визуальных образов играет ключевую роль в формировании смыслового содержания произведения. Визуальность в литературе развивалась с течением времени от эпических описаний у Гомера до эмоциональных пейзажей романтиков и детализированного реализма. XX век расширил визуальность в литературе: символисты углубили цветовую образность, а постмодернисты превратили её в игру смыслов. Важно отметить взаимодействие и визуального и вербального в литературе. Можно выделить основные функции визуальных элементов: создание атмосферы; раскрытие характера персонажей; передача скрытых смыслов; углубление реалистичности мира.

Следующие приемы играют ключевую роль в литературе, обогащая текст и усиливая его воздействие на читателя:

1) детализированные описания – авторы создают яркие образы через подробные описания природы, интерьеров, персонажей;

2) тропы и символы – значимыми здесь являются эпитеты, метафоры, сравнения и др., а также символика цвета, предметов, природных явлений и др., например, красный цвет может символизировать страсть или опасность, а зеленый – надежду или жизнь;

3) смена точек зрения – разные ракурсы описания одного и того же объекта позволяют раскрыть его многогранность;

4) интермедиальность – взаимодействие литературы с другими искусствами, например, описание картин, музыки или архитектуры в тексте. Экфрасис, как частный случай интермедиальности, представляет собой детальное описание произведения искусства в художественном тексте.

5) оформление текста (шрифты, структура, графическая организация текста), например, в визуальной поэзии – жанре, который сочетает в себе словесное содержание и графическое оформление для создания синтетического художественного высказывания.

Визуальная эстетика в литературе – это мощный инструмент, позволяющий авторам создавать многомерные и эмоционально насыщенные произведения. Понимание визуальной эстетики помогает глубже анализировать литературные тексты и раскрывать их художественную ценность.

А. Б. Терешко

ПЕРЕДАЧА МОЛОДЕЖНЫХ СЛЕНГИЗМОВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ФИЛЬМОВ

Молодежный сленг играет ключевую роль в современной коммуникации, отражая динамику языкового развития и социальные изменения. Однако системный анализ этого явления в киноиндустрии вызывает трудности, обусловленные отсутствием единого определения сленга и сложностями с его передачей.

Исходя из цели курсовой работы – выявить особенности молодежного сленга, его функции и стратегии перевода в фильмах и сериалах, в ходе исследования были проанализированы этимология и эволюция понятия «сленг», определены его функции в молодежной коммуникации, рассмотрены стратегии перевода сленгизмов в аудиовизуальных произведениях, оценена адекватность переводов и сформулированы рекомендации по их улучшению.

Объект исследования – молодежный сленг как лингвистическое и социокультурное явление.

Предметом исследования стали особенности функционирования и перевода сленга в современных фильмах и сериалах *("Euphoria", "Cha Cha Real Smooth", "Heartstopper", "The Wackness"*).

Основные выводы: 1. Теоретические аспекты сленга: этимология термина «сленг» остается спорной, но наиболее убедительна гипотеза Э. Партриджа (связь с глаголом *to sling – «говорить»).* Сленг выполняет коммуникативную, экспрессивную, идентификационную, мировоззренческую и другие функции. 2. Молодежный сленг: используется людьми в возрасте 12–30 лет как средство самовыражения и групповой идентификации. Отличается высокой динамичностью и зависимостью от культурного контекста. 3. Особенности перевода сленга в кино: основные стратегии – замена на аналоги (*lit → «огонь»),* калькирование (*vibe → «вайб»)*, нейтрализация (*salty → «злой»).* Проблемы: культурная специфика *(ghosting),* быстрое устаревание сленга, потеря экспрессии при переводе. 4. Рекомендации по улучшению перевода: использовать актуальный сленг, избегая архаичных вариантов, сохранять эмоциональную окраску (*savage → «жесть»*, а не «жестко»), применять контекстуальный подход (*tea → «сплетни» или «портянки»),* тестировать переводы на фокус-группах из целевой аудитории.

Заключение: сленг остается важным элементом языковой динамики, а его перевод требует баланса между точностью и адаптацией. Перспективы исследования включают сравнительный анализ сленга в разных языках и разработку методик перевода для специфических субкультур.

П. В. Тихомирова

КОЛОРАТИВНАЯ ЛЕКСИКА В АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТАХ: СЕМАНТИКА И ПЕРЕВОД

Цель данной работы – выявление особенностей функционирования колоративов в англоязычных художественных текстах и определение специфики их перевода на русский язык. Материалом для исследования послужили художественные произведения Н. Геймана «История с кладбищем» и «Но молоко, к счастью…», а также роман К. Томас «Игла и нить».

Колоративы, или колоративная лексика, – лексика, описывающая разные оттенки цвета и выполняющая различные функции в художественном тексте.

В ходе исследования фантастического романа Н. Геймана «История с кладбищем» было отобрано 308 колоративов, наиболее частотные следующие: *black* (63 раза), *grey* (40 раз), *white* (25 раз). В переводе данного произведения указанные колоративы имеют следующее употребление: *чёрный* – 66 раз, *серый* – 35 раз, *белый* – 28 раз. Выбор автором англоязычного произведения данных колоративов как наиболее частотных обусловлен тематикой романа и местом развития событий.

В результате анализа повести Н. Геймана «Но молоко, к счастью» был выявлен 51 колоратив. Чаще всего встречались: *green* (18 раз), *red* (10 раз) и *black* (8 раз). Эта повесть отличается более позитивной атмосферой, о чём и свидетельствует количество ярких колоративов. С переводческой точки зрения интересны авторские атрибутивные конструкции с колоративами: *special-shiny-clear-stones, special-shiny-bluey-stones, special-shiny-red-stones, wet-white-drinky-stuff, big-red-flat-pressy-thing', special-shiny-greeny-stone, hard-hairy-wet-white-crunchers*. Количество колоративов в оригинале и переводе одинаково.

При исследовании фантазийного романа К. Томас «Игла и нить» было отобрано 585 колоративов. Наиболее частотные: *dark* (147 раз; в 32 случаях данный колоратив опущен либо преобразован в другую часть речи при переводе), *red* (98 раз, в 12 случаях переведен словом 'рыжий'), *black* (79 раз), *green* (46 раз). При переводе на русский язык мы имеем следующие количественные данные: *тёмный* – 105 раз; *красный* – 98 раз; *чёрный* – 80 раз; *зелёный* – 52 раза. Использование автором данных колоративов как наиболее частотных можно объяснить его стремлением отобразить внутренний мир главной героини.

Проведенный анализ показал, что авторы используют в своих произведениях различные колоративы для создания необходимой атмосферы. Переводчики для передачи колоративов используют опущение, добавление и конкретизацию, в результате чего количество колоративов в оригинале и в переводе часто оказывается различным.

Е. А. Тишкевич

ВЕЖЛИВОСТЬ КАК НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ КАТЕГОРИЯ: «ПОЗИТИВНОСТЬ» РУССКИХ И «НЕГАТИВНОСТЬ» АНГЛИЧАН

Вежливость – это незаменимый атрибут добрых взаимоотношений в разных сферах жизни, как в неформальном общении с друзьями, с семьей, так и в формальном общении в официальной обстановке.

В нашем исследовании анализируется проявление вежливости в русской и английской культурах на основе теории вежливости, предложенной П. Браун и С. Левинсоном, которые выделяют «позитивное лицо» и «негативное лицо». Под позитивным лицом подразумевается желание человека быть желанным другими, а под негативным – желание быть независимым (П. Браун, С. Левинсон, 1987). Сохранение позитивного и негативного лица достигается с помощью стратегий позитивной и негативной вежливости. Позитивная вежливость направленна на сближение и сотрудничество, в то время как негативная – на сохранение личной автономии.

Для англичан свойственна в большей степени негативная вежливость, а для русских – позитивная. Важной особенностью англичан в отличии от русских является косвенный стиль общения с целью уменьшить вмешательство в личное пространство собеседника. В процессе общения англичане выражаются косвенно, избегают категоричности и прямолинейности. В русской культуре ценится конкретность. В качестве примера приведем вопрос одного из пользователей Интернета на англоязычном форуме “The Guardian” о деятельности определенной компании:

1. *Could you please tell me about this company?* ‘Могли бы вы рассказать мне, пожалуйста, об этой компании?’. Для русского человека наличие косвенности вместе с вежливым словом «пожалуйста» кажется избыточным. Привычный русский вариант просьбы звучит следующим образом: *Расскажите, пожалуйста, об этой компании* или *Расскажите об этой компании.*

Обобщая стратегии негативной вежливости, выделим следующие характеристики: 1. Косвенное выражение мыслей. 2. Уклончивая манера задавать вопросы. 3. Частые извинения. 4. Минимальная степень вмешательства. 5. Осторожность в выражении взглядов. Стратегии положительной вежливости предполагают следующие позиции: 1. Внимание к собеседнику и его интересам. 2. Обозначение внутригрупповой принадлежности. 3. Выражение общего мнение. 4. Нивелирование разногласий.

Таким образом, для лучшего контакта с иноязычными партнерами учитываются стратегии вежливости, знание и владение которыми помогает наладить дружеские отношения и не допускать конфликтных ситуаций общения.

К. И. Трацевская

ЖАНРОВОЕ РАЗНООБРАЗИЕ СПОРТИВНОГО ДИСКУРСА

Спорт – важный социальный феномен, определяемый как особый вид взаимодействия людей для реализации физических, духовных, рекреационных и других потребностей человека. Спортивный дискурс изучает это взаимодействие с точки зрения языковых и внеязыковых особенностей, анализируя коммуникативное поведение участников в контексте спортивной тематики.

В спортивном дискурсе выделяют определенные жанры, каждый из которых характеризуется своими лингвистическими особенностями.

К жанрам спортивного дискурса относятся: репортажи и комментарии с места проведения спортивного соревнования, включая прямую трансляцию соревнования; интервью с участниками, тренерами и победителями спортивных состязаний; краткие информационные материалы со спортивными аналитическими обзорами для печати или теленовостей; аналитические статьи на спортивные темы включают исследования на спортивную тему по определенным видам спорта, спортивные прогнозы, обсуждение тактики спортивной подготовки; спортивную рекламу и промо-материалы включают спонсорские ролики о спортивных товарах, презентации спортивных событий или продуктов.

В каждом жанре раскрываются свои лингвистические смыслы, которые формируют представления о спорте, его ценностях и значении, транслируемые спортивным дискурсом и определяющие спортивную деятельность. Такие смыслы, в свою очередь выражаются в языке через лингвистические, фонетические, лексические и синтаксические средства. Например, это могут быть такие смыслы, как достижение и успех, дух соперничества и стремления к лучшим результатам, командный дух как слаженное взаимодействия в команде; здоровый образ жизни;

Лингвистические средства, такие как специальные термины, метафоры, эпитеты, помогают создавать более глубокие и многослойные смыслы, которые формируют наше восприятие спорта и спортивной деятельности. Например, во фразе *Он вышел на поле с боевым настроем* метафора подчеркивает не только физическую готовность спортсмена, но и его психологическую настройку на борьбу и преодоление трудностей. Она связывает спорт с военной тематикой, что усиливает ощущение важности момента и напряжённости соревнования.

Жанровое разнообразие спортивного дискурса предполагает при необходимости применения различных видов перевода. Так, для спортивных репортажей используется синхронный перевод, для аналитических обзоров – письменный перевод, а для интервью – устный двусторонний перевод, что подчеркивает многогранность подходов к коммуникации в рамках спортивного дискурса.

Д. С. Турко

ОСОБЕННОСТИ ОСВЕЩЕНИЯ СТИХИЙНЫХ БЕДСТВИЙ В НОВОСТНЫХ СТАТЬЯХ БИ-БИ-СИ

С целью выявления специфики тематической организации нами были проанализированы 20 новостных статей о стихийных бедствиях, опубликованных на сайте Би-Би-Си. В составе статей выявлено 8 тематических компонентов.

Компонент «Вводная информация» присутствует во всех рассмотренных статьях. Он представляет собой краткое изложение основных фактов о стихийном бедствии, включая место и характер происшествия. Эта информация обычно размещается в первых абзацах статьи. Компонент «Последствия», в котором описываются результаты стихийного бедствия, выявлен в 95 % статей. Ввиду того, что этот компонент достаточно объемный по содержанию, в нем выделяется несколько подкомпонентов: жертвы, эвакуация, разрушения инфраструктуры, ухудшение качества повседневной жизни и др. В 35 % статей встречается компонент «Комментарии очевидцев». Он включает прямую речь людей, непосредственно наблюдавших за стихийным бедствием или переживших его. Комментарии очевидцев делают материал более эмоциональным и достоверным, что позволяет читателям лучше представить масштабы случившегося. В 100 % статей выявлен тематический компонент «Реакция властей». В нем излагаются официальные заявления представителей власти в связи с произошедшим бедствием. Компонент «Меры по оказанию помощи» представлен в 65 % статей. В нем выделяются следующие подкомпоненты: меры по ликвидации последствий, недопущение увеличения количества жертв, задействованные ресурсы и организации. Так же в 65 % статей присутствует компонент «Предполагаемое развитие ситуации». Он содержит прогноз дальнейшего развития событий, возможных новых угроз или усугубления последствий стихийного бедствия. В нем, как правило, приводится мнение экспертов, в частности метеорологов. Тематический компонент «Редкость явления» присутствует лишь в 35 % статей. В нем акцентируется внимание на том, насколько необычным или редко встречающимся является произошедшее стихийное бедствие. Компонент «Аналогичные события в прошлом» выделен в 90 % статей. В нем описываются похожие стихийные бедствия, произошедшие ранее в том же или в других регионах, сопоставимые по масштабу и последствиям.

Таким образом, во всех статьях дается общая информация о бедствии и реакция властей, практически во всех – описание последствий и аналогичных событий в прошлом. Наименее распространенными компонентами являются комментарии очевидцев и описание редкости того или иного бедствия.

Д. В. Усс

МЕТАФОРИЗАЦИЯ ЛЕКСИКИ АНГЛОЯЗЫЧНОГО ДИСКУРСА О ВЫБОРАХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ЛИДЕРОВ

Исследование проводилось на материале 50 микроконтекстов, содержащих метафоризированную лексику, отобранных из англоязычных изданий, освещающих выборы президента США. К наиболее частотной метафоризированной лексике в публикациях о выборах президента США относятся так называемые военные метафоры (40%). Они представляют выборы как сражение или войну, где кандидаты «борются» за голоса избирателей: *The candidates are gearing up for a fierce* ***battle*** *for the presidency. Senators often try to appear above* ***Washington partisan battles*** *— at least with the voters back home*. Данный тип метафоры подчеркивает напряженность кампании, создавая ощущение необходимости активного участия и выбора стороны. Распространённость спортивных метафор (25 %) связана с тем, что они играют важную роль в создании атмосферы динамичности и активности, подчеркивая необходимость стратегического подхода и подготовки: *This election is shaping up to be a* ***marathon****, not a sprint. The Latest: Utah Democrats nominate Wilson for* ***Senate race.*** Спортивные метафоры сравнивают выборы с соревнованиями, где кандидаты борются за победу. Экономические метафоры – еще один тип метафор в публикациях о выборах президента (20 %): ***long-shot bid*** *to give voters in deeply conservative, strongly Republican Idaho the chance to decide whether the state should join the Affordable Care Act's Medicaid expansion seems to have succeede. Cammalla Harris Is An* ***Asset****, Not A* ***Liability****, For Democrats In Midterms* Они связывают кандидатов с экономикой и финансами, указывая на их возможности в реализации экономических программ, подчеркивают их компетентность. Эти метафоры служат мощным инструментом для формирования общественного мнения и влияния на восприятие кандидатов и их программ. В публицистических текстах периода выборов встречаются природные метафоры (10 %). Они связывают политические процессы с природными явлениями, подчеркивая их неизбежность или естественное течение: *A* ***wave*** *of change is sweeping through the electorate. This* ***election season*** *is testing lawmakers' commitment to the fading courtesy.* Также в публикациях о выборах президента можно встретить технологические метафоры, в частности, связанные с транспортом (5%): *Heenan is* ***running on a platform*** *of fighting for ordinary people against big corporations* создавая образ лидеров, которые используют технологические компоненты в любой сфере деятельности

Метафоризация является важным инструментом в политическом дискурсе. Использование метафоризации делает политическую информацию более доступной и понятной для широкой аудитории, оказывая на неё необходимое речевое воздействие.

В. И. Федосевич

ТРУДНОСТИ ПЕРЕДАЧИ СКРЫТЫХ СМЫСЛОВ И ОТСЫЛОК ПРИ ПЕРЕВОДЕ ИНТЕРВЬЮ

Современные англоязычные интервью со знаменитостями представляют собой богатый материал для анализа интертекстуальности и скрытых смыслов. В условиях глобализации и культурной гибридизации возрастают требования к переводчику, в том числе умение распознавать и адекватно передавать культурные, исторические и личностные отсылки, зачастую скрытые за на первый взгляд нейтральными репликами. Целью данного исследования является выявление и классификация трудностей перевода интертекстуальных элементов в интервью. Интервью как жанр характеризуется спонтанностью речи, неформальностью и высоким уровнем субъективности, что создает благоприятную почву для интертекстуальных включений. Под скрытыми смыслами в интервью понимаются элементы текста, содержащие дополнительные значения, не выраженные явно, но интерпретируемые через отсылки к культуре, истории, литературе, кино или личному опыту.

Объектом анализа служат высказывания известных медиаперсон, в которых активно используются реминисценции, аллюзии, цитаты и прочие формы межтекстовых связей.

Основные типы отсылок: *культурные* (упоминания реалий, привычек, традиций), *исторические* (факты биографии, значимые события), *личностные* (ссылки на личный опыт, изменения в мировоззрении), *интертекстуальные* – цитаты, аллюзии, реминисценции на художественные тексты, фильмы, религиозные или философские идеи.

При передаче скрытых смыслов возникают следующие основные типы трудностей: *лингвистические* (игра слов, идиомы, экспрессивная лексика), *культурные* (специфический контекст повседневности в культуре, неполностью эквивалентный в других культурах), *стилистические* (ирония, самоирония, риторические вопросы, юмор), *форматные* (емкость фразы, устная форма интервью, требующая быстрой интерпретации без потери содержания)

Проведенный анализ показал, что частые ошибки связаны с буквальным переводом, без учета фоновой информации и культурной подоплеки.

Успешные приёмы включают: использование примечаний, адаптивного перевода с сохранением стилистики, компрессии или развёртывания высказывания.

Интертекстуальные элементы несут не только смысловую, но и эмоциональную, культурную и прагматическую нагрузку. Их адекватная передача требует от переводчика не только знания языка, но и культурной эмпатии, знаний в области поп-культуры, психологии, философии, религии и т.д.

Контекст играет решающую роль в интерпретации скрытых смыслов. Переводчик должен учитывать не только ближайший текст, но и личность интервьюируемого, жанр, аудиторию, формат интервью. Перевод скрытых смыслов в интервью – задача комплексная и требует применения как лингвистических, так и экстралингвистических компетенций.

Е. С. Холупова

ЛОКАЛИЗАЦИЯ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР (на примере игр Genshin Impact и Honkai: Star Rail)

По словам Бернала Мерино «Локализация, с точки зрения языковедения относящаяся к переводческой области, – это специфический вид перевода, при осуществлении которого учитываются культурно-специфические особенности адресата, а адаптация считается ключевым компонентом всего процесса» (М. Б. Мерино, 2014).

В локализации игр Genshin Impact и Honkai: Star Rail с английского на русский были выявлены следующие особенности и неточности:

1. Перевод имен. Чаще всего прибегали к приему транскрипции. При переводе японских имен использовали систему Поливанова (*Chiori – Тиори*). При переводе китайских имен использовали систему Палладия (*Moze – Моцзэ)*.

2. Перевод специфических названий игр. В основном при переводе использовался метод транскреации с добавлением калькирования, транслитерации и транскрипции (*Rye Bread Soda Iceberg – Айсберг из кваса; Redsoil feed – Корм из краснозема; Amber Huadiao wine – Янтарное вино*).

3. Безэквивалентная лексика. При переводе слова, обозначающего насекомое, которое напоминает европейского жука-рогача, «*onikabuto*» как «*оникабуто*» была применена переводческая трансформация транслитерации, так как в русском нет подходящего эквивалента данному виду насекомого.

4. При переводе шутки «*Tone-Deaf Bard»* был переведен как Бродяжка, что совершенно не соответствует оригинальной задумке и не передает всю тонкость иронии и юмора.

5. Потеря оригинальной задумки автора. Во фразе «*Codename Childe*», из-за того, что в переводе было опущено слово «*Codename*», многие игроки были введены в заблуждение и подумали, что это является настоящим именем персонажа, хотя это не так.

В заключение следует отметить, что для достижения качественной локализации компьютерных игр переводчики прибегают к различным переводческим трансформациям. Эти преобразования необходимы, поскольку прямой, дословный перевод часто оказывается неприемлемым из-за культурных, лингвистических и игровых особенностей.

И. Е. Чепелов

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ МЕЖДОМЕТНЫЕ ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРЕВОД

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что фразеологические единицы междометного характера (МФЕ), как неотъемлемая часть фразеологии, являются эффективным языковым средством для выражения говорящим отношения к окружающей действительности, а также своих эмоциональных состояний. При этом, перевод крылатых слов, поговорок, пословиц, сравнений и других образных средств языка является трудной задачей. При ее выполнении переводчик сталкивается с рядом опасностей, незнание которых может привести к существенным искажениям смысла.

Методом сплошной выборки из «Англо-русского фразеологического словаря» А. В. Кунина было отобрано 72 МФЕ. Проведя переводческий анализ, мы выявили следующие категории МФЕ: эмотивные (направленные на внутренние эмоции говорящего), оценочные (направленные на абстракцию или событие) и эпистемические (побудительные МФЕ, направленные на собеседника).

Таким образом, 52 МФЕ были отнесены к эмотивным: *Ye gods and little fishes!* ‘Ну и ну!’, *Well I’ll be damned!* ‘Будь я проклят!’, *Gee whiz!* ‘Ух ты!’.

38 МФЕ попали под категорию оценочных: *Bully for you!* ‘Молодцом!’, *Stone the crows!* ‘Чёрт возьми!’, *Lo and behold!* ‘Чудеса!’, *No way!* ‘Не может быть!’, *Upon my word!* ‘Видит Бог!’.

8 фразеологизмов рассматриваемого типа – эпистемические: *Watch out!* ‘Берегись!’, *Look out!* ‘Осторожно!’, *Don’t worry! ‘*Спокойно!’.

Такие МФЕ, как *Good god!* ‘Боже мой!’, *By golly!* ‘О чёрт!’*, By heaven!* ‘Силы небесные!’, могут быть как эмотивными, так и оценочными.

Самым актуальным способом перевода МФЕ оказался фразеологический аналог. Также встречались редкие случаи применения фразеологического эквивалента, антонимического и описательного перевода. Примеры каждого из них:

фразеологический аналог: *Good grief!* ‘Ну и ну!’, *I promise!* ‘Клянусь!’; фразеологический эквивалент: *God Almighty!* ‘Бог всемогущий!’ *Good Lord!* ‘Боже милый!’; антонимический перевод: *God damn!* ‘Чёрт побери!’; описательный перевод: *By George!* ‘Клянусь святым Георгием’, *By God!* ‘Именем Господа!’.

Проведённый анализ показал, что без знания самих МФЕ, без понимания многообразия всех смысловых оттенков и без осмысления всех грамматических и лексических особенностей невозможен грамотный и адекватный перевод материала. Переводимый текст обязательно должен быть эквивалентом исходного текста с семантической, структурной, коммуникативной точек зрения, с учетом лингвокультурных, экспрессивных особенностей языка.

Я. И. Чижик

РОМАН Х. МАНТЕЛ «ЛЮБОВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ» КАК РОМАН ВОСПИТАНИЯ

Роман воспитания традиционно рассматривается как повествование о стадиальном развитии личности персонажа, которое, как правило, прослеживается с детских (юношеских) лет и связывается с опытом познания окружающей действительности («Литературная энциклопедия терминов и понятий», 2001). Характерными особенностями этого поджанра считаются стадиальность сюжета, моноцентризм и вспомогательная роль второстепенных персонажей (В. Н. Пашигорев, 2005), а также реалистический фон повествования, автобиографичность, обучение героя (получение образования и морально-этическое), влияние наставника, мотивы поиска, испытания и скитания, душевный конфликт, дидактическая функция (Махмудова, 2021).

В романе британской писательницы и литературного критика Х. Мантел «Любовный эксперимент» обнаруживаются характерные черты романа воспитания. Композиция романа представлена системой ретроспектив, отсылающих читателей к разным этапам жизни главной героини, Кармел МакБейн. Повествование в романе, хоть и не организовано в хронологической последовательности, характеризуется стадиальностью, что является одной из ключевых жанровых доминант романа воспитания, и представляет собой рассказ о таких этапах жизни Кармел МакБейн, как детство, подростковые годы, вступление во взрослую жизнь и зрелость. Каждый из перечисленных жизненных этапов связан с определенным опытом познания главной героиней окружающей действительности и характеризуется нравственным и психологическим развитием ее личности. Так, подростковый период характеризуется началом самоопределения главной героини, обретением и утратой веры, а университетский этап – сепарацией от авторитарной матери и активным выражением политических взглядов. Не только окружающий мир, но и другие персонажи являются катализаторами развития Кармел. На примере собственных подруг Джулианны и Карины она знакомиться с социальными различиями, а тотальный контроль матери и постоянное сравнение Кармел с Кариной приводят к низкой самооценке главной героини, однако именно мотивация матери всегда подталкивала Кармел учиться лучше. В романе присутствуют и значительным автобиографические элементы, характерные для романа воспитания. Среди них – совпадающие год и место рождения героини и автора, их происхождение, образование, отношения с отцами, а также политические взгляды.

Исследование романа Х. Мантел «Любовный эксперимент» как романа воспитания помогает глубже понять затрагиваемые в нем темы поиска идентичности, религии и социального неравенства.

А. О. Шабалина

ЛЕКСИЧЕСКИЙ АСПЕКТ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ПРОЗЫ

Исследование проводилось на материале романа Джонатана Сафрана Фоера «Жутко громко и запредельно близко». Актуальность исследования видится нам в следующем: так как роман был написан в 2005 году, в нем могут быть отражены современные тенденции употребления лексических единиц. Цель исследования – определить лексические характеристики анализируемого художественного произведения.

Рассмотрено и выделено 6 групп лексических единиц и 78 случаев их употребления. Из них 30 единиц принадлежат к самой многочисленной группе – фразеологизмам, что составляет 40% от всего числа отобранной лексики. Фразеологизм *to wear heavy boots* – ‘испытывать тяжесть на душе’ был использован 17 раз. Выявлены фразеологизмы с глаголом *put: put somebody in heavy boots,* где значение приобретает новый оттенок – ‘нагонять тоску’ и обратное – *my boots could be a little lighter* (‘мне бы полегчало’) К другим примерам можно отнести *to zip up the sleeping bag of oneself, weather is one hundred dollars, to act age* и *unravel the scarf of my silence.* Следующая группа – фразовые глаголы, которые составили 22 % от всех лексических единиц романа. Глагол *to crack up* – ‘расхохотаться, расколоться’ был употреблен 11 раз. Для создания особой атмосферы автор использовал также глаголы *tuck in* – ‘подоткнуть одеяло’, *float away* – ‘уплывать’, *rip out a page* – ‘вырвать страницу’ и *snoop around* – ‘выслеживать, вынюхивать’. Группа с разговорными фразами и сленговыми выражениями занимает третье место по частотности, составляя 19 % от всех типов лексики. Всего было обнаружено 15 лексических единиц данной группы. Например, *take it easy, get a hold of yourself*. Аббревиатуры составили почти 10 % от всех единиц, что указывает на превалирование современных тенденций в разговорной речи. Примеры *ASAP (as soon as possible)* – ‘как можно быстрее’ и *pjs (pajamas)* приближают читателя к пониманию личности героев, упрощая их речь и делая диалоги более интересными. Французские выражения составили 8 % от общего числа, где самое часто встречаемое выражение *raisons d’être*, что значит ‘причины быть’. Термины оказались самой малочисленной группой (4 %). Это лексика преимущественно медицинской тематики: *ADD (Attention deficit disorder) – СДВГ (‘Синдром дефицита внимания и гиперактивности’)*, которые автор использовал для указания на возрастную категорию второстепенных героев и современные проблемы общества.

Таким образом, Джонатан Сафран Фоер использовал разные типы лексики для воплощения замысла произведения и влияния на читателя. Большое процентное соотношение фразеологизмов, фразовых глаголов и разговорных фраз по сравнению с французскими словами, аббревиатурами и терминами говорит о том, что к современным тенденциям в языке художественной прозы можно отнести стремление к выразительности и емкости.

Е. И. Шевцов

ИНТЕРНЕТ-РЕЦЕНЗИЯ КАК СПЕЦИФИЧЕСКАЯ ФОРМА ОТЗЫВА НА ЛИТЕРАТУРНОЕ ПРОИЗВЕДЕНИЕ

Современные интернет-платформы, такие как BookTok и BookTube, формируют уникальное пространство, в котором традиционные жанры литературной критики трансформируются в новые, гибкие формы высказывания. Краткость, ироничность, эмоциональность и сленговая насыщенность – отличительные черты рецензий, создаваемых пользователями в цифровой среде. Эти тексты уже нельзя воспринимать исключительно как «отзывы о книгах». Это полноценные высказывания, оформленные в собственной лексической системе. В отличие от академической критики, здесь важен не разбор структуры текста, а эффект от чтения: насколько книга «зашла», какой был «вайб», «дропнул ли ты её на середине» или добавил «в ТБР».

Для лексики русскоязычных интернет-рецензий характерны следующие черты. Часть лексики заимствована напрямую из английского языка, часто без перевода, а часть – адаптирована, но всё ещё отсылает к англоязычному интернет-контексту. Например, *DNF* (*did not finish – не закончил*) используется наряду с заимствованием «*дропнул*» (от англ. *drop – бросить*), а *NPC* (*non-player character – неигровой персонаж*) – в ироничном ключе, обозначая «пустого» персонажа или стереотипного читателя.

Систему таких выражений можно рассматривать как своеобразный код, понятный лишь внутри сообщества. При переводе рецензий или их адаптации для конкретной аудитории важно не только понять буквальный смысл термина, но и уловить эмоциональный фон, интонацию и контекст его употребления. Так, термин *slow burn*, описывающий медленное развитие любовной линии, требует передачи не дословного значения, а ощущения затянутости, напряжённого ожидания. Такие выражения как *cringe*, *glitch* или *vibe*, могут иметь несколько оттенков в зависимости от контекста. Так, в зависимости от ситуации и стиля автора рецензии, *cringe* может быть передан как «испанский стыд», «фальшь», «неловкость». *Glitch* – это не только технический сбой, но и сюжетный провал, нарушение логики повествования. При этом вариант «глючит сюжет» может оказаться куда точнее, чем «сюжет нелогичен».

Отдельного внимания заслуживают выражения эмоциональных реакций в рецензиях (эмодзи, звёздочки, капслок, повтор слов). Такие восклицания и визуальные элементы также являются частью цифрового стиля. Так, «ох», «плак-плак», «я ВСЁ» или «СТОП» не имеют чётких аналогов в традиционной речи, но передают мощную эмоциональную реакцию, которую нельзя игнорировать при адаптации текста.

Таким образом, язык интернет-рецензий – это динамичный и экспрессивный дискурс, создающий уникальную лексическую среду. Его перевод требует креативного подхода, способности к интерпретации и глубинного понимания культуры, в которой эти тексты функционируют. Это не просто перенос слов на другой язык – это локализация эмоций, мемов и интонаций, без которых теряется сама суть рецензии как живого цифрового жанра.

А. С. Широкий

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ГОРОДСКОЙ ЛЕГЕНДЫ КАК ЖАНРА СОВРЕМЕННОГО ФОЛЬКЛОРА

Городская легенда – это жанр современного фольклора, который представляет собой предположительно реальные истории про события, которые случались в каком-то настоящем месте или с каким-то настоящим человеком. Главной особенностью современных городских легенд является то, что в отличие от традиционного фольклорного творчества в устной форме, они зачастую распространяются не только устно, но и письменно, к примеру, на интернет-форумах. Однако с традиционными фольклорными формами их роднит то, что могут бесконечно видоизменяться и интерпретироваться рассказчиками. Анализ представленных в интернет-источниках городских легенд Беларуси показал, что их сюжеты можно разделить на две группы: пугающие и юмористические. И те, и другие направлены на то, чтобы вызывать эмоциональный отклик у аудитории.

При переводе городских легенд, которые могут быть интересны как культурные явления, имеющие в том числе и туристический потенциал, наибольшие сложности связаны с передачей элементов разговорного языка, адаптацией культурных реалий, а также сохранением стилистической структуры и языковой игры. Названия легенд на английский язык зачастую могут быть переданы дословно: *Крокодил в Свислочи – Crocodile in Svisloch, Смыв денег – Flushing Money Away*. Городская легенда всегда рассказывает о конкретной местности, поэтому нередко в ней встречаются реалии. Так, в белорусских встречаются такие реалии как *пан* и *милиция*. В зависимости от желаемого эффекта слово *пан* можно перевести двумя способами: *landowner*, если важен социальный статус и владение имуществом, или *nobleman*, если нужно подчеркнуть сословие и дворянство. Слово *милиция* нельзя переводить как *militia*, так как в английском языке оно имеет другое значение. Универсальным вариантом можно назвать эквивалент *police*. Стилистические средства придают легенде яркий эффект, поэтому их стоит переводить так же ярко. Например, фразу *Вызвали милицию, которая крокодила к чертям расстреляла* можно передать как *The cops came and gunned the damn thing down*, где элементы разговорного стиля речи создают необходимый прагматический эффект.

Сохранение жанрово-стилистических особенностей городских легенд в переводе возможно благодаря адаптации реалий с учетом культурного контекста, использованию элементов устного повествования, таких как интригующий заголовок, напряжение в описании сюжета и стилистические приемы, и употреблению идиоматических выражений и адаптации языковой игры.

Д. Ю. Шумарова

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА КРЕОЛИЗОВАННЫХ ТЕКСТОВ

Актуальность выбранной темы объясняется тем, что креолизованные тексты становятся все более популярными как в массовой культуре, так и в академическом контексте, а их перевод требует особого подхода из-за сочетания текстовой и визуальной информации. Исследование особенностей перевода креолизованных текстов может привести к развитию новых теоретических моделей и подходов в области перевода, что обогащает существующую научную базу. Цель данной работы – исследование особенностей перевода креолизованных текстов, определение наиболее эффективных методов передачи их содержания с учётом вербальных и невербальных компонентов. К особенностям перевода креолизованных текстов относим следующие:

1. Перевод междометий представляет собой сложную задачу для переводчика комиксов, поскольку они многозначны, не имеют четких эквивалентов в другом языке, требуют сохранения прагматического эффекта и учета визуального аспекта. *Wow ‘вау’, yeah right here ‘ага здесь’, oh yeah? ‘что, правда?’, huff ‘фуф’, UH ‘AAAA’.*

2. Из-за различий в произношении звуков в английском и русском языках, а также в культурных особенностях, звукоподражания могут восприниматься по-разному. Поэтому переводчики часто адаптируют звукоподражания к фонетическим нормам переводящего языка. *Crunch ‘трц’, pop ‘бах’, clang ‘клац’, rring ‘дзынь’, crackle ‘хруть’, crash ‘бам’, vroom ‘врум’, boom ‘бабах’, Click ‘клик’.*

3. Перевод имен персонажей и названий. Транскрипция и транслитерация применяется при переводе имён собственных, чтобы сохранить оригинальное звучание. Также применяется адаптация. *Pogo ‘Пого’, Morrison Park ‘Моррисон парк’, Vanya ‘Ваня’, Piggy ‘Пигги’, Sweet Gravy ‘Сладкая Подливка’, Hazel ‘Хейзел’, Cha-Cha ‘Ча-Ча’, Lupo ‘Лупо’, Kraken ‘Кракен’.*

4. Прямой перевод разговорной лексики, сленга может привести к непониманию или звучать неестественно, поэтому требуется поиск сленговых выражений, которые передают схожий смысл и стилистический оттенок в переводящем языке. *Cops 'копы’, son of a bitch ‘сукин сын’, jerk ‘сволочь’, fat-ass ‘толстожопый’, to kill ‘снести башку’, man ‘чувак’.*

5. Выделение определённых слов или выражений жирным шрифтом. При переводе важно сохранять жирный шрифт, чтобы не потерять прагматический эффект оригинала. *And you don’t even know where Number Five **is**! ‘И ты даже не знаешь, **где** сейчас Номер Пять!’*

6. Важно сохранять объём фразы т. к. в комиксах текст обычно ограничен рамками пузырей, что требует передать смысл кратко и ёмко.

Е. Н. Шумская

ИЗМЕНЕНИЕ ЗНАЧЕНИЯ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКИ ООН В КОНТЕКСТЕ ПЕРЕВОДА

Исследование семантических трансформаций терминологии в документах ООН представляет особый интерес, так как термины могут утрачивать или изменять своё терминологическое значение, что может создавать трудности при переводе. Ключевое понятие для исследования – термин. Это слово или словосочетание, обозначающее строго определённое понятие в определённой области знаний или деятельности.

В качестве материала для анализа изменения значения терминов использовались официальные англоязычные тексты ООН. Стоит отметить, что институциональный контекст ООН придаёт терминам специфические смысловые оттенки. Например: безопасность *(‘human security’)* в рамках ООН включает не только военные аспекты, но и продовольственную, экологическую и кибербезопасность.

Среди основных процессов, происходящих со значением терминов, выделяются **детерминологизация** и **ретерминологизация**.

Детерминологизация определяется как процесс перехода термина из профессионального языка в общелитературный, при котором термин утрачивает свои основные свойства и приобретает характеристики общеупотребительного слова. Например, термин *sustainability* (‘устойчивость’) изначально использовался в экологическом дискурсе и был связан с сохранением разнообразия и продуктивности природных систем. В последние годы этот термин значительно расширил своё значение и активно используется в социально-экономическом, политическом и культурном контексте.

Под **ретерминологизацией** понимается процесс переноса термина из одной терминосистемы в другую с полным или частичным изменением значения. Например, термин *platform* раньше обозначал физическую конструкцию в технологической сфере, но в документах ООН приобрёл новое значение – ‘пространство для многостороннего политического диалога между государствами’.

На основе анализа перевода терминов выделяются три ключевые стратегии: адаптация, калькирование, транслитерация. Адаптация используется для терминов, значение которых требует пояснения для русскоязычной аудитории. Например, термин *greenwashing* переводится как «ложная экологичность» или «ложное заявление об экологичности».

Анализ материала позволил заключить, что терминология в документах ООН часто меняет свои значения под влиянием институционального контекста, однако понимание семантических процессов помогает точнее передавать смысл терминов при переводе.

Я. С. Юркова

ФУНКЦИИ СИНОНИМИЧНЫХ ПАРОНИМОВ В ТЕКСТАХ РАЗЛИЧНЫХ ТИПОВ (Offenbar-Offenkundig-Offensichtlich)

Явление синонимичных паронимов – одна из наименее исследованных, но значимых тем немецкого языка. В центре данного исследования – паронимы *offenbar, offenkundig, offensichtlich*. Согласно словарю «Paronyme – Dynamisch im Kontrast» на электронном ресурсе owid.de, все три паронима полностью совпадают в двух значениях, что позволяет считать их синонимами. Они обозначают очевидность процессов или состояний, используются как в синтаксической функции обстоятельства и передают субъективное восприятие информации. Они синонимичны ‘*anscheinend’* – например: ‘*offensichtlich–offenbar–offenkundig viel Spaß haben’* – и ‘*deutlich erkennbar’*, как в ‘*mit offensichtlichem–offenbarem–offenkundigem Vergnügen’*. Инвариантным лексическим эквивалентом может выступать наречие *очевидно*.

Для анализа функций синонимических паронимов в текстах различных типов мы использовали корпуса электронного ресурса dwds/de. Поисковый оператор NEAR позволил обнаружить в корпусах DWDS 121 контекст, в которых присутствуют сразу два паронима из данного ряда: *offensichtlich-offenbar* – 62 (51,2 %), *offensichtlich-offenkundig* – 38 (31,4 %), *offenbar-offenkundig* – 20 (16,5 %); все три исследуемых паронима представлены в одном контексте корпуса портала Wikipedia, то есть в 0,9 процента контекстов.

Тексты, в которых присутствуют сразу два паронима, представлены в следующих корпусах: корпус портала Wikipedia, основной корпус Цифрового словаря немецкого языка DWDS, корпус парламента (Bundestagskorpus), корпус онлайн-ресурса Tagesspiegel, корпус ежедневной газеты Berliner Zeitung (1994–2005), корпус «Archiv der Gegenwart» с текстами периода с 1931 до 2004 год, корпус блогов (Blogs), корпус политических речей (Politische Reden), корпус речей, протоколов и интервью «Gesprochene Sprache». При этом на корпус парламента, корпус портала Wikipedia и корпус блогов приходится 54 (44,6 %), 28 (23,1 %) и 14 (11,6 %) соответственно, то есть почти 80 процентов обнаруженных контекстов: в них исследуемые паронимы реализуют преимущественно уточняющую функцию и функцию повышения разнообразия речи.

Таким образом, тексты официально-делового и энциклопедического характера являются основной средой употребления синонимичных паронимов в одном и том же абзаце текста. Эти данные подтверждают значимость жанрового и прагматического подхода к анализу синонимичных паронимов и создают основу для дальнейших исследований, направленных на изучение функционально-стилевых предпочтений и прагматической специфики близких по значению единиц.

Я. С. Язвинская

ПЕРЕВОД АНГЛОЯЗЫЧНЫХ МЕМОВ: КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЙ И ЛЕКСИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Культурологические проблемы перевода мемов связаны с необходимостью преодоления культурных лакун – отсутствия эквивалентных понятий в языке перевода. Например, реалии, такие как исторические события, традиции или социальные нормы, часто требуют адаптации через транскрипцию, калькирование или описательный перевод. Юмор и ирония, основанные на культурных кодах, также требуют особого внимания: шутка, понятная в одной культуре, может оказаться неприемлемой или бессмысленной в другой.

На лексическом уровне основную сложность представляют каламбуры и сленг. Каламбуры, построенные на многозначности слов или фонетических совпадениях, требуют творческого подхода. Сленг усугубляет проблему из-за его временной неустойчивости и зависимости от субкультурных кодов. Для перевода таких элементов применяются стратегии адаптации, калькирования с пояснениями или компенсации через эмоционально-окрашенные аналоги.

Ярким примером культурной и лексической адаптации является перевод мема *‘9 P.M. when you’re 25 or over’*. Оригинал высмеивает стереотип о том, что после 25 лет люди рано ложатся спать. Буквальный перевод *‘Девять вечера, когда тебе 25 или больше’* не работает в русскоязычной среде, где аналогичные шутки связаны с возрастом 20–23 года. Адаптированный вариант *‘21:00, когда тебе за 20’* учитывает несколько факторов:

- культурный контекст – снижение возраста для соответствия локальным стереотипам о взрослении;
- лексические нормы – замена формальной конструкции *‘25 или больше’* на разговорное *‘за 20’*;
- временной формат – использование 24-часового стандарта *(‘21:00’ вместо ‘9 p.m.’*) для привычности аудитории.

Перевод интернет-мемов – это баланс между лингвистической точностью и культурной релевантностью. Успешная локализация требует не только владения языковыми механизмами, но и глубокого погружения в целевую культуру, понимания её юмора, ценностей и социальных кодов. Переводчик мемов выступает в роли медиатора между культурами: он должен творчески переосмысливать оригинал, сохраняя его прагматику (иронию, сарказм, критику) и адаптируя форму к новому контексту. Пример с мемом *‘21:00, когда тебе за 20’* демонстрирует, что даже незначительные изменения в лексике и культурных отсылках могут определить успех или провал перевода. В эпоху глобализации, где мемы становятся универсальным языком интернет-поколений, такие навыки приобретают особую ценность, позволяя преодолевать не только языковые, но и культурные границы.

А. В. Янковенко

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ПОСЛОВИЦЫ С ЧИСЛОВЫМ КОМПОНЕНТОМ КАК ЛИНГВИСТИЧЕСКОЕ И ПЕРЕВОДЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

Актуальность работы определяется тем фактом, что пословицы являются важной частью языка и культуры. Они отражают мировоззрение, традиции и ценности народа. Анализ пословиц с числовым компонентом позволяет глубже понять структуру и функционирование языка. Целью данной работы является выявление структурно-семантических особенностей англоязычных пословиц с числовым компонентом и специфики их перевода на русский язык.

Методом сплошной выборки из сборника С.Ф.Кусковской «500 английских пословиц и поговорок» было отобрано 49 пословиц, в которых было зафиксировано 10 различных числовых компонентов (всего 54 случая употребления).

Исследование показало, что наиболее популярным числовым компонентом в англоязычных пословицах является *one* (24 пословицы – 44%): *One good head is better than a hundred strong hands*; *Don't hang all your bells on one horse*. Далее по частоте упоминания идут компоненты *two* и *first*, встречающиеся в семи и шести пословицах соответственно: *When two Englishmen meet their first talk is about weather*; *No man is his craft's master the first day.*

Менее часто использовались компоненты *three*, *four, five*, *seven*, *eleven*, *ten*, *ninety*, встречавшиеся лишь в единичных случаях: *Rain before seven, fine before eleven*.

При переводе англоязычных пословиц с числовым компонентом можно отметить, что в 23 случаях в русскоязычных соответствиях сохранился англоязычный числовой компонент (*One man had better steal a horse than another look over the hedge.* – ‘Один может коня украсть, а другому и через забор посмотреть не дозволено’.), в 5 случаях числовой компонент был изменён на другой (*Four eyes see more than two.* – ‘Ум хорошо, а два – лучше’.), в 21 случае числовой компонент при переводе исчез вовсе (*One law for the rich, and another for the poor.* – ‘Закон что дышло: куда повернул, туда и вышло’.). Числовой компонент сохранялся всегда, когда пословица переводилась при помощи калькирования: *Ninety percent of inspiration is perspiration.* – ‘Девяносто процентов вдохновения – усердие’.

Исследование показало, что наиболее частым способом перевода отобранных пословиц стал подбор аналога, что свидетельствует о сходстве семантики английских и русских пословиц. В то же время отсутствие почти в половине случаев числового компонента в русскоязычных пословицах-соответствиях подчеркивает различия в картинах мира двух народов.

П. В. Янковская

ПЕРЕДАЧА КОМИЧЕСКОГО В ПЕРЕВОДЕ НА РУССКИЙ ЯЗЫК НА МАТЕРИАЛЕ ФИЛЬМА «EASY VIRTUE»

Комедия, как жанр искусства, всегда играла важную роль в отражении социальных и культурных реалий своего времени. Фильм «Easy Virtue» (2008), основанный на пьесе Ноэля Кауарда, создаёт уникальную возможность для анализа не только художественных приёмов, но и культурных контекстов, в которых они функционируют.

Целью данного исследования является выявление способов перевода комических элементов часто основанных на игре слов, что не только углубит наше понимание перевода комедийных текстов, но и позволит лучше осознать культурные различия и сходства между англоязычной и русскоязычной аудиторией.

В ходе данной работы было проанализировано 67 комических элементов, среди которых наиболее частым по способу перевода является *дословный перевод* (29 примеров): Not nearly as exciting as crossing your mother.(Не так волнующе, как переехать вашу мать). Другие часто встречающиеся способы перевода – *целостное преобразование* (14 примеров): The pack's closing. (А вот и гиены); *добавление* (9 примеров): Marion. Golly, you're not a bit like what we imagined. (Мэрион... Боже, мы представляли вас несколько иначе...) ; *опущение* (8 примеров): You do hunt, I take it, Larita? (Вы ведь охотитесь, Ларита?); *свободный перевод* (5 примеров): Congratulations. A marriage of minor convenience. (Поздравляю! Походит на брак по мелкому расчёту.) Остальные менее часто встречающиеся по способу перевода являются *замена частей речи* (4 примера); *модуляция* (4 примера); *замена формы слова* (3 примера); *замена членов предложения* (3 примера); *генерализация* (3 примера); *антонимический перевод* (2 примера); *замена сложного предложения простым* (1 пример); *объединение предложений* (1 пример); *членение предложения* (1 пример); *транспозиция* (1 пример).

Таким образом, анализ показывает разнообразие подходов к переводу комических элементов, где каждый метод имеет свои преимущества и недостатки. Успешная адаптация юмора требует от переводчика гибкости и креативности, чтобы обеспечить сохранение комического эффекта для новой аудитории.

К. Д. Янушкевич

МАНИПУЛЯТИВНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ В ИСПАНОЯЗЫЧНОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Фразеологизмы представляют собой выразительные языковые конструкции. В политической коммуникации они выполняют стратегическую роль, служа инструментом влияния на массовое сознание. Фразеологизмы обладают способностью завуалировано передавать оценочную информацию, апеллировать к коллективному опыту и вызывать ассоциативные реакции. Благодаря этим свойствам они становятся мощным инструментом скрытого воздействия: они не только украшают речь, но и помогают управлять интерпретацией информации слушателями.

Во-первых, фразеологизмы усиливают риторический эффект, делая речь политиков более живой, запоминающейся и близкой к народу. В испанском языке выражения вроде *mano dura* ‘жёсткая рука’ или *tirar la toalla* ‘сдаться’ мгновенно вызывают нужные ассоциации и работают как маркеры силы или слабости, решительности или капитуляции.

Во-вторых, фразеологические единицы выполняют манипулятивную функцию, скрывая реальную суть политических решений за привычными формулами. Через идиомы и устойчивые выражения политики часто легитимизируют власть или, наоборот, дискредитируют оппонентов, не прибегая к прямым обвинениям. Фразеологизмы также структурируют политическую реальность: они помогают избирателям быстро ориентироваться в сложных вопросах за счёт метафор и аналогий. Например, *el pez grande se come al chico* ‘большая рыба съедает маленькую’ формирует восприятие экономического неравенства как естественного процесса.

Особенно стоит отметить, что в цифровую эпоху фразеологизмы получили вторую жизнь – в мемах, лозунгах, политической рекламе. Их краткость и выразительность идеально подходят для современного формата коммуникации.

Таким образом, фразеологизмы выполняют не просто стилистическую или выразительную функцию, но являются важным компонентом манипулятивной стратегии. Их использование усиливает эмоциональное воздействие, маскирует истинные намерения политиков и способствует конструированию выгодного для говорящего дискурса. Изучение фразеологизмов как средства манипуляции в испаноязычной политике позволяет глубже понять механизмы влияния и взаимодействия языка и власти.

Е. А. Яцкевич

ОБРАЗ ГУВЕРНАНТКИ В РОМАНЕ ЭНН БРОНТЕ «АГНЕС ГРЕЙ»

Должность гувернантки была одним из немногих возможных и подходящих вариантов для женщины в викторианской Англии, потому что несмотря на то, что гувернантка работала в чужом доме, она выполняла такие обязанности, которые традиционно считались женскими, занималась обучением и воспитанием детей. В тоже время положение гувернанток в обществе было маргинальным согласно теории “divided spheres” т. к. она была на грани мужской и женской сфер деятельности. Объяснение этому можно найти в том факте, что она, как и мужчина, получала деньги за свою работу и часто было основным лицом, которое обеспечивало свою семью, а как женщина она выполняла свои обязанности в домашней обстановке. Главной причиной желания работать гувернанткой обычно было сложное финансовое положение семьи, которое могло быть вызвано и серьёзными долгами, и смертью отца. В тоже время от гувернанток требовался хороший уровень образования, знание иностранных языков и базовой арифметики, умение рисовать, вышивать и играть на музыкальных инструментах.

На протяжении XIX века образ одинокой, несчастной, эксплуатируемой работодателями гувернантки занимал важное место в английской литературе. Большое количество авторов данной эпохи, опираясь на интерес общества к темам, связанным с воспитанием детей, включали в свои произведения гувернанток в качестве второстепенных, а иногда и главных героев. Благодаря таким писателям, как Уильям Теккерей, Шарлотта и Энн Бронте, в конце 1840-х годов произведения о гувернантках пользовались особой популярностью, что привело к формированию целого литературного поджанра романов под названием «governess novel».

Роман «Агнес Грей» (“Agness Grey,” 1847) талантливой английской писательницы Энн Бронте (1820–1849) повествует о жизни главной героини, Агнес Грей, которая из-за финансовых проблем в семье и ухудшения здоровья её отца принимает решение пойти работать гувернанткой сначала в семью богатого лавочника мистера Блумфилда, а затем в семью дворянина мистера Мэррей. В данном романе Энн Бронте отражает целый перечень проблем, с которыми сталкивались гувернантки в Викторианскую эпоху: сложности в поиске работы, низкая оплата, маргинальное и бесправное положение в обществе, неуважительное отношение со стороны родителей, детей и других слуг, невозможность устроить личную жизнь и сменить вид деятельности, высокие требования, предъявляемые к гувернантке со стороны нанимателей в плане образования, моральных качеств, знаний и умений. Энн Бронте создает в романе довольно интересный и реалистичный образ гувернантки, который во многих мелочах перекликается с её собственным опытом и впечатлениями от работы гувернанткой в семьях Ингхэм и Робинсон.

Е. В. Яцукевич

ЭМОЦИОНАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ В ТЕКСТЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМИ

Коммуникативным заданием эмоциональной информации в туристической рекламе в целом и опубликованной в журнале"Europe" в частности является формирование положительной оценки образа фирмы или услуги в сознании реципиента посредством разнообразных стилистических средств. Шире всего в данном типе медиатекста представлены такие эмоционально-оценочные средства, как прилагательные, которые являются одним из самых простых и наиболее распространенных носителей эмоциональной информации: прилагательные нейтрального уровня: *perfect, incredible, splendid, amazing, unique, great, interesting, good, fantastic;* прилагательные из молодежного сленга: *juicy, funky, fabulous, bizarre;* прилагательные с семантикой преувеличения/преуменьшения: *high-priced, low-cost.* Положительная оценка, которая выражается прилагательными, часто гиперболизирована. Для выражения гиперболы положительной оценки служат грамматические средства, такие как превосходная степень прилагательных, морфемы с семантикой усиления качества: *super - extra-,* а также наречия: *incredibly, too much, very.* Гипербола может быть выражена местоимениями с общей семантикой: *No-one throws a party quite like the Irish!* существительными высокой степени качества: *A visit to Palacio Real is a must with its incredible collection of art, treasures and statues.* Маркированным элементом в приведенном примере выступает лексема *must,* использованная в качестве существительного высокой степени качества. Средством экзотического обрамления текста туристической рекламы служат иностранные слова и выражения, которые отражают колорит определенной страны и оказывают эмоциональное воздействие на аудиторию: *the local 'Classico' wines"* - отсылка к испанским винам. Таким образом, выполняя функцию экзотического обрамления, иностранные слова подчеркивают международный статус рекламного текста и могут также содержать элементы когнитивно значимой информации: *Стамбул: две главные уловки нечестных таксистов - переключение на ночной тариф днем! Следите, чтобы на счетчике горело gűndűz, а не gece.* Мощным средством передачи эмоциональной информации в рекламе является также синтаксис. Одним из излюбленных приемов рекламы является повтор, как на уровне слова, так и на уровне словосочетания и предложения. Действуя на суггестивном уровне, повторы напоминает ведущие когнитивные компоненты. Так, в журнале "Europe" постоянно, в среднем 220 раз в одном номере, повторяется название компании *Topdeck* в различных предложениях и словосочетаниях: *Join Topdeck! Explore Topdeck!*

Таким образом, эмоциональная информация - важнейший компонент текстов туристической рекламы, и её передача при переводе оказывает особое воздействие на репрезентативность последнего.

БЕЛАРУСКАЯ МОВА І ЛІТАРАТУРА

А. У. Амрэйчык

ІНТЭРПРЭТАЦЫЯ МІФАЛАГІЧНЫХ АРХЕТЫПАЎ У БЕЛАРУСКАЙ І АНГЛІЙСКАЙ ПАЭЗІІ XIX СТАГОДДЗЯ

Архетып (першавобраз) – глыбінны культурны код, які перадаецца праз міфы і фальклор. Адрозненне паміж міфалогіяй і фальклорам палягае ў тым, што міф – гэта сакральныя веды пра свет і аб'ект веры, тым часам як фальклор – гэта мастацтва, то-бок мастацка-эстэтычнае адлюстраванне свету, і верыць у яго праўдзівасць неабавязкова. Фальклор базуецца на міфалогіі. Такім чынам, фальклор – гэта не толькі пазнейшая з'ява, але і адрозны ад міфалогіі феномен.

Паводле Карла Юнга, архетып немагчыма цалкам растлумачыць, бо ён укаранёны ў калектыўнай падсвядомасці. Прыклады ўніверсальных архетыпаў:

- Змей-разбуральнік (Ёрмунганд, Врытра, Цмок).
- Праваднік у свет мёртвых (Харон, Анубіс, валькіры).

У XIX стагоддзі рамантыкі, расчараваныя ідэямі рацыяналізма, звярнуліся да міфаў для адлюстравання духоўных і эстэтычных ідэалаў.

У беларускай літаратуры аўтары выкарыстоўвала ніжэйшую міфалогію і героямі іх твораў выступалі духі прыроды: вадзянікі, русалкі):

- «Дзяды» Міцкевіча – абрад звароту нябожчыкаў, вобразы нячысцікаў.
- «Сялянка» Дуніна-Марцінкевіча – фальклорныя персанажы і прымаўкі.

Мэта: перадача нацыянальнага светапогляду і гармоніі з прыродай.

Англамоўныя аўтары апіралася на класічную міфалогію (грэчаскія, рымскія вобразы):

- «Эндыміён» Кітса – міф пра каханне багіні Селены і смяротнага.
- «Праметэй вызвалены» Шэлі – сімвал бунту супраць тыраніі.

Мэта: даследаванне універсальных філасофскіх тэм (свабода, бунт, існаванне, сэнс жыцця).

Беларускія аўтары праз фальклорныя архетыпы падкрэслівалі сувязь з прыродай і нацыянальнай традыцыяй. Англійскія рамантыкі ўжывалі класічныя міфы для філасофскіх абстракцый. Абедзве традыцыі ўзбагацілі паэзію, стварылі класічныя ўзорныя творы, адлюстроўваючы нацыянальную ідэнтычнасць і самабытнасць праз адаптаванне архетыпаў у культурным кантэксце.

А. П. Варанецкая

ПЕРАКЛАД АРХАІЧНЫХ ГРАМАТЫЧНЫХ ФОРМ У ПАЭТЫЧНЫМ ДЫСКУРСЕ

У сучасны момант архаічныя граматычныя формы выкарыстоўваюцца ў літаратуры як сродак стылізацыі, які надае творам асаблівы характар і рытм, узмацняе эстытычнае і эмацыйнае ўздзеянне на чытача, спрыяе захаванню моўнай аўтэнтычнасці і культурнай самабытнасці, але адначасова яны з'яўляюцца і перакладчыцкай праблемай.

Мэта даследавання – выявіць спосабы перакладу архаічных граматычных формаў у паэтычным дыскурсе. Аб'ект даследавання – эквіваленты архаічных дзеяслоўных форм ў перакладзе на англійскую мову. Даследаванне выканана на матэрыяле перакладзенага на англійскую мову паэтычнага зборніка «Ксты» Рыгора Барадуліна.

Адметным з'яўляецца тое, што ўжытыя ў вершах Р. Барадуліна архаічныя формы дзеясловаў, якія і сёння выкарыстоўваюцца ў некаторых беларускіх дыялектах, з'яўляюцца кампрэсіўным сродкам рытмічнай арганізацыі верша, а таксама спрыяюць стварэнню непаўторнага аўтарскага стылю: ***Дрыжэцьмем*** */ Над сваёй глухой пасцеллю* / ***Узводзьма*** *ў сэрцах / Госпаду храмы*.

Фактычным матэрыялам даследавання паслужылі 19 архаічных дзеяслоўных формаў. У англійскай мове яны перададзены, напрыклад, наступным чынам: ***Пілнаваціся*** *кожны мусіць Роднага Бога, /* ***Пілнаваціся*** *кожны мусіць Роднай зямлі. / Не цяплее душа / Ля цяпельца чужога, / Каласіцца туга / На чужой араллі. – Every person* ***should keep*** */ To his native God. / He* ***should keep*** */ To his native land. / As your soul will never get any warmer / By the stranger's fire again. / Only sorrow can shoot into ears / In the field of an alien;* ***Трывацьме*** *на зямлі каменны век, / Пакуль на сэрцы / Камень носіць чалавек. – The Stone Age* ***will keep living*** */ on Earth, / Because a man / Has harbored a grudge since the birth; Мелкія ў суцяшэння кішэні, / Хто не клаў у іх, той дастае. /* ***Узвышаймася.*** */ Бо на ўзвышэнне / Вышыні ў нябёсаў стае! – Solace has shallow pockets / And those, who did not fill them up, / Prefer to make them empty. /* ***So let us raise ourselves*** */ As only within that raise / The skies lack their height.*

Такім чынам, паэтычны зборнік Р. Барадуліна «Ксты» — выразны ўзор духоўнай лірыкі, крыніца надзвычайнай колькасці адметных словаформаў. Даследаванне асаблівасцяў перакладу архаічных граматычных адзінак на англійскую мову дазваляе адзначыць, што часцей за ўсё пры перадачы дзеяўслоўных формаў у мове перакладу выкарыстоўваюцца адпаведныя аналітычныя формы дзеяслова, а таксама ў складзе мадальных канструкцый. Стылістычна-прагматычны патэнцыял архаічных дзеяслоўных формаў у перакладзе не рэалізуецца.

Д. В. Гаўрыловіч

БЕЛАРУСКАМОЎНЫЯ ДЫМІНУТЫВЫ ЯК СРОДАК ПРАГМАТЫКОНУ Ў ДЫСКУРСЕ МЕСЕНДЖАРАЎ

Для сучасных інтэрнэт-зносін характэрны хуткі абмен інфармацыяй, які патрабуе спецыфічных форм. Адной з іх з'яўляюцца стыкеры, якія маюць шэраг адметных моўных сродкаў. Мэта даследавання – выявіць функцыянальна-прагматычны патэнцыял дымінутываў у кантэксце месенджараў. Матэрыял даследавання – беларускамоўныя дымінутывы ў месенджары «Viber».

Дымінутыў – гэта суб'ектыўна-ацэначная, памяншальна-ласкальная, лексічная адзінка мовы. Наяўнасць дымінутываў – маркер гутарковага маўлення. Памяншальныя формы слоў не толькі надаюць зносінам эмацыйную афарбоўку, але і служаць важным сродкам прагматыкону – сукупнасці фактараў, якія ўплываюць на змест і інтэрпрэтацыю паведамленняў. Дымінутывы, як правіла, выкарыстоўваюцца для стварэння больш цёплай і прыязнай атмасферы ў размове *(здароўкі, топчык, ты маё сонейка, падабайка, пакулькі)*.

Выкарыстанне дымінутываў дазваляе кампенсаваць недахоп непасрэдных зносін, ствараючы атмасферу даверу і блізкасці. Акрамя таго, яны могуць выконваць функцыю зніжэння напружанасці ў зносінах. У сітуацыях, калі абмяркоўваюцца далікатныя тэмы або ўзнікаюць канфлікты, памяншальныя формы дапамагаюць змякчыць катэгарычнасць меркаванняў і зрабіць іх менш агрэсіўнымі. Напрыклад, фразы *калі ласачка*, *дабраначкі* гучаць значна мякчэй, чым *калі ласка*, *дабранач*. Такім чынам, дымінутывы становяцца інструментам кіравання эмоцыямі як моўцы, так і слухача. Разам з тым, іх выкарыстанне не заўсёды апраўданае. У залежнасці ад кантэксту і адносін паміж камунікантамі, яны могуць успрымацца як недарэчныя ці нават прыніжальныя. Напрыклад, зварот да калегі па працы з выкарыстаннем памяншальнай формы можа выклікаць незадаволенасць і ўспрымацца як непавага. Таму важна ўлічваць прагматычныя аспекты зносін: сацыяльны статус суразмоўцы, кантэкст размовы і яго эмацыйную афарбоўку.

Такім чынам, дымінутывы ў дыскурсе месенджараў ўяўляюць сабой унікальны сродак стварэння эмацыйнай сувязі і кіравання атмасферай зносін паміж камунікантамі. Іх выкарыстанне дазваляе перадаваць не толькі інфармацыю, але і пачуцці, што асабліва важна ва ўмовах лічбавай камунікацыі.

Д. С. Грыгарук

ГЕНЕРАЛІЗАЦЫЯ ЯК СПОСАБ ЭЛІМІНАЦЫІ ЛАКУН
(на матэрыяле перакладу на кітайскую мову аповесці В. Быкава «Знак бяды»)

Лінгвакультурная лексіка – аспект мовы, які адлюстроўвае адсутнасць пэўных рэалій у мове пэўнай культуры або сацыяльнай групы і патрабуе прымянення розных перакладчыцкіх стратэгій для іх перадачы. **Мэтай** даследавання з'яўляецца выяўленне перакладчыцкага патэнцыялу генералізацыі як спосабу элімінацыі лакун. **Аб'ектам даследавання** з'яўляюцца 67 беларускіх лакунарных адзінак (з 273), перакладзеных з выкарыстаннем генералізацыі на кітайскую мову. **Матэрыялам даследавання** выступіла аповесць Васіля Быкава «Знак бяды» і яе пераклад на кітайскую мову.

Генералізацыя з'яўляецца адным з найбольш частотных спосабаў элімінацыі лінгвакультурных лакун і ўяўляе сабой замену паняцця з больш абмежаваным аб'ёмам і больш складаным зместам зыходнага тэксту паняццем з больш шырокім аб'ёмам, але менш складаным, менш канкрэтным зместам. Так, у сказе *Сцепаніда стаяла, нагнуўшыся над сінім* ***куфрам****... –* ***斯捷潘尼达弯下身子, 站在一只****蓝色的****箱子旁边*** эквівалентам слова *куфар* стала слова ***箱子*** 'скрынка, чамадан'. Паводле талумачальнага слоўніка, два словы *скрынка* і *чамадан* адрозніваюцца спосабам выкарыстання: *скрынка* – 'прадмет, які складаецца з чатырох сценак і днішча, зробленых з дошак, фанеры, металу і інш. (звычайна з вечкам), і служыць для захоўвання, укладвання і пераносу чаго-небудзь'; *куфар* – 'вялікая скрынка з векам і замком для захоўвання тканіны, адзежы, каштоўнасцей'. У гэтым выпадку генералізацыя не адлюстроўвае розніцы выкарыстання і памераў двух прадметаў, але не выклікае цяжкасцяў для разумення тэксту.

Яшчэ адным прыкладам выкарыстання генералізацыі з'яўляецца слова ***木桶***'кадка, бочка', якое замяніла назвы чатырох відаў бочак: *кадка, кубёлак, цабэрак і чан.* Паводле тлумачальнага слоўніка, *кадка* – 'драўляная пасудзіна з клёпак, сцягнутых абручамі, для захоўвання розных сельскагаспадарчых прадуктаў'; *кубёлак* – 'дзежка з вушкамі і векам, звычайна для захоўвання прадуктаў і рэчаў'; *цабэрак* – 'шырокая круглая драўляная пасудзіна з клёпак з двума вушкамі'; *чан* – 'вялікая драўляная ці металічная пасудзіна, якая формай нагадвае бак, бочку'. Знешні выгляд і функцыянальнае прызначэнне чатырох прадметаў прыкладна аднолькавае, таму ўжыванне ў гэтым выпадку генералізацыі можна лічыць абгрунтаваным.

Такім чынам, асноўным недахопам генералізацыі з'яўляецца страта культурных асаблівасцей, а перавагай – стварэнне больш простых і абагульненых мадэляў, якія палягчаюць разуменне не толькі складаных сістэм, але і іншай культуры.

А. В. Духовіч

АДМЕТНАСЦІ ГІСТАРЫЗМУ Ў РАМАНЕ “КАЛАСЫ ПАД СЯРПОМ ТВАІМ” У. КАРАТКЕВІЧА І “ПАЧВАРНАЯ ГЕРЦАГІНЯ” Л. ФЕЙХТВАНГЕРА

Пытанне аб асаблівасцях развіцця гістарычнага рамана як жанру ў беларускай і нямецкай літаратурах знаходзіцца ў фокусе ўвагі даследчыкаў ужо працяглы час і застаецца актуальным у XXI ст. Параўнальнае вывучэнне раманаў У. Караткевіча „Каласы пад сярпом тваім“ (1965) і Ліёна Фейхтвангера „Пачварная герцагіня“ (1923) упершыню прадпрымаецца ў дадзеным даследаванні.

Як вядома, гістарычны раман уяўляе сабой сінтэз гістарычнай праўды з элементамі домыслу. Ён з'яўляецца адначасова гістарычным і культурным фактам эпохі, а таксама актам біяграфіі пісьменніка. Гістарычны падыход дазваляе інтэрпрэтаваць твор і пашырыць яго ўспрыняцце.

Параўнальны аналіз раманаў выявіў як падобныя, так і адметныя рысы ў мастацкім падыходзе да адлюстравання гістарызму. Агульнымі з'яўляюцца ўвага да гістарычнай дакладнасці, выкарыстанне рэальных падзей і асоб, імкненне паказаць гісторыю праз прызму асабістых перажыванняў герояў.

Сярод адметнасцей беларускага гістарызму выяўляецца глыбокая сувязь з нацыянальнай гісторыяй і культурай, што што выразна прасочваецца ў апісанні беларускіх традыцый, абрадаў і асаблівасцей жыцця. Гэта выклікана імкненнем захаваць і падкрэсліць нацыянальную ідэнтычнасць.

У рамане „Каласы пад сярпом тваім“ У. Караткевіч акцэнтуе ўвагу на гераічных аспектах беларускай гісторыі, адлюстроўваючы ўстойлівасць і мужнасць свайго народа. Л. Фейхтвангер у рамане “Пачварная герцагіня“ выкарыстоўвае гістарычны кантэкст для даследавання чалавечай псіхалогіі і сацыяльных механізмаў улады.

Творчая індывідуальнасць У. Караткевіча праяўляецца праз глыбокую любоў да радзімы, выказванне праз творы нацыянальных каштоўнасцей і ідэалаў. Асаблівасці стылю Л. Фейхтвангера – псіхалагічная глыбіня персанажаў, іранічны падыход да апісання гісторыі і крытычны погляд на грамадства.

Абодва раманы паказваюць, што літаратурны твор можа служыць не толькі эстэтычнай крыніцай, але і крыніцай ведаў пра мінулае і натхненнем для сучаснасці. Беларуская і еўрапейская гістарычная проза XX ст. з'яўляецца шырокім полем для далейшых даследаванняў, адлюстроўваючы нацыянальныя асаблівасці і агульначалавечыя каштоўнасці.

Д. М. Жураўлевіч

АДМЕТНАСЦІ ЛЕКСІЧНЫХ ТРАНСФАРМАЦЫЙ ПРЫ ПЕРАКЛАДЗЕ ФІЛЬМА "ХАЦІКА" НА БЕЛАРУСКУЮ МОВУ

Развіццё сучасных аўдыявізуальных сродкаў масавай інфармацыі і павышаная цікавасць да замежнага кінематографа ствараюць патрэбу лінгвістычных даследаванняў, скіраваных на вывучэнне перакладу кінатэкстаў з англійскай мовы на беларускую ў параўнальным аспекце. Адным з найбольш важных і малавывучаных пытанняў у гэтай галіне з'яўляецца аналіз лексічных трансфармацый. Такія трансфармацыі адлюстроўваюць не толькі моўныя асаблівасці, але і культурную спецыфіку арыгіналу і мовы перакладу.

Мэтай даследавання з'яўляецца вызначэнне асаблівасцей лексічных пераўтварэнняў пры перакладзе дыялогаў фільма "Хаціка" на беларускую мову. У якасці матэрыялу для аналізу абраны беларускі дубляж амерыканскай драмы. Асаблівая ўвага ў працы надаецца перадачы эмацыйна афарбаванай лексікі, ідыяматычных выразаў і імёнаў уласных. Праведзенае даследаванне дазваляе вылучыць 12 відаў трансфармацый (42 адзінкі), самымі частотнымі з якіх з'яўляюцца :

1) Калькаванне – 23,53 %: *Time will tell* – 'Час пакажа'.

2) Эксплікацыя – 17,65 %: *I bought a hot dog.* – 'Я купіў сасіску ў булачцы.' Дадзены метад дазволіў растлумачыць незнаёмае паняцце.

3) Канкрэтызацыя – 29,41 %: *The professor gave him food.* – 'Прафесар даў яму кавалак мяса.' Такі падыход робіць пераклад больш дакладным.

4) Антанімічны пераклад – 17,65 %: *Don't forget about Hachiko!* – 'Памятай пра Хаціка!' Змена структуры фразы пры захаванні сэнсу.

5) Мадуляцыя – 11,76 %: *Every day he waited at the same spot.* – 'Штодня ён чакаў на тым самым месцы, нібы спадзеючыся на сустрэчу.' Адаптацыя сэнсу да культурных асаблівасцей.

У выніку аналізу выяўлена, што кожны з гэтых метадаў мае важнае значэнне для стварэння якаснага перакладу. Пры перакладзе фільма "Хаціка" асаблівую ролю адыгрывае захаванне эмацыйнай глыбіні, што дасягаецца дзякуючы камбінацыі розных лексічных трансфармацый. Гэта пацвярджае, што перакладчык павінен валодаць не толькі моўнай кампетэнцыяй, але і разуменнем культурнага кантэксту.

В. А. Зубрык

ПОЎНЫЯ ФРАЗЕАЛАГІЧНЫЯ ЭКВІВАЛЕНТЫ З КАМПАРАТЫЎНЫМ КАМПАНЕНТАМ У БЕЛАРУСКАЙ, АНГЛІЙСКАЙ І ІСПАНСКАЙ МОВАХ

Навуковае даследаванне прысвечана параўнальнаму аналізу структурна-семантычных уласцівасцей фразеалагізмаў з кампаратыўным кампанентам (далей – ФКК) у беларускай, англійскай і іспанскай мовах. З фразеалагічных

слоўнікаў метадам суцэльнай выбаркі адабрана 51 беларускі, 94 англійскія, 274 іспанскія ФКК. На аснове супастаўлення іх структуры, семантыкі, лексічнага складу і вобразнасці сярод іх выяўлена 31 ФКК, якія можна аднесці да поўных эквівалентаў.

Поўныя фразеалагічныя эквіваленты можна размеркаваць па наступных групах:

1. Выражэнне вышэйшай ступені якасці / аптымальнага стану: у беларускай (*як не трэба лепш*) і англійскай (*couldn't be better*) мовах часта выкарыстоўваюцца канструкцыі з мадальнасцю і адмаўленнем. Іспанская мова дэманструе граматычна больш лаканічную форму (*mejor imposible*).

2. Акрэсленне межаў: для значэння ‘не больш чым’ у беларускай мове ўжываецца ўзмацняльная часціца (*сама болей*), у англійскай (*at most*) і іспанскай (*a lo más*) – прыназоўнікавыя структуры. Для выражэння семантыкі ‘не менш чым’ характэрна часціца ў беларускай (*сама меней*), прыназоўнік у англійскай (*at least*) і адвербіяльная фраза ў іспанскай (*cuando menos / por lo menos*).

3. Дадатак і ўзмацненне: пры выражэнні дадатковай інфармацыі ў беларускай мове выкарыстоўваецца прыслоўе з займеннікам (*болей таго*), англійскай – канструкцыя *what's more*, іспанскай – спалучэнне дзеяслова і прыслоўя (*es más*). З ўзмацняльнай функцыяй у беларускай мове камбінуецца займеннік з прыслоўем (*тым больш*), у англійскай – канструкцыя з квантыфікатарам і артыклем (*all the more*), у іспанскай – два прыслоўі (*tanto más*).

4. Выражэнне прыблізнасці і дакладнасці: для перадачы прыблізнасці ўсе тры мовы дэманструюць структурнае падабенства (*больш-менш, more or less, más o menos*). Для выражэння дакладнасці ў беларускай і іспанскай мовах характэрна двайное адмаўленне (*ні больш ні менш*, *ні más ні menos*), у англійскай – парны злучнік (*neither more nor less*).

5. Метафарычныя фразеалагізмы. Вобразная аснова многіх ФКК мае ўніверсальны характар. Ідэя ‘слабага месца’ рэалізуецца праз падобныя вобразы: *самае балючае месца*, *the most painful place*, *el punto más doloroso*. Канцэпт ‘выбару найлягчэйшага шляху’ мае падобную структурную арганізацыю: *ісці па лініі найменшага супраціўлення*, *take the path of least resistance*, *seguir el camino de menor esfuerzo*.

6. Фразеалагізмы з культурным кампанентам. Адзначаны адзінкі, якія маюць падобную граматычную структуру параўнання і нясуць выразны культурны, часта іранічны, сэнс (*святейшы за Папу Рымскага*, *holier than the Pope*, *más papista que el Papa*).

А. Д. Іванюшава

СЕМАНТЫКА МАДАЛЬНАСЦІ НЕАБХОДНАСЦІ ПАРЭМІЙ З КАМПАНЕНТАМ *ТРЭБА* Ў БЕЛАРУСКАЙ МОВЕ

Даследаванне прысвечана аналізу беларускіх парэмій з канструкцыяй *трэба + інфінітыў*. Мэта даследавання – выявіць аб'ём семантыкі мадальнасці неабходнасці ў беларускіх парэміях з кампанентам *трэба*. Фактычным матэрыялам паслужылі 130 парэміялагічных адзінак, вылучаных метадам суцэльнай выбаркі са зборніка «Прыказкі і прымаўкі» ў 2-х кнігах пад рэдакцыяй М. Я. Грынблата.

Мадальнае значэнне неабходнасці перадае непазбежнае і безальтэрнатыўнае пераўтварэнне патэнцыйнага ў актуальнае. Патэнцыйнасць, у выпадку даследаванай канструкцыі, выражана лексічна, з дапамогай безасабовага прэдыкатыва *трэба*: *Каб зварыць страву,* ***трэба*** *пасячы старую лаву;* ***Трэба*** *ўлетку назбіраць, каб зімою было што жаваць*; *Каля пекла жывучы, то* ***трэба*** *і чорта за кума папрасіць; Не* ***трэба*** *таму богу маліцца, які на цябе не глядзіць; Не* ***трэба*** *песціць, як ёсць, дзе змесціць; Не век дзеўкай дзевацца,* ***трэба*** *шчасця папытаць; Мы не папы, не ксяндзы, нам не* ***трэба*** *спавядацца; Прадаць – адны лапці стаптаць, купіць –* ***трэба*** *дзесяць знасіць; Каб у пашане быць,* ***трэба*** *працу любіць*. Дзеянне ў такіх прыказках прадстаўлена як патэнцыйнае. Сінтаксема з кампанентам *трэба* не азначае той факт, што дзеянне варта рабіць абавязкова, толькі чалавеку, які жадае *у пашане быць*, неабходна *працу любіць*. Такім чынам, семантыку спалучэння *трэба + інфінітыў* можна лічыць адпаведнай мэтазгоднаму выкананню дзеяння, якое паспрыяе дасягненню мэты, якая суадносіцца з суб'ектам і яго інтарэсамі, а таму і заслугоўвае намаганняў. Іншымі словамі, безасабова-прэдыкатыўнае слова *трэба* ўключае ў сябе сінтэз магчымасці, пажаданасці і неабходнасці, тым самым выражае запатрабаванасць дзеяння.

Абодва кампаненты канструкцыі з'яўляюцца безасабовымі і фіксуюць толькі стан неабходнасці, а не абавязковасць дзеяння ці адказнасць за яго выкананне: ***Трэба*** *знаць, дзе што сказаць; А людзям* ***трэба*** *людзьмі жыць; Не ганіся за чужым, не* ***трэба*** *будзець плаціць сваім; Калі хоч хлеб меці, то* ***трэба*** *зямліцы глядзеці; Хочаш грыбоў набраць –* ***трэба*** *рана устаць; Замуж выйсці –* ***трэба*** *знаці: позна легчы, рана ўстаці; Як стары ў двары, то не* ***трэба*** *дзяржаць сабаку – ён усіх аббрэша; Хто не знае, таму і знаць не* ***трэба***. Гэта сведчыць пра тое, што дзеянне знаходзіцца ў полі неабліга-торнасці і неакцыянальнасці, а мадальныя катэгорыі неабходнасці прадстаўлены незалежнымі ад суб'екта.

У. В. Іваскевіч

ФРАЗЕАЛАГІЧНЫЯ АДЗІНКІ З КАМПАНЕНТАМ *БРАТ* У БЕЛАРУСКАЙ І КІТАЙСКАЙ МОВАХ

Моўная карціна свету кожнага народа з'яўляецца адлюстраваннем нацыянальнага менталітэту. Фразеалагізмы як сродак рэпрэзентацыі карціны свету змяшчаюць у сабе фрагменты культуры, захаванай пакаленнямі. Фразеалагічныя адзінкі (далей – ФА) з'яўляюцца сродкам адлюстравання асаблівасцей нацыянальнага светапогляду. Даследаванне прысвечана **праблеме** супастаўлення карцін свету беларускага і кітайскага народаў праз фразеалогію. **Мэта** даследавання – выяўленне ўнікальных і ўніверсальных канцэптуальных прымет нацыянальнага менталітэту праз прызму фрагмента сваяцкіх адносін на матэрыяле ФА з кампанентам *брат*. **Аб'ектам** з'яўляюцца ФА з кампанентам *брат*, выбраныя з беларускіх і кітайскіх парэміялагічных слоўнікаў.

ФА выяўляюць стаўленне кожнага народа да сваяцкіх адносін. Напрыклад, фразеалагічныя адзінкі *свой брат* і *如兄如弟* ‘быць ў добрых і блізкіх адносінах’, або *称兄道弟* ‘называць адзін аднаго пабрацімамі’ адлюстроўваюць фізічную ці духоўную блізкасць, блізкасць паводле поглядаў, што не абавязкова азначае кроўную сувязь.

У іншых выпадках выяўляюцца асаблівыя рысы абедзвюх фразеалагічных сістэм. Адзінкі *на брата* ‘кожнаму, на кожнага’ , *сам чорт не брат* ‘абсалютна чужы чалавек’, не маюць дакладных эквівалентаў з тым жа кампанентам. Фразеалагізмы *ваш брат*, *іхні брат* дэманструюць такія традыцыі, уласцівыя славянскім народам, як роўнасць паміж людзьмі, падзел на сваіх або чужых.

Кітайская фразеалогія часцей за ўсё адлюстроўвае канфуцыянскія каштоўнасці, якія замацоўваюць строгую іерархію ўнутры роду, узводзяць сям’ю ў культ. Напрыклад, *兄友弟恭* ‘старэйшы брат добры, малодшы пачцівы’, *兄肥弟瘦*ахвяраваць сабой дзеля выратавання блізкага’, *兄终弟及* ‘пераход спадчыны ад брата да брата’. У кітайскай фразеалогіі спалучэнні са старэйшым і малодшым братамі прэзентуюць іерархічную мадэль адносін: старэйшы выступае апекуном, малодшы - пакорлівым і адданым. Гэта з'яўляецца праекцыяй дынастычнай мадэлі на звычайную сям'ю. У старажытным Кітаі такім чынам перадавалася не толькі маёмасць, але і адказнасць за род.

Такім чынам, у абедзвюх мовах кампанент *брат* выкарыстоўваецца для адлюстравання блізкасці, не заўсёды кроўнай. У беларускай мове ФА дэманструюць ідэю роўнасці, людзей блізкіх па духу або роду заняткаў. У кітайскай моўнай карціне значэнне гэтага кампанента ў фразеалагізмах адлюстроўвае іерархічнасць, гістарычную пераемнасць і канфуцыянскую традыцыю.

С. І. Калеснікава

САЦЫЯЛЬНЫЯ СТЭРЭАТЫПЫ СТАРАСЦІ Ў БЕЛАРУСКАЙ І КІТАЙСКАЙ ЛІНГВАКУЛЬТУРАХ
(на матэрыяле фразеалагічных адзінак)

Стаўленне да старасці з'яўляецца важным элементам нацыянальнай культурнай свядомасці. Мэта даследавання – выявіць і параўнаць асаблівасці стаўлення да старасці ў беларускай і кітайскай лінгвакультурах шляхам аналізу парэміялагічных адзінак. Усяго прааналізавана 136 адзінак, якія адлюстроўваюць узроставыя стэрэатыпы старасці, сярод іх 96 беларускіх парэмій (прыказкі, прымаўкі, жарты, каламбуры і інш.) і 40 кітайскіх чэньюй.

У ходзе даследавання намі вылучаны наступныя параметры стэрэатыпізацыі паводле стаўлення да старасці:

1) Мудрасць старасці. *Стары гаворыць — гародзіць, ды на праўду выходзіць; Маладосць плячамі дужэй, а старасць галавою; 发短心长* ‘з узростам станавіцца мудрэйшым ’; *老气横秋* ‘выхваляцца сваёй старасцю і вопытнасцю’. Аднак узрост сам па сабе не заўсёды гарантуе наяўнасць жыццёвай мудрасці, напрыклад: *Бэйбусам вырас, ды розуму не вынес; Ужо сівы, а ў галаве пуста; Барада па пояс, а розуму ні на волас*. У кітайскім парэміялагічным фондзе адзначаны адзінкавыя парэміі падобнага зместу*: 晚节不保* ‘грашыць на старасці гадоў’; *老糊涂了* ‘страціць розум ад старасці’.

2) Духоўнае абнаўленне ў старасці. Ва ўсходняй філасофіі старэйшы ўзрост часта лічыцца часам найвышэйшай духоўнай мудрасці: *返老还童* ‘вярнуць сабе сілу і бадзёрасць маладосці’; *鹤发童颜* ‘бадзёры, поўны сіл пажылы чалавек’; *老蚕作茧* ‘пажылы чалавек, які імкнецца да лепшага’. У беларускім парэміялагічным фондзе адзначаны толькі адзінкавыя падобныя парэміі: *Сівізна не ўкарызна.*

3) Знешнія прыкметы перыяду старэння. Знешнасць пажылых людзей у кітайскай мове часта апісваецца як прыродная прыкмета ўзросту:*庞眉皓发* ‘махнатыя бровы, сівыя валасы’, *鹤发鸡皮* ‘курыная скура і жураўліныя (белыя) валасы’. У беларускай жа традыцыі пераважае іранічны тон: *Старасць нікога не красіць*; *Аблезлы як стары грыб*; *Сівы як лунь*. Вобразы птушак (журавель у Кітаі і лунь у Беларусі) служаць культурнымі маркерамі старэння.

4) Старасць і аслабленне фізічных здольнасцей. *Прыйдзе старасць — прыйдзе і слабасць; Укаталі сіўку крутыя горкі; Калі б была маладая, з калена вады дастала;老态龙钟* ‘лядашчасць старога ’; *糟老头子* ‘корч стары’.

5) Кансерватызм поглядаў людзей пажылога ўзросту. *Не вучы старога ката смятанку злізваць; Старога вучыць — толькі тапіць; Старога вучыць, як памёршага лячыць; Не вучы дзядулю кашляць.*У кітайскім парэміялагічным фондзе мы знайшлі толькі адну парэмію, якая адпавядае гэтаму стэрэатыпу:

姜桂之行 ‘упартасць старога’.

Такім чынам, для абедзвюх лінгвакультур характэрна асацыяцыя старасці з вопытам і аўтарытэтам. Фізічныя і кагнітыўныя змены, якія прыходзяць са старасцю, часта падкрэсліваюцца ў парэміях абедзвюх моў. Тэндэнцыю да кансерватыўнасці пажылых людзей можна прасачыць як у беларускай, так і ў кітайскай лінгвістычнай традыцыі. Пры гэтым у кітайскай мове сустракаецца больш прыкладаў пра старасць як перыяд духоўнага адраджэння, а у беларускай мове больш парэміялагічных адзінак, якія паказваюць крытычные стаўленне да пажылых людзей.

Е. Д. Кочнева

ПРАБЛЕМЫ ПЕРАКЛАДУ АДЛЮСТРАВАНЫХ У КІТАЙСКАЙ ПАЭЗІІ РЭАЛІЙ НА РУСКУЮ І БЕЛАРУСКУЮ МОВЫ

Кожнаму народу ўласцівая свая ўнікальная карціна свету, якая складаецца пад уздзеяннем яго гістарычнага, культурнага і сацыяльнага кантэксту. У выніку некаторыя з'явы і аспекты штодзённага жыцця з'яўляюцца незнаёмымі прадстаўнікам іншых культур і не маюць аналагаў у мове перакладу. Найбольш частым азначэннем дадзеных лексічных адзінак з'яўляецца «рэалія».

У дадзеным даследаванні разглядаюцца рэаліі, адлюстраваныя ў творах кітайскіх пісьменнікаў Лі Бо і Ду Фу і перакладах іх твораў на рускую і беларускую мовы ў параўнальным аспекце. Пры аналізе трох зборнікаў вершаў на беларускай мове былі адабраны і разгледжаны 265 рэалій, а таксама іх пераклады на рускую і беларускую мовы ў васьмі зборніках вершаў, агульная колькасць адзінак з якіх – 519. Ніжэй прадстаўлены вынікі аналізу трох найбольш вялікіх груп рэалій і самых частых спосабаў іх перакладу.

1) Анамастычныя рэаліі, 121 адзінка. Зборнікі на беларускай мове: транскрыпцыя – 44,6 %, калькаванне – 14,9 %, каментарый – 40,5 %. Прыклад: *齐鲁* ‘Цы і Лу’: *Цы да Лу* (транскрыпцыя). Зборнікі на рускай мове: тран-скрыпцыя – 34,13%, сумяшчальны з транскрыпцыяй – 26,98%, калькаванне – 12,7%, каментарый – 26,98%. Прыклад: *齐鲁* ‘Цы і Лу’: *Ци и Лу* (транскрып-цыя).

2) Геаграфічныя рэаліі, 31 адзінка. Зборнікі на бел. м.: даслоўны пераклад – 45,16 %, генералізацыя – 32,26 %, каментарый – 9,68 %. *杜鹃花* ‘азалія’: *кветкі* (генералізацыя), *зязюліна кветка* (калькаванне). Зборнікі на рус. м.: даслоўны пераклад – 55 %, генералізацыя – 20 %, каментарый – 13,64 %. *杜鹃花* ‘азалія’: *цветы* (генералізацыя), *кукушкин цветок, кукушкин цвет* (калькаванне).

3) Этнаграфічныя рэаліі, 67 адзінак. Зборнікі на бел. м.: калькаванне – 20,9 %, даслоўны – 19,4 %, генералізацыя – 19,4 %, апісальны – 17,91 %, каментарый – 10,45 %. Прыклад: *画省* ‘распісная палата (вобр. аб палатах […] дын. Хань)’: *зала скрыжаляў* (апісальны), *у пакоях тых распісных *Маецца на ўвазе […]* (калькаванне і каментарый). Зборнікі на рус. м.:

даслоўны – 31,82 %, калькаванне – 25,76 %, апушчэнне – 15,15 %, каментарый – 6,06%. Прыклад: *画省* ‘распісная палата’: *зала скрижалей* (апісальны), *расписная палата* (калькаванне).

На падставе праведзенага аналізу можна зрабіць выснову аб тым, што на сучасным этапе перакладаў вершаў з кітайскай мовы як беларускія, так і расійскія перакладчыкі часцей выкарыстоўваюць прыёмы, якія дазваляюць захаваць спецыфіку кітайскіх рэалій, шырока выкарыстоўваюць каментарый. Адносна часта выкарыстоўваецца генералізацыя, якая падладжвае тэкст арыгінала пад рэчаіснасць беларускай лінгвакультуры, радзей – апушчэнне рэаліі. Істотных адрозненняў у выбары трансфармацый пры перакладзе на рускую і беларускую мовы выяўлена не было. Адрозненні ў спосабах перакладу заўважны пры параўнанні перакладаў у розных зборніках і серыях зборнікаў.

П. А. Лабкоўская

ПРАБЛЕМА ДАЧЫНЕННЯЎ СВЯТАРА І ЎЛАДЫ Ў БЕЛАРУСКАЙ І АНГЛІЙСКАЙ ПАРЭМІЯЛОГІІ

Даследванне прысвечана аналізу парэміялагічнага стэрэатыпу святара ў беларускай і англійскай лінгвакультурах. З парэміялагічных слоўнікаў было выбрана і прааналізавана 47 беларускіх і 24 англійскія парэміі. З іх адабраны тыя, што рэпрэзентуюць праблему дачыненняў святара да ўлады.

Стэрыатып святара — шматгранны і супярэчлівы, адлюстроўвае складанае стаўленне народа да прадстаўнікоў духавенства. Былі выдзелены некалькі семантычных груп:

1) рэфармаванне. Беларуская прыказка *Новы поп, дык новае маленне* падкрэслівае, што новы *святар* уводзіць новыя ўстоі і законы для парафіян.

2) беспакаранасць. Прыказка *Поп саграшыў, а дзяка вешаюць* сведчыць пра перакананасць народа ў тым, што святар, уплывовы чалавек, заўсёды выйдзе сухім з вады, а адказнасць за яго грахі нясе той, хто знаходзіцца ў падпарадкаваным становішчы

3) маральныя якасці. *A saint abroad, and a devil at home* – так кажуць пра святароў, якія жорстка адносяцца да сваіх жонак і дзяцей дома і карыстаюцца сваім становішчам у соцыуме.

4) прага ўлады. *Three helping one another: a farmer, a doctor and a parson*. *Папоўскія вочы за сяло глядзяць*. *A good shepherd shears his sheep, he does not skin them.*

5) паказная набожнасць. *Many go to church to see and to be seen* – прыклад таго, што людзі наведваюць царкву, каб быць убачанымі святаром і як вынік пабудаваць добрыя адносіны і атрымаць падтрымку ў пэўны час.

6) прыклад для пераймання. *Які поп, такі і прыход. As the priest is, so are the people* адлюстроўвае, што паводзіны, перакананасці і каштоўнасці аўтарытэтнай фігуры святара істотна ўплываюць на паводзіны і характар яго

прыхаджан.

Даследаванне паказала, што ў абедзвюх лігвакультурах святар адыгрывае важную ролю у грамадстве, мае значную ўладу, але і знаходзіцца пад націскам звычайных чалавечых грахоў.

Г. С. Літош

ПРАБЛЕМЫ ПЕРАКЛАДУ АДЛЮСТРАВАНЫХ У ПАЭЗІІ ЛІ ЦІНЧЖАА КІТАЙСКІХ РЭАЛІЙ НА БЕЛАРУСКУЮ МОВУ

Пераклад мастацкіх твораў патрабуе не толькі перадачы сэнсавага зместу арыгіналу, але і захавання культурна-спецыфічных рэалій, што стварае пэўныя цяжкасці. Існуе шмат вызначэнняў тэрміна рэалія (В. С. Ахманава, 2002; С. Влахаў, С. Флорын, 1986; Г.Д. Тамахін, 1988), але ўсе яны сыходзяцца на тым, што рэаліі ўяўляюць сабой спецыфічныя прадметы, з'явы або канцэпцыі, уласцівыя канкрэтнаму этнасу або культурнай традыцыі. Іх перадача патрабуе ўліку як моўнага, так і культурнага кантэксту. Пераклад з кітайскай мовы на беларускую ўскладняецца тым, што гэтыя мовы істотна адрозніваюцца. Яшчэ цяжэй перадаць паэтычны тэкст, у якім значную ролю адыгрываюць вершаваная структура, рыфма, рытміка, сістэма вобразаў і сімволікі. Каб кампенсаваць непазбежныя пры перакладзе страты, можна скарыстацца прыёмамі, вядомымі як трансфармацыі (В.Н. Камісараў, 1999).

Аб’ектам нашага даследавання з’яўляюцца побытавыя этнаграфічныя рэаліі, адлюстраваныя ў паэзіі кітайскай паэткі дынастыі Сун Лі Цінчжаа, і іх пераклады, надрукаваныя ў 2016 г. у зборніку “Мост цераз Млечны шлях” (перакладчыцы А. Тулупава, Ю. Алейчанка, Я. Янішчыц і інш.).

У працэсе даследавання праведзены аналіз 28 адзінак культурных рэалій. Вызначаны наступныя перакладчыцкія трансфармацыі:

1) замена (12 адзінак) – 42,9 %: напр., *金兽* (дасл. ‘залаты звярок-курыль-ніца’) – ‘свечка’, *瓯* (дасл. ‘шклянка, філіжанка’) – ‘ваза’;

2) даслоўны пераклад (8 адзінак) – 28,6 %: напр., *玉炉* ‘курыльніца з яшмы’, *妆*‘убор’;

3) генералізацыя (4 адзінкі) – 14,3 %: напр., *玉钗* (дасл. ‘шпілька з яшмы’) – ‘заколка’, *深闺*(дасл. ‘жаночая частка хаты’) – ‘хата’;

4) апушчэнне (2 адзінкі) – 7,14 %: напр., “*玉枕纱厨, 半夜凉初透*’ (дасл. “Нефрытавая падушка і тонкі полаг, апоўначы пахаладае”) – “Апоўначы, відаць пахаладае,//І зазірне за полаг вецярок”;

5) транскрыпцыя + апушчэнне (1 адзінка) – 3,6 %: *藤床*(дасл. ‘ложак з ратанга’) – ‘тэн’;

6) апісальны пераклад + перакладчыцкі каментарый (1 адзінка) – 3,6 %: *金猊*(дасл. ‘залатая курыльніца ў выглядзе льва’) – ‘ільвінай пашчы золата’.

Праведзены аналіз дазваляе зрабіць выснову, што перакладчыкі найчасцей звяртаюцца да прыёмаў, якія адаптуюць кітайскія рэаліі да

беларускай лінгвакультуры. Прыёмы, якія захоўваюць нацыянальную спецыфіку, выкарыстоўваюцца значна радзей. Такім чынам, для дакладнай перадачы культурнай і вобразнай сутнасці твора важна ўжыванне не толькі перакладчыцкіх трансфармацый, але і тлумачальных каментарыяў, якія дазваляюць захаваць нацыянальна-культурную спецыфіку паэтычнага твора.

В. А. Лучанкова

СЕМАНТЫЧНАЯ СПЕЦЫФІКА БЕЛАРУСКІХ УСТОЙЛІВЫХ ПАРАЎНАННЯЎ З НАЙМЕННЯМІ РЫС ХАРАКТАРУ

Устойлівыя параўнанні – гэта фразеалагічныя моўныя адзінкі, у якіх адзін прадмет ці з'ява супастаўляецца з іншым прадметам ці з'явай на аснове агульнай прыметы. Аб'ектам нашага даследвання паслужылі беларускія устойлівыя параўнанні з найменнямі рыс характару чалавека тыпу *вясёлы як ластаўка*, *дакучлівы як авадзень*, *непастаянны як асенняе надвор'е*.

Метадам суцэльнай выбаркі са «Слоўніка беларускіх народных параўнанняў» намі вылучана 170 такіх адзінак. Выяўлена 39 падстаў, на аснове якіх параўнанні апісваюць характар чалавека. Згодна з адной з прынятых у псіхалогіі класіфікацый рыс характару, гэтыя прыметы падзяляюцца на чатыры групы: 1) маральныя: *дакучлівы*; *добры*, *ласкавы*; *задзірлівы*; *зайздросны*; *з'едлівы*; *злосны*, *злы*; *ласы*, *прадажны*; *не набожны*; *недалікатны*; *нядружны*; *працавіты*; *сварлівы*; *скупы*; *фарсісты*, *ганарысты*; *хітры*; *чэсны*; *шкодны*; *эгаістычны*; 2) валявыя: *жывучы*, *учэпісты*; *неактыўны*; *упарты*; *цвёрды*; 3) эмацыйныя: *балбатлівы*; *безэмацыйны*; *вольны*, *бесклапотны*; *вясёлы*; *гарачы*; *маўклівы*; *невясёлы*; *непастаянны*; *нясмелы*, *далікатны*; *раўнадушны*; *суровы*, *строгі*; *ціхі*, *спакойны*; *шчаслівы*; 4) інтэлектуальныя: *легкадумны*; *цікаўны*; *нецікаўны*; *шпаркі*, *лоўкі*.

Наступным этапам даследвання было вызначэнне рыс, якія з'яўляюцца найбольш частотнымі падставамі ўстойлівых параўнанняў. Вызначана, што найбольшая колькасць параўнанняў будуецца на аснове характарыстык *злосны*, *злы* (22 параўнання), напрыклад, *злосны як звер*, *злая як асенняя муха*, *злы як воўк*; *шпаркі*, *лоўкі* (17 параўнанняў) (*прыткі як блыха*, *спрытны як вавёрка*, *лоўкі як артыст*); *хітры* (17 параўнанняў) (*хітры як змяя*, *хітры як лісіца*, *хітры як сарока*), *ціхі*, *спакойны* (10 параўнанняў) (*пакорны як авечка*, *ціхая як рыба*, *ціхі як вада*); *шкодны* (8 параўнанняў) (*шкодны як кот*, *шкодны як свіння*, *куслівы як сляпень*). Некаторыя рысы характару, наадварот, сталі падставай толькі аднаго устойлівага параўнання, напрыклад, *раўнадушны* (*халодны як лёд*), *балбатлівы* (*ляскучы як званок*), *суровы* (*грозны як перад меншым начальнікам*), *з'едлівы* (*калючы як бадак*). Гэта можа сведчыць пра тое, што яны не з'яўляюцца цэнтральнымі ў беларускай моўнай карціне свету і маюць меншую значнасць у параўнанні з іншымі.

Праведзены аналіз паказаў, што розныя падставы прадстаўлены ў складзе ўстойлівых параўнанняў рознай колькасцю сінанімічных прыметнікаў.

Найбольшая сінанімічная разнастайнасць вылучана для падстаў шпаркасць, лоўкасць (10 прыметнікаў), злоснасць (9), ціхі, спакойны характар (7), нясмеласць (5) і фарсістасць, ганарыстасць (5).

К. П. Ляшкова

ПРАБЛЕМА ВЫКАРЫСТАННЯ НЕАЛАГІЗМАЎ У СУЧАСНАЙ БЕЛАРУСКАЙ МОВЕ

XXI стагоддзе – гэта стагоддзе новых тэхналогій і новаўводзінаў, многія з якіх сталі неад'емнай часткай нашага жыцця.У паўсядзённым жыцці часта выкарыстоўваюцца неалагізмы. Для карыстальнікаў мовы гэтыя словы часам успрымаюцца цяжка: з аднаго боку, чалавек не разумее значэння і не можа падабраць беларускія адпаведнікі, з другога, не жадае забруджваць мову запазычаннямі.

Прычыны ўзнікнення, шляхі запазычання, складанасці перакладу, цяжкасці, звязаныя з запазычаннем слоў, – гэтыя і іншыя пытанні склалі праблемнае поле нашай работы і абумовілі яе актуальнасць.

Важнай работай з'явілася выяўленне неалагізмаў апошніх двух дзесяцігоддзяў і акрэсліванее іх тэматычных груп. Быў праведзены аналіз пэўных тэматычных груп і вызначаны магчымыя спосабы перакладу неалагізмаў на беларускую мову.

У мовазнаўстве многія даследчыкі лічаць, што запазычанні узбагачаюць мову, адлюстроўваюць новыя тэндэнцыі развіцця грамадства, пашыраюць лексічны слоўнік носьбітаў мовы. Акрамя таго многія неалагізмы ўваходзяць у склад мовы с прычыны ўзнікнення новых паняццяў, якія адпаведна не мелі абазначэння ў мове (буцік, маркетынг, рыэлтар, інтэрактыў).

Мы будзем разглядаць найбольш часта ўжывальныя неалагізмы і разглядаць выпадкі іх дарэчнага ўжывання ў мове, перакладаючы ці замяняючы (калі магчыма) неалагізмы беларускімі лексічнымі адзінкамі.

Напрыклад, сучасныя неалагізмы, якія выкарыстоўваюцца ў крыптаіндустрыі і тэхналогіі блокчэйна (зразумела, што за віртуальнымі грашыма будучыня, у якой будзе з'яўляцца лексіка для абазначэння новых паняццяў).

Блокчэйн (block chain-ланцужок блокаў (па-беларуску: шэраг раздзелаў)) – размеркаваны рэестр, які складаецца з ланцужка блокаў фінансавых транзакцый, у якой кожны наступны блок крыптаграфічна звязаны з мінулым.

Неалагізмы, якія ўжо выкарыстоўваюцца ў паўсядзённым жыцці:

Стэйвакейшн – прыклад злучэння двух слоў – stay (заставацца) + vacation (водпуск). Апісвае выпадак, калі чалавек у адпачынку нікуды не едзе, а застаецца дома (як прыгожа гучыць па-беларуску – я быў дома).

У выніку нашага даследавання мы прыйшлі да думкі, што ўжыванне падобных слоў "бяскрыўдна" ў тым выпадку, калі яны не маюць адпа-

веднікаў у беларускай мове і запаўняюць адстутнасць слоў ці паняццяў ў нашам слоўніку.

Ці можна сённяшнія змены з поўным правам назваць развіццём, калі замест “законны” мы гаворым “легальны” (англ. Legal – законны), замест “тэрміновы” – “экстранны” (англ. Extra – звыш), замест “злачынны” – “крымінальны” (англ. Criminal – злачынны). Родныя беларускія словы непрыкметна ператвараюцца ў лішнія і непатрэбныя, і пра іх паціху забываюцца, а замежныя словы непркметна адаптуюцца ў нашай мове.

У нашай работе мы падкрэсліваем, што да замежных слоў носьбіт мовы непрыкметна прызвычваецца, але яны не маюць беларускага кораня і таму не нясуць ніякай сэнсавай нагрузкі (сэнсавая нагрузка з’яўляецца, калі мы даведваемся пра значэнне замежнага слова і перакладаем яго на беларускую мову).

Можна зрабіць выснову, што ў беларускай мове ўжо ёсць нямала прыгожых слоў і нам варта ўжываць неалагізмы там, дзе гэта сапраўды неабходна.

А. А. Макарэвіч

АЎТАРСКАЯ КАЗКА Ў СУЧАСНАЙ ІСПАНСКАЙ І БЕЛАРУСКАЙ ЛІТАРАТУРАХ

Аўтарская казка – адзін з важнейшых жанраў дзіцячай літаратуры, які захоўвае адметнсці фальклорных твораў (перадача асноўных маральных каштоўнасцей, правіл паводзін), а таксама адлюстроўвае актуальныя праблемы грамадства. У дадзеным даследаванні прааналізаваны жанравыя асаблівасці сучаснай літаратурнай казкі на прыкладзе “Зборніка ілюстраваных казак” іспанскіх пісьменнікаў і зборніка Ганны Янкуты “Марта і яе мара пра снег”.

Асаблівасці праблемна-тэматычнага поля. У зборніку іспанскіх казак галоўная ўвага надаецца праблеме ўзаемаадносін паміж пакаленнямі, а менавіта паміж унукамі і іх бабулямі і дзядулямі; мірнага суіснавання розных народаў; закранаецца тэма прыроды; асноўнымі маральнымі арыенцірамі застаюцца блізкія сямейныя адносіны, сяброўства, роўнасць. У беларускіх аўтарскіх творах раскрываюцца экалагічныя праблемы, узаемаадносіны паміж дзецьмі і бацькамі. Цэнтальнай у зборніку становіцца тэма людзей з абмежаванымі магчымасцямі і праблемы, з якімі яны сутыкаюцца, такія як негатыўнае стаўленне, адсутнасць неабходнага гарадскога абсталявання, недастатковая дасведчанасць людзей аб іх здольнасцях і патрэбах, адзінота.

Сюжэтна-кампазіцыйныя адметнасці. Літаратурная казка не абмежаваная строгімі правіламі пабудовы: могуць адсутнічаць цэлыя кампазіцыйныя часткі, абавязковы для народных казак шчаслівы фінал, амаль не выкарыстоўваюцца традыцыйныя формулы зачыну (*жыў-быў, даўным-даўно* або *había una vez* 'было аднойчы', *este era* 'гэта быў') і прыказкі ў пачатку або

ў канцы твора (выключэнне – М. Х. Аргуэлье Мартынес “Птушка, якая не хацела летаць”).

Жанравыя асаблівасці. У літаратурных казках ролі галоўных герояў выконваюць дзеці, адсутнічае строгі падзел на станоўчых і адмоўных персанажаў, часта парушаецца закон перамогі дабра над злом і статычнасць герояў: адзначаецца як эвалюцыя (Уладарка Вятроў), так і дэградацыя характараў (воўк Вольфі). Характэрнай адметнасцю сучасных твораў лічыцца адлюстраванне сродкаў тэхналагічнага працэсу, якія становяцца прычынай галоўнага канфлікту (“Марта і яе мара пра снег”).

Такім чынам, можна зрабіць выснову, што ў цэнтры сюжэту як іспанскіх, так і беларускіх аўтарскіх казак паўстаюць актуальныя сацыяльныя і экалагічныя праблемы: прыродныя катаклізмы, узамаадносіны паміж пакаленнямі, неабходнасць догляду прыроды з боку чалавека, пагрозы навукова-тэхналагічнага прагрэсу. Галоўнымі маральнымі каштоўнасцямі застаюцца сям’я і сяброўства. Адметнасцю іспанскіх твораў з’яўляецца зварот да полікультурнага выхавання дзяцей, у той час як у беларускіх казках большая ўвага надаецца тэме людзей з абмежаванымі магчымасцямі. Да асаблівасцей сюжэтна-кампазіцыцнай пабудовы аўтарскай казкі адносяцца адсутнасць традыцыйных ініцыяльных формул, прыказкі і абавязковага шчаслівага фіналу.

К. Д. Пархімовіч

ФРАЗЕАЎТВАРАЛЬНЫ ПАТЭНЦЫЯЛ НАЗВАЎ СТАЛІЦ У БЕЛАРУСКАЙ МОВЕ

Вывучэнне фразеалагізмаў як культурна афарбаваных моўных адзінак з’яўляецца важнай часткай лінгвакультуралогіі. Асаблівую цікавасць выклікаюць фразеалагічныя адзінкі (далей – ФА) з тапанімічным кампанентам, бо тапонімы ўваходзяць у фонавыя веды носьбіта мовы і маюць шырокае кола асацыяцый.

У нацыянальнай карціне свету беларусаў сярод тапонімаў важнае месца займаюць назвы сталіц. Мэтай даследавання з’яўляецца аналіз фразеаўтваральнага патэнцыялу назваў сталіц у беларускай мове.

Гістарычна беларускія землі належалі спачатку да ВКЛ, сталіцай якога была Вільня, затым уваходзілі ў склад Расійскай Імперыі са сталіцай Масквой, а пасля сталіцай Беларусі стаў Мінск. Усе тры гарады знайшлі сваё адлюстраванне ў фразеалагічным фондзе беларускай мовы.

Тапонім *Вільня* прысутнічае ў пяці ФА: *як дзядзька ў Вільні* ‘збянтэжана, непрывычна, ніякавата (адчуваць сябе, паводзіць сябе)’; *аж Вільню ўбачыць* ‘выказванне незадавальнення пры ўжыванні чаго-н. горкага або кіслага’; *аж у Вільню можна заехаць* ‘вельмі тупы, ненавостраны (звычайна нож)’; *як Хайка з-пад Вільні* ‘вельмі моцна (крычаць)’; *(хата) як Вільня* ‘вялікая, прыгожая’.

Фразеалагізмаў з кампанентам *Масква* таксама пяць: *Масква відаць* ‘выказванне незадавальнення пры ўжыванні чаго-н. горкага або кіслага’;

да Масквы ракам не перастаўіш (праст. груб.) ‘залішне многа каго-н.’; *Масквy паказаць* ‘падняць дзіця угору, узяўшы за галаву далонямі да вушэй’; *за капейку вош (блыху) у Масквy пагоніць* ‘вельмі дробязны ў сваёй скупасці, сквапнасці’; *хоць у Масквy на выстаўку* ‘вельмі добры, заслугоўвае самай высокай ацэнкі’.

Кампанент *Мінск* сустракаецца ў трох ФА: *за капейку вош да Мінска пагоніць* (варыяцыя вышэйзгаданай ФА *за капейку вош у Масквy пагоніць)*; *як Косця ў Мінску* ‘пра чалавека, які не ведае мясцовасці (горада), першы раз у ёй (ім)’; *з Пінска да Мінска* ‘усюды’.

Як бачна з прыкладаў, слова *Мінск* сустракаецца ў фразеалагізмах радзей, чым *Вільня* і *Масква*. Магчыма, гэта тлумачыцца тым, што Мінск стаў сталіцай адносна нядаўна.

Такім чынам, тапанімічны кампанент ‘назва сталіцы’ ў фразеафондзе беларускай мовы ўжываецца для перадачы аднаго з трох значэнняў: ‘нешта далёкае, на вялікай адлегласці’ (69,2%); ‘прыгожае, элітнае месца, культурны цэнтр’ (15,4 %); ‘чужое, незнаёмае, непрывычнае месца’ (15,4 %).

Т. Д. Рудзьман

ТРАНСКРЫПЦЫЯ ЯК СПОСАБ ПЕРЕКЛАДУ БЕЛАРУСКІХ ПРАГМОНІМАЎ НА КІТАЙСКУЮ МОВУ

Тэрмін «прагмонім» выкарыстоўваецца для абазначэння таварнага знака ў якасці аб’екта лінгвістычнага даследавання. Паняцце «гандлёвая марка» з'яўляецца дастаткова шырокім і ўключае ў сябе розныя моўныя з’явы, такія як слоўныя таварныя знакі, наменклатурныя адзінкі, абазначэнні гатункаў і іншыя. Па сутнасці, прагмонімы – гэта ўласныя імёны, якія прысвойваюцца кампаніямі сваёй прадукцыі з камерцыйнымі і рэкламнымі мэтамі.

Мэта даследавання – выявіць патэнцыял транскрыпцыі як спосабу адаптацыі беларускіх прагмонімаў на кітайскую мову.

Аб'ект даследавання – беларускія прагмонімы і іх кітайскія адпаведнікі.

1. Пры выкарыстанні транскрыпцыі асаблівая ўвага надаецца значэнню выбраных складоў-іерогліфаў. Іерогліфы павінны мець станоўчую канатацыю, адпавядаць прызначэнню і асаблівасцям гандлёвай маркі. Напрыклад, беларуска-кітайскае сумеснае прадпрыемства па зборы легкавых аўтамабіляў *Geely* на кітайскую мову перакладаецца як ***吉利*** *Jílì*, што азначае ‘шчасце, дабрабыт’. Гандлёвая марка марожанага *Гоша* перакладаецца на кітайскую мову як ***果莎*** *Guǒshā*, дзе іерогліф ***果*** *guǒ* азначае ‘плод; фрукт; ягада; фруктовы’, што служыць апісаннем смаку дадзенага прадукту. Вядомае касметычнае прадпрыемства Беларусі *Belita* перекладаецца на кітайскую мову як ***白丽塔*** *báilìtǎ*, дзе іерогліф ***白*** *bái* азначае ‘белы’ і ўваходзіць у склад слова ***白罗斯*** *báiluósī* , якое перакладаецца як ‘Беларусь’, а іерогліф ***丽*** *lì* азначае ‘прыгажосць, вытанчанасць, чысціня’.

2. Транскрыпцыя заснавана на максімальна дакладнай перадачы іншамоўнага гучання прагмоніма ў кітайскай мове. Пры гэтым падбіраюцца

найбольш падобныя па гучанні кітайскія склады, спалучэнне якіх не існавала ў кітайскай мове да моманту перакладу дадзенай назвы. Напрыклад, беларуская кампанія *Атлант*, якая займаецца вытворчасцю халадзільнікаў, маразільнікаў, пральных машын, кампрэсараў на кітайскую мову перакладаецца як ***阿特拉斯*** *ātèlāsī*; беларуская фабрыка, якая вырабляе кандытарскія прадукты *Спартак* вядома ў Кітаі як ***斯巴达克*** *Sībādákè*; гандлёвая марка *Kanonada*, вядомая сваёй кансерваванай прадукцыяй, перакладаецца на кітайскую мову як ***卡诺纳达*** *Kǎnuònàdá*. У дадзеных прыкладах перакладу не было выяўлена іерогліфаў, якія перадаюць асаблівасці і від дзейнасці дадзенай фабрыкі.

Д. А. Сапожнікава

АДМЕТНАСЦІ ЛЕКСІЧНЫХ ТРАНСФАРМАЦЫЙ ПРЫ ПЕРАКЛАДЗЕ МУЛЬТФІЛЬМА “ПРЫГАЖУНЯ І ПАЧВАРА” НА БЕЛАРУСКУЮ МОВУ”

Мультыплікацыйныя фільмы – гэта складаны сімбіёз мастацтва, тэхналогій і, вядома ж, граматна напісанага сцэнарыя. За прастатой сюжэтаў і яркіх карцінак хаваецца цэлая сістэма моўных прыёмаў, якія дазваляюць зрабіць мультфільм не толькі зразумелым, але і займальным для самых розных гледачоў. Беларускі пераклад мультфільмаў з замежных моў існуе адносна нядоўга. Гэта галіна толькі развіваецца, і існуе патрэба ў пашырэнні спісу мультфільмаў, перакладзеных на беларускую мову. Прыклады беларускіх дубляжоў мультфільмаў, такіх як "Маша і Мядзведзь", "Свінка Пэпа" і іншыя, сведчаць аб зацікаўленасці ў беларускамоўным анімацыйным кантэнце.

Лексіка мультыплікацыйнага фільма "Прыгажуня і Пачвара" ўяўляе складанасць пры перакладзе на беларускую мову з прычыны наяўнасці шматлікіх рэалій французскай культуры, гульні слоў, мастацкіх сродкаў, стылістычных асаблівасцей, якія патрабуюць ад перакладчыка высокага ўзроўню майстэрства і творчага падыходу для стварэння якаснага беларускамоўнага дубляжу, прыдатнага для дзіцячай аўдыторыі.

У выніку даследавання перакладу мультфільма "Прыгажуня і Пачвара" на беларускую мову прааналізаваны 52 лексічныя адзінкі, вылучаны 12 відаў трансфармацый, самымі частотнымі з якіх з'яляюцца наступныя:

1. Канкрэтызацыя – 6,76%., напрыклад, *flower* – ‘чырвоная ружа’.

2. Антанімічны пераклад – 9 адзінак – 12,16%. Напрыклад, *Don't touch it!* – ‘Пакіньце ў спакоі’.

3. Апушчэнне з мэтай лаканічнасці – 8,11%. Напрыклад, *Hurry, hurry, we must get away!* – ‘Хутчэй, трэба бегчы!’. Апушчэнне паўтору *hurry* некалькі змяняе эмацыйны тон, памяншаючы адчуванне трывожнасці.

4. Эксплікацыя – 6,76 % Напрыклад, *servants* – ‘зачараваныя слугі замка’, што адразу стварае атмасферу казкі і магіі.

5. Мадуляцыя – 6,76 %. Напрыклад, *He is cursed* – ‘Над ім вісіць страшнае праклятце, кара.

Падводзячы вынік аналізу лексічных трансфармацый у перакладзе мультфільма "Прыгажуня і Пачвара", варта адзначыць, што выкарыстанне такіх прыёмаў, як антанімічны пераклад, канкрэтызацыя і генералізацыя, апушчэнне і дабаўленне, кампенсацыя, цэласнае пераасэнсаванне і мадуляцыя, з'яўляецца ключавым для стварэння адэкватнага і эквівалентнага перакладу. Гэтыя трансфармацыі дазваляюць зрабіць мультфільм зразумелым і цікавым для дзіцячай аўдыторыі, захоўваючы асноўны сэнс і эмацыйную афарбоўку арыгіналу.

В. А. Серада

БЕЛАРУСКІЯ І АНГЛІЙСКІЯ ТРАНСПАЗІЦЫЙНЫЯ ВЫТВОРНЫЯ Ў СЛОВАЎТВАРАЛЬНЫХ ГНЁЗДАХ ЭМАТЫЎНЫХ ДЗЕЯСЛОВАЎ З СЕМАЙ ‘СТРАХ’

Навуковы кіраўнік – А. В. Семянькевіч, дацэнт кафедры беларускай філалогіі і замежнай літаратуры, кандыдат філалагічных навук, дацэнт

Транспазіцыя як словаўтваральны працэс з'яўляецца адным з ключавых механізмаў папаўнення лексічнага складу моў. Яна дазваляе ўтвараць новыя словы шляхам змены толькі граматычнай прыналежнасці. Мэта даследавання – выявіць агульныя і адметныя рысы транспазіцыйных працэсаў у беларускай і англійскай мовах на прыкладзе эматыўных дзеясловаў. Матэрыялам паслужылі 82 англійскія і 111 беларускіх вытворных з 13 словаўтваральных гнёздаў (далей – СГ) эматыўных дзеясловаў з семай ’страх’: *frighten, scare, fear, spook, terrify, alarm, terrorize, dread, пужаць, баяцца, страшыць, палохаць, пудзіць*). Выяўлены наступныя граматычныя мадэлі (табліца 1).

Т а б л і ц а 1.

Граматычныя мадэлі транспазіцыйных вытворных.

Граматычная мадэль	Вытворныя англійскіх СГ	Вытворныя беларускіх СГ
Adj→Adv	*Frightened→frightenedly* *Terrifying→ terrifyingly* *Scary→ scarily* *Fearsome→ fearsomely* *Dreadful→ dreadfully* *Harum-scarum(adj)→harum-scarum (adv)*	*баязлівы→ баязліва*
V→N	*Terrorize → terrorization* *Scare (v) → scare (n)* *Scare (v) → scaring*	*баяцца → боязь* *спалохаць → спалох* *пужаць → пужанне*

		запужваць → запужванне *страшыць → страшанне* *перапалохаць → перапалох*
N→V	*Terror→terrorize*	
Adj→N	*Dreadful → dreadfulness*	*запалоханы→запалоханасць* *запужаны → запужанасць* *баязлівы → баязлівасць* *пужлівы → пужлівасць*

На аснове аналізу можна зрабіць наступныя назіранні:

1) у беларускай і англійскай мове можна вылучыць тоесныя паводле функцыі марфемы *(-ly = -а, -ation = -анне, -ness = -асць*);

2) у англійскіх СГ ад прыметнікаў часцей утвараюцца прыслоўі, у беларускіх – назоўнікі; ад дзеясловаў утвараюцца пераважна назоўнікі;

3) транспазіція ў большай ступені ўласцівая англійскай мове, але ў СГ дадзенай лексіка-семантычнай групы транспазіцыйныя працэсы не дамінуюць Думаецца, што абумоўлена гэта семантыкай дзеясловаў, звязанай з унутраным станам чалавека, таму ад іх утвараецца не шмат назоўнікаў з працэсуальным значэннем.

Д. І. Сергіеня

АКСІЯЛАГІЧНАЯ ПРАБЛЕМАТЫКА ДЗІЦЯЧАЙ ПРОЗЫ ЦЁТКІ І БІН СІНЬ

У апошнія гады значна пашырылася супрацоўніцтва паміж Кітайскай Народнай Рэспублікай і Рэспублікай Беларусь. Пры гэтым традыцыйная сістэма каштоўнасцей, якая доўгі час фарміравала асновы нацыянальнай ідэнтычнасці гэтых краін, аказваецца пад націскам шматлікіх выклікаў сучаснасці. Аналіз літаратурных традыцый Кітая і Беларусі на прыкладзе выбітных пісьменні Цёткі Бін Сінь і садзейнічае больш глыбокаму разуменню ўнутраных культурных працэсаў і спрыяе ўзмацненню дыялогу паміж краінамі.

Так, Цётка і Бін Сінь шмат увагі надаюць мастацкаму асэнсаванню такіх каштоўнасцей як справядлівасць, спачуванне, дабрата, узаемадапамога, цяга да ведаў і інш. Але ў аксіясферах абедзвюх пісьменніц ёсць і адрозныя рысы.

У зборніку «Першая чытанка для дзетак беларусаў» Цётка адлюстроўвае сельскае жыццё, адзначаючы важнасць працавітасці, узаемадапамогі і сціплага дастатку. Гэта ў першую чаргу датычыцца апавяданняў «Нядзеля» і «Наша гаспадарка». Важнае месца займае тэма адзінства і ўзаемападтрымкі, прыкладам чаго з'яўляецца апавяданне «Мая вёска», дзе жыхары аб'ядноўваюцца, каб адкрыць школу з навучаннем на беларускай мове. Антыкаштоўнасці прадстаўлены ў казках «Журавель і чапля» – высмейвае гонар і ўпартасць, «З прыску ды ў агонь» – прагнасць і помсту, «Гутарка асока

з крапівою» – ганарыстасць і павярхоўныя меркаванні.

Адна з галоўных каштоўнасцяў, прадстаўленых у «Пісьмах да маленькіх чытачоў» Бін Сінь, – матчына любоў, якая апісваецца як універсальная пазачасавая сіла, якая фармтруе ідэнтычнасць чалавека, служыць апорай і накіроўвае на працягу ўсяго жыцця. Да ліку каштоўнасцей у мастацкай сістэме кітайскай пісьменніцы аднесены і дзіцячы светапогляд, які аўтар пазначае паняццем 童心 *'дзіцячая душа'* – гэта здольнасць бачыць свет чыста і непасрэдна. Таксама Бін Сінь шмат увагі надае асэнсаванню важнасці жыцця, сямейных сувязяў і традыцыйнай культуры.

Такім чынам, абедзве пісьменніцы ў сваёй дзіцячай прозе адлюстравалі агульначалавечыя каштоўнасці, але кожная з іх сканцэнтравалася на розных іх відах: Цётка – на сельскай суполцы і тых каштоўнасцях, якія дапамогуць дзіцяці лепш у ёй адаптавацца, а Бін Сінь – на ўнутраным свеце і сямейных сувязях. Акрамя таго, у творы Цёткі прадстаўлены і антыкаштоўнасці, якія выконваюць важную выхаваўчую функцыю.

В. Б. Антоненка, А. У. Скалковіч

АСАБЛІВАСЦІ ПЕРАКЛАДУ БЕЗЭКВІВАЛЕНТНАЙ ЛЕКСІКІ З КІТАЙСКАЙ НА БЕЛАРУСКУЮ МОВУ
(на прыкладзе мультыплікацыйнага серыяла “Агенты часу”)

Моўная карціна свету фарміруецца пад уплывам нацыянальных, культурных і гістарычных фактараў. Моўныя адзінкі, якія не маюць эквівалентаў, могуць быць знойдзеныя, як у тэрміналогіі прыродных з'яў, так і ў дачыненні да матэрыяльных і духоўных артэфактаў, якія з'яўляюцца часткай канкрэтнай культуры. Зелянко С. В. у сваёй працы “Адным словам не сказаць: безэквівалентная лексіка” называе такія лексічныя адзінкі безэквівалентнай лексікай.

У якасці матэрыялу даследавання абраны кітайскі анімацыйны серыял *时光代理人* ‘Агенты часу’ ў перакладзе некамерцыйнага праекта па беларусізацыі анімэ і мангі “Анібел” на беларускую мову.

Падчас даследавання прааналізаваны 67 моўных адзінак. Праведзены аналіз перакладу безэквівалентнай лексікі дазваляе вылучыць найбольш частотныя віды перакладчыцкіх трансфармацый: транскрыбіраванне – 16 %, прыклад: *乔苓* ‘Цяо Лінь’; апушчэнне часткі апісання – 7 %, прыклад: *生龙活虎* ‘столькі сілы’ (надзвычайная энергічнасць, поўны жыццёвых сіл), функцыянальная замена – 33 %, прыклад: *春卷* ‘спрынг ролы’ (смажаныя піражкі), гіпанімічны пераклад – 16 %, прыклад: *鬼片* ‘хорар’ (фільм пра прывідаў); фразеалагічны пераклад – 21 %, прыклад: *有手有脚* ‘рукі есць’ (быць здольным працаваць), асацыятыўны пераклад – 3 %, прыклад: *眼不见为净* ‘не нервуй яе лішні раз’ (нешта не бачыш, то здаецца, што гэтага няма); апушчэнне – 4 %, прыклад: *快把老子憋疯了* ‘з глузду так з'ехаць можна’ (зводзіць сябе з розуму) – апушчана часціца *老子*, якая выкарыстоўваецца каб зрабіць акцэнт, што гаворка ідзе пра сябе .

Важным вынікам з'яўляецца тое, што пераклад безэквівалентнай лексікі патрабуе творчага падыходу, каб захаваць культурны каларыт і сэнс арыгінала. Напрыклад, уласныя імёны часта губляюць сваю першапачатковую семантыку пры транскрыбіраванні, што падкрэслівае складанасць перадачы культурных рэалій. Так, імя аднаго з персанажаў 程咬金 'Чэн Сяошы' літаральна перакладаецца як адрэзак часу, што прама перадае яго сюжэтную сувязь з перасоўваннем у часе.

Праведзены аналіз паказвае, што пераклад кітайскіх анімацыйных серыялаў на беларускую мову – гэта складаны працэс, які патрабуе камбінацыі розных метадаў для захавання нацыянальнай ідэнтычнасціі захаплення гледача.

І. М. Тананка

МІФАЛАГІЧНЫЯ ВОБРАЗЫ Ў КАЗКАХ Я. БАРШЧЭЎСКАГА І В. ГАЎФА

Міфалогія – сістэма сакральных ведаў народа**,** значная частка яго нацыянальнай культуры. Невыпадкова міфалагічныя матывы і вобразы разнастайна ўвасабляюцца ў творах мастацкай літаратуры, асабліва ў казках. Даследчык міфалогіі Дж. Кэмпбэл у прадмове да манаграфіі «Герой з тысячай твараў» заявіў, што міфы розных народаў свету, хоць і валодаюць пэўнымі культурнымі асаблівасцямі, маюць значна больш падабенстваў, чым адрозненняў. З гэтага сцвярджэння вынікае, што і творы літаратуры, заснаваныя на міфах, нават на міфах розных краін, з высокай верагоднасцю будуць мець падобныя рысы. Аналіз казак беларускага пісьменніка-рамантыка Я. Баршчэўскага і нямецкага навеліста В. Гаўфа паказаў слушнасць гэтай думкі.

Так, Я. Баршчэўскі ў «Ваўкалаку» і В. Гаўф у казцы «Каліф-бусел», каб паказаць складаную ўнутраную барацьбу галоўных герояў, робяць іх «пярэваратнямі» – міфалагічнымі істотамі – людзьмі, здольнымі ператварацца ў адушаўлёныя і неадушаўлёныя прадметы. Пярэварацень-ваўкалак – вобраз з беларускай міфалогіі. У германскай традыцыі падобныя істоты завуцца «аўфхокерамі». Толькі праз перамогу над негатыўнымі праявамі ўласнай душы героі вятаюць сваё чалавечае аблічча.

У казках «Вогненныя духі» і «Халоднае сэрца» галоўныя героі звяртаюцца да магічных істот, каб тыя дапамаглі ім атрымаць багацце. У творы Баршчэўскага ролю дэманічнага персанажа адыгрывае чарнакніжнік або чорт – дух, які паводле беларускай міфалогіі ўводзіў чалавека ў грэх. Аналагам чорта ў германскай традыціі з'яўляецца Мефістофель, вядомы дзякуючы легендзе пра доктара Фаўста. У «Халодным сэрцы» Гаўфа адпаведным вобразам з'яўляецца так званы «шкляны чалавечак». Гэта аўтарскі вобраз, але ж яго сатанінская сутнасць відавочна праз чырвонае з чорным адзенне, выгляд карузліка, у якім часта паўстае д'ябал у германскай

традыцыі. Пацвярджаецца гэта і тым, што пры напісанні казкі пісьменнік натхняўся навелай В. Ірвінга «Том Уолкер і д'ябал», дзе дэманічнае паходжанне падобнай істоты нават не хавалася.

У «Вогненных духах» Баршчэўскага і «Караблі-прывідзе» Гаўфа, каб папярэдзіць чытачоў і галоўных герояў не дапускаць маральнага падзення, выкарыстоўваецца міфалагічны вобраз «непрытомнікаў» – нячыстых нябожчыкаў, якія не растрацілі жыццёвую энергію, па начах выходзяць з магіл і не даюць людзям спакою. У германскім фальклоры падобныя з'явы звязаны з такой міфалагічнай істотай як «гонгер». Гонгеры – непрытомнікі, якія не маюць магчымасці самастойна пакінуць свет жывых, таму што пакінулі тут нешта важнае або не загладзілі свае грахі.

Такім чынам, у аўтарскіх казках Я. Баршчэўскага і В. Гаўфа прысутнічаюць характэрныя для беларускай і нямецкай міфалогіі вобразы, пры гэтым назіраецца іх падабенства і блізкая мастацкая інтэрпрэтацыя ў творах.

Д. А. Тракала

ВОБРАЗ НОВАЙ ЖАНЧЫНЫ КІТАЯ Ў ТВОРЫ ЧЖАН АЙЛІН «СЫСЦІСЯ НА ЧАС»

Вобраз "новай" жанчыны актуальны не толькі ў кітайскім грамадстве пачатку 20-га стагоддзя, але і ў сучасным, сведчаннем чаму з'яўляецца творчасць Мо Яня, Чжан Цзе, Дзін Лін, Лу Вэньфу і інш. Згодна з А. Ю. Анцыферавай, *пад вобразам новай жанчыны варта разумець моцную, гарманічную, жывую асобу для якой характэрна самастойнасць мыслення, рашучасць прапанаваць уласны альтэрнатыўны варыянт грамадскага і асабістага жыццяўладкавання*. Мастацкаму асэнсаванню сутнасці дадзенага вобраза прысвечаны творы выбітнай кітайскай пісьменніцы Чжан Айлін "Каханне, якое разбурае гарады", "Пачуцці, розум", "Сысціся на час", "Чырвоная ружа, белая ружа" і інш.

Сярод важных асаблівасцей жаночых вобразаў Чжан Айлін вылучаецца іх цесная сувязь з біяграфіяй пісьменніцы. Многія рысы характару і бытавыя сітуацыі, у якіх аказваюцца гераіні, не з'яўляюцца плёнам аўтарскай выдумкі, а адлюстроўваюць жыццёвы вопыт самой пісьменніцы або яе бліжэйшага акружэння.

У творы Чжан Айлін «Сысціся на час» (1976) падзеі пачынаюць разгортвацца ў перыяд Другой сусветнай вайны. Пісьменніца расказвае пра жыццё Шэн Цзюлі і блізкіх ёй людзей. Галоўнай асаблівасцю гэтага твора з'яўляецца тое, што менавіта праз вобраз Цзюлі Чжан Айлін апісвае сваё ўласнае жыццё, дзеянні і пачуцці.

Аналіз тэксту дазваляе выявіць, што на фарміраванне вобраза «новай» жанчыны Кітая ў дадзеным творы значны ўплыў аказала маці гераіні Жуйцю, якая з'яўлялася прататыпам маці самой Чжан. Жуйцю валодала выдатнымі

знешнімі данымі і вострым розумам, ніколі не мірылася з абставінамі. Жанчына была майстарам маніпулявання людзьмі, часта карысталася сацыяльным статусам і сувязямі для дасягнення жаданага выніку. Таксама сваю ролю ў стварэнні вобраза адыграў шэраг знакавых жыццёвых абставін: падзеі Другой сусветнай вайны, развод бацькоў, опіумная залежнасць бацькі, частыя ад'езды маці за мяжу. Гэтыя акалічнасці, несумненна, стала моцным імпульсам да змены светапогляду і паступовай трансфармацыі мадэлі жыцця. Апісваючы адносіны паміж маці і дачкой, Чжан Айлін фарміруе вобраз «новай» жанчыны Кітая, якая дэманструе настойлівае імкненне да самастойнасці ў волевыяўленні, паважае індывідуальны выбар і не імкнецца да асуджэння, як гэта звычайна адбывалася ў кітайскім традыцыйным грамадстве.

Такім чынам, у творы «Сысціся на час» вобраз «новай» жанчыны Кітая вылучаюць такія якасці як вострае імкненне да незалежнасці і нястомная прага пабудаваць сваё жыццё па-за межамі “культуры падпарадкавання”. «Новая» жанчына Кітая валодае нязломнай воляй і выдатным інтэлектам, каб рэалізавацца ў свеце, поўным цяжкасцяў, войн і перашкод.

Г. С. Хіневіч

ВОБРАЗ МАЦІ-ЗЯМЛІ Ў БЕЛАРУСКАЙ ЛІТАРАТУРЫ

Слова “вобраз” у літаратуразнаўстве шматзначны тэрмін. Вобраз-архетып – гэта сваеасаблівая міфалагема пачуццёвага адлюстравання ў разумовае абагульненне і далей у мастацкую рэчаіснасць ад рэальнага да ідэальнага (у працэсе пазнання) і ад ідэальнага да рэальнага (у працэсе творчасці). На моўным узроўні твора вобраз тоесны паняццю “троп” (Літаратурны энцыклапедычны слоўнік, 1987). Творца прымушае з дапамогай выкарыстання ў творах архетыпаў чытача глыбей зразумець сэнс твора. У выніку гэтага выбудоўваецца ланцужок паняццяў: культура – сімвал – міф – архетып – чалавек. Міфалагемы парушаюць “аднастайнасць” тэксту, канцэнтруюць на сабе ўвагу чытача, міфалагемы выступаюць не проста ў ролі “архетыповых маркераў”, але кропак перасячэння мінулага цэлага народа і індывідуальнай памяці аўтара.

Ва ўсіх народаў свету існавалі міфы пра паходжанне Зямлі. У сусветнай міфалогіі Зямля ўзнікае сама з першага бязладдзя. У нашых продкаў крывічаў з Хаосу спачатку нараджаецца Багіня-Прародзіца Жыва-Каляда, Маці-Зямля – гэта і выток жыцця, і само жыццё наогул. Характэрна шматграннасць і разнастайнасць асэнсавання вобраза зямлі ў народнай свядомасці. Такім чынам, міфалагема Зямлі адлюстроўвала ў мінулым зямлю як антрапамарфічную істоту (І. В. Казакова, 2020).

Пісьменнік стварае архетыпы, адлюстроўвае у сваёй творчасці гісторыю беларускага селяніна, аднаўляе назапашанае пакаленнямі. Можна казаць, што ў беларускай літаратуры своеасаблівым сімвалам, увасабленнем нацыяналь-

най гісторыі, спадчыны, менталітэту з'яўляецца архетып Маці-Зямлі. *«Чаму ж чалавек заўсёды сумуе па сваёй роднай зямлі, як дзіця па маці?» – пісаў Ян Баршчэўскі.* Матыў па-сапраўднаму светлага, вечнага архетыпу Маці-Зямлі апісваецца ў паэзіі і прозе: у паэме Я. Коласа «Новая зямля», паэме А. Куляшова "Далёка да акіяна", апавяданнях Я. Брыля "Маці", "Сцежка-дарожка" і аповесці "Ніжнія Байдуны", аповесці А. Кудраўца "Раданіца" (А. М. Макарэвіч, 2008).

У п'есе "Раскіданае гняздо" адлюстроўваецца пакутлівы шлях беларускага сялянства ў пошуках страчанай бацькаўшчыны і лепшай долі. Зямля для Купалы – гэта не проста глеба пад нагамі, а неад'емная частка існавання, аснова жыцця і духоўнасці народа. Гэта зямля, якую трэба любіць, шанаваць і бараніць, бо яна – крыніца сілы і надзеі на будучыню. У аўтара ёсць надзея на выратаванне лёсу роднай зямлі. Архетып Зямлі з'яўляецца скразным ва ўсёй беларускай літаратуры.

Д. А. Цілігузава

ФРАЗЕАЛАГІЗМЫ З КАЛАРАТЫЎНЫМ КАМПАНЕНТАМ *БЕЛЫ* Ў БЕЛАРУСКАЙ, АНГЛІЙСКАЙ І ІСПАНСКАЙ МОВАХ

Мэта даследавання – параўнаць семантычную структуру фразеалагізмаў з каларатыўным кампанентам (далей – ФКК) *белы* ў беларускай, англійска і іспанскай мовах. Аб'ектам даследавання выступілі 25 беларускіх, 39 англійскіх і 81 іспанскіх ФКК *белы*.

У выніку даследавання ўстаноўленны наступныя супадзенні і адрозненні:

1) усе тры мовы характаразуюцца наяўнасцю ФКК *белы*, якія выкарыстоўваюцца для абазначэння з'яў прыроды (бел. *белыя мухі* – англ. *white caps* – іісп. *moscas blancas*) і чагосьці непадобнага, адрознага (*mirlo blanco*), але ў беларускай (*белая варона*) і англійскай (*white crow*) мовах адпаведныя фразеалагізмы носяць адмоўную канатацыю. ФКК *белы* са значэннем сацыяльнага становішча ў беларускай (*белая костка*) і іспанскай мовах (*caballero de punta en blanco*) носяць станоўчую канатацыю ў адрозненне ад англійскай мовы (*white trash*). Акрамя таго, ва ўсіх трох мовах назіраецца супрацьпастаўленне чорнаму колеру: англ. *black or white* – бел. *рабіць белае чорным* – іісп. *convertir en blanco lo negro*;

2) ФКК *белы* ў іспанскай і англійскай мовах выкарыстоўваюцца ў сваім прамым значэнні для абазнячэння белага колеру (англ. *white as milk* – іісп. *blanco como la leche*), для характарыстыкі рэалій палітычнага (англ. *The White House* – іісп. *política de guante blanco*) і ваеннага жыцця (англ. *the red, white and blue* – іісп. *arma blanca)*. Адпаведныя ФКК *белы* выкарыстоўваюцца ў значэнні 'бледны' (англ. *be white about the gills* – іісп. *blanco como la pared)*, для абазначэння хвароб (сухоты), хлусні, негатыўных пачуццяў (англ. *show the white feather* – іісп. *elefante blanco*) і расавай дыскрымінацыі (англ. *be free, white and twenty-one* – іісп. *manos blancas no ofenden)*;

3) беларуская мова характарызуецца наяўнасцю ФКК *белы*, якія абазначаюць навакольнае асяроддзе і рэчаіснасць (*белы свет*), чагосьці невядомага і недаследаванага (*белая пляма*), а таксама для апісання дрэнных звучак і вар'яцтва (*на белага каня сесці*);

4) у англійскім фразеафондзе прысутнічаюць ФКК, якія абазначаюць белую магію (*white magic, a white witch)*;

5) групы ФКК *белы* са значэннем прадметаў побыту (*ropa blanca*) і маральных якасцей (*carta blanca, palo blanco*) выяўлены толькі ў іспанскай мове.

Такім чынам, заўважана, што больш супадзенняў паміж ФКК белы ў іспанскай і англійскай мовах, што, магчыма, абумоўлена блізкасцю культур, гістарычнага мінулага і геаграфічнага становішча.

В. В. Чырко

ЭТНАГРАФІЧНЫЯ АСПЕКТЫ ПЕРАДАЧЫ КОЛЕРАЎ У ВЕРШАХ МАКСІМА БАГДАНОВІЧА

Максім Багдановіч – адзін з самых значных беларускіх паэтаў пачатку XX стагоддзя, чыя творчасць вылучаецца глыбокай лірычнасцю і майстэрскім выкарыстаннем колераў. Колер у яго вершах – не проста ўпрыгожванне, а важны інструмент для перадачы эмоцый, настрояў і нацыянальнай ідэнтычнасці. У гэтай працы мы будзем разглядаць этнаграфічныя аспекты перадачы колераў у вершах Максіма Багдановіча, а таксама іх інтэрпрытацыю ў беларускай культуры.

У рамантычнай літаратуры колер з'яўляецца сродкам выяўлення эмоцый, культурных асаблівасцей і нацыянальнай самасвядомасці. У Багдановіча колеры гэта не проста дэкаратыўны элемент, а важны складнік мастацкай мовы паэта. У вершы "Маёвая песня" сіні колер агеньчыка сімвалізуе вечнасць.

Прырода ў творчасці Багдановіча адыгрывае важную ролю, а колеры прыроды – зялёны, жоўты, блакітны – ствараюць жывы вобраз беларускага ландшафту. Зялёны можа сімвалізаваць адраджэнне і надзею, а жоўты – восеньскі смутак. У вершы "Вадзянік" зялёны колер лазы падкрэслівае жыццёвую сілу прыроды.

Перадача колераў у вершах паэта мае этнаграфічны кантэкст. Колеры адлюстроўваюць культурныя асаблівасці беларускага народа. Зялёны колер асацыюецца з лясамі і палямі, а чырвоны – з нацыянальнымі святамі, арнаментам, прыкладным мастацтвам. Аўтар выкарыстоўвае і іншыя колеры, каб паказаць нацыянальную спецыфіку свайго народа. Залаты колер у яго вершах сімвалізуе сонца, багацце, а таксама восень і спадчыну. У вершы "Слуцкія ткачыхі" залаты колер паясоў падкрэслівае багацце матэрыяльнай

і духоўнай культуры Радзімы.

Такім чынам, этнаграфічныя аспекты перадачы колераў у вершах Максіма Багдановіча адлюстроўваюць культурныя традыцыі беларускага народа і асабісты свет паэта. Колеры ў яго творчасці з'яўляюцца важным сродкам для перадачы эмоцый, настрояў і нацыянальнай ідэнтычнасці. Каларыстычная палітра мастака слова – гэта важны сродак выразнасці, які дазваляе чытачу адчуць глыбіню эмоцый чалавека і прыгажосці прыроды. Максім Багдановіч умела спалучае мастацтва і этнаграфію, ствараючы літаратурныя шэдэўры. Даследаванне гэтых аспектаў дазваляе нам лепш зразумець паэзію Максіма Багдановіча і беларускую культуру ў цэлым.

СПІС ВЫКАРЫСТАНЫХ КРЫНІЦ

1. Багдановіч, М. С. “Вянок”. – Вільня:Беларусь, 1914.
2. Богдановіч, М. С. "Творы". – Мінск: Беларусь, 2000.
3. Братко, С. “Колер і вобраз у літаратуры”. – Минск, 2010.

Д. А. Шчатко

АФІКСАЛЬНЫЯ ДЗЕЯСЛОВЫ СА ЗНАЧЭННЕМ АДМОЎНАГА ЗАВЯРШЭННЯ ДЗЕЯННЯ Ў БЕЛАРУСКАЙ І НЯМЕЦКАЙ МОВАХ

Вывучэнне катэгорыі інтэнсіўнасці – важны аспект сучаснага мовазнаўства. Мэта нашага даследавання – выявіць спосабы і сродкі выражэння значэння адмоўнага завяршэння высокаінтэнсіўнага дзеяння. Аб’ект даследавання – беларускія дзеясловы з канфіксам *да- -цца* і іх нямецкія адпаведнікі, прадмет даследавання – спосабы і сродкі рэпрэзентацыі значэння адмоўнага завяршэння дзеяння.

Фармальна-семантычны аналіз абраных дзеясловаў дазволіў зрабіць наступныя высновы:

1. Беларускія дзеясловы з канфіксам *да-…-цца* стылістычна маркіраваныя (у лексікаграфічных даведніках паметай *разм.*), і большасць мае пераходныя канатацыі, напрыклад: *Маўчыце вы,* ***дагаспадарыліся****. Гэта ж трэба, з восені засекі падмецены, ні каліва мукі няма* (Р. Сабаленка. “Іду ў жыццё”).

2. Нямецкія адпаведнікі для 5 беларускіх дзеясловаў утвораны сінтаксічным спосабам пры дапамозе наступных прыставак і паўпрыставак (табліца 1):

Т а б л і ц а 1

Прыставачныя нямецкія адпаведнікі

1	ÜBER-	*дабегацца – sich überlaufen, дапрацавацца – sich überarbeiten*
2	KAPUTT-	*дагаварыцца – kaputtreden, даездзіцца – kaputtfahren, дапрацавацца – kaputtarbeiten*
3	AB-	*дагаспадарыцца – abwirtschaften*
4	HERUNTER-	*дагаспадарыцца – herunterwirtschaften*

3. Адпаведнікі для астатніх 10 беларускіх адзінак (66%) утвораны аналітычным способам з дапамогай прыслоўяў па наступных мадэлях (табліца 2):

Т а б л і ц а 2

Аналітычныя нямецкія адпаведнікі

1	sich + ADV. + VERB	*дабегацца/ датанцавацца/ дачытацца/ дагуляцца (да стомы) – sich müde laufen/ tanzen/lesen/ spielen, даспявацца/дапецца (да хрыпаты) – sich heiser singen*
2	VERB + bis SUB	*даваявацца – kämpfen bis zum/zur…, давучыцца – lernen bis zum/zur Umfallen*

3. Семантыка нямецкіх і беларуских дзеясловаў часам супадае толькі часткова. Напрыклад, дзеяслоў *kaputtfahren*, *'(ein Auto) als Fahrer eines Fahrzeugs [bei einem Unfall] erheblich beschädigen'* — ‘моцна пашкодзіць аўтамабіль (у аварыі)’ не адпавядае больш шырокаму па значэнні бел. *даездзіцца*.

4. Паколькі канфікс *да- … -цца* не ўказвае на канкрэтны адмоўны вынік, а нямецкія адзінкі тыпу *sich müde laufen, lernen bis zum Umfallen* выражаюць адмоўны вынік дзеяння экспліцытна, узнікае праблема пошуку адэкватных спосабаў перакладу такіх адзінак.

ГІСТОРЫЯ І БЕЛАРУСАЗНАЎСТВА. ЯК МІНУЛАЕ ФАРМІРУЕ СУЧАСНАСЦЬ

М. А. Балкаров

РОЛЬ КЕРЕНСКОГО В СОБЫТИЯХ 1917 г.: АНАЛИЗ МЕМУАРОВ «ГАТЧИНА»

Двадцать пятое октября 1917 г. является переломным моментом в истории политического кризиса в России. Революционное правительство, возглавляемое Александром Фёдоровичем Керенским, столкнулось с внутренними и внешними вызовами, к которым Россия была не готова что, в конечном итоге, привело к её падению. Эта работа нацелена на освящение роли Александра Фёдоровича Керенского в кризисе Временного правительства в 1917 г. на основе анализа его мемуаров «Гатчина», как исторического источника.

После отречения Николая II, Александр Фёдорович начал свою карьеру во Временном правительстве как министр юстиции, но уже в июле 1917 года он занял должность министра-председателя Временного правительства. Будучи юристом по образованию, он начал свое политическое восхождение в качестве депутата IV Государственной думы, где быстро завоевал популярность благодаря ораторскому таланту. Его красноречие сделало его одним из лидеров Февральской революции, свергнувшей монархию. Его политическая деятельность в качестве главы Российской республики проявлялась в шаткой балансировке между умеренными социалистами и либералами, что по итогу привело к ненависти по отношению к нему и с той и другой стороны. Керенский стремился сохранить демократию в России, но его решения часто были непоследовательными. В октябре 1917 г. большевики свергли Временное правительство. Керенский бежал из Петрограда, пытался организовать сопротивление, но потерпел неудачу. Вскоре он эмигрировал, жил во Франции и США, написал мемуары «Гатчина», где описывал и в определенной мере оправдывал свои действия.

В своих воспоминаниях 79-летний бывший глава российского правительства составил список роковых ошибок 1917 года: «Не ознакомился со швейцарскими публикациями Ленина перед его возвращением – там было доказательство его изменнических призывов к «братанию», что давало повод для ареста. Не отстранил Корнилова сразу после его ультиматума. Не разоблачил заговор на Государственном совещании, пытаясь сохранить армию. Не порвал вовремя с эсерами». Главной же ошибкой, как осознал сам Керенский к концу жизни, стал отказ от форсирования мирных переговоров с Центральными державами. В 1966 г. в беседе с Л. Н. Кутаковым он утверждал, что Австрия была готова на мир еще за две недели до Октября. Несмотря на все его просчёты, А. Ф. Керенский и руководимая им Российская республика представляла собой один из возможных вариантов развития государственности.

А. В. Дубровка

ВОЛКОВЫСК В СОСТАВЕ ПОЛЬСКОГО ГОСУДАРСТВА В 1921-1939 ГОДАХ

Согласно Рижскому мирному договору от 18 марта 1921 г. Волковыск стал поветовым центром Белостокского воеводства в составе Польши. Польское правительство обязалась предоставить белорусам права, обеспечивающие свободное развитие культуры, языка и выполнения религиозных обрядов. Однако эти условия постоянно нарушались. Например, согласно тайному постановлению № 37 от 19 августа 1922 г., чиновники не польской национальности подлежали увольнению, что приводило к отстранению квалифицированных кадров и вызывало недовольство даже среди некоторых руководителей государственных учреждений (А.М. Загідулін, 2010). Ещё одним важным аспектом политики полонизации стало отсутствие белорусских школ вопреки многочисленным обращениям граждан. При проведении переписи населения белорусы часто не имели возможности свободно указать свою национальную принадлежность и свой родной язык.

Экономическое положение Волковыска в этот период характеризовалось застоем промышленности, снижением покупательской способности населения, низким уровнем заработной платы, которая в полтора-два раза отставала от центральной Польши, и высоким уровнем безработицы, достигшим 35 % от рабочих в 1931 г. Неэффективное решение земельного вопроса, при котором большая часть земель оставалась в собственности помещиков, а свободные земли раздавались польским осадникам, негативно сказывалось на экономическом положении крестьян. Всё это приводило к эмиграции белорусов в такие страны, как США и Палестину (Н. Быховец, 2015).

Несмотря на сложности и ограничения, город переживал и положительные изменения. Волковыск восстонавливался после Первой мировой войны, росло число жилых домов, выдавали беспроцентные ссуды на строительство. Активно развивалась торговля и предпринимательство: открывались магазины, рестораны, кафе, гостиницы, многие из которых работали допоздна. Создавались общественные организации, такие как Союз общественного труда женщин, оказывавшие медицинскую и социальную помощь, организовывали праздники для бедных детей. Значительно снизился уровень неграмотности среди населения.

Таким образом, в период 1921-1939 годов Волковыск столкнулся с политикой полонизации, экономическими трудностями и напряженностью в национальном вопросе. Тем не менее, после тяжелых лет войны город постепенно восстанавливался и приспосабливался к новым реалиям.

Л. П. Завішаў

НАЦЫЯНАЛЬНЫ ДЫСКУРС НА СТАРОНКАХ “НАШАЙ НІВЫ” З 1912 ПА 1915 ГОД

На сённяшні дзень ужо добра вядома, што “Наша Ніва” у час уласнага існавання з’яўлялася рухавіком беларускага нацыянальнага руху. Але яна, то бок газета, таксама з’яўлялася платформай для нацыянальнага дыскурсу, і абмеркавання безлічнай колькасці пытанняў, датычных беларусаў як нацыі, і пытанняў аб тым ці ўвогуле “маем мы права быць беларусамі”. Асабліва актыўна дыскусіі пачынаюцца ў 1914 г.

Напрыклад, у выпуску ад 9.01.1914 задаецца пытанне “Чаму нам не даюць жыць?” а выснова робіцца наступная – пакуль народ не ўсвядоміцца нацыянальна, беларусамі і далей будуць маніпуліраваць як “Несвядомай, цёмнай масай”. У гэтым жа выпуску, апублікаваны артыкул “Хто з намі, хто проціў нас” у якім ідзе размова аб тым, што зараз, калі беларускі нацыянальны і культурны рух развіваецца хутчэй і хутчэй з кожным днём, на беларусаў пачынаюць звяртаць увагу іншыя народы, як хаўруснікі, так і ворагі.

У выпуску ад 31.02.1914 г. апублікаван артыкул “Наша Праўда” у якім рэдакцыя сцвярджала, што беларускі народ надта доўга лічылі памерлым, але насамрэч ён жыў, і ўстамі сваіх лепшых сыноў змагаўся за ўласнае месца ў “кругу жывых і вольных” і што зараз настаў час яшчэ больш актыўна змагацца за гэтае месца.

7.03.1914 апублікаваны артыкул “Родная Мова” у ім падкрэсліваецца важнасць уласная мовы для кожнага народу, а асабліва народу беларускага. Лічаць там, што роднай мовай чалавека адарыў бог, і што сыны народу павінны любіць, шанаваць ды бараніць яе.

У нумары ад 27.03.1914 змешчаны артыкул “Па сваім шляху!” у якім беларусаў заклікаюць чытаць уласную літаратуры, да і далей працягваць ствараць літаратурныя творы на роднай мове.

У выпуску ад 06.06.1914 апублікаваны артыкул “А ўсё-ж такі мы жывем!” Падпісаны у канцы літарамі “І. Л.” – вядома, Іван Луцкевіч – Янка Купала. У якім ен піша, што з усіх бакоў лічаць нас часткай сваёй краіны.

Такім чынам, літаральна амаль на кожнай старонцы ў “Нашай Ніве” прысутнічае нацыянальны дускурс у тым, ці іншым памеры. Асабліва калі гаворка ізде пра 1914 год. З 1912 па 1913 год дыскурс значна менш актыўны, а ў 1915 г. ён знікае – замест яго нічога, акрамя ваеных навінаў. Верагодна, газета трапіла пад ваеную цензуру, і нацыянальны дыскурс прыбралі са старонак разам з беларускімі вершамі ды прозай.

М.А. Игнатчик

СОВЕТСКИЙ СОЮЗ В ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ БЕЛАРУСИ

Советский Союз – неотъемлемая часть истории Беларуси, по которому ностальгирует значительная часть современного общества. Имеет место быть и критика того времени. Насколько сильно разнятся ответы младших и старших поколений, показывает проведенное исследование.

Цель работы – выявить закономерности мнений и знаний молодежи об СССР в зависимости от их образования, пола и места проживания.

Объектом исследования является молодежь в возрасте 16-35 лет среди студентов и преподавателей МГЛУ.

Результаты исследования можно охарактеризовать следующим образом.

Респонденты 16-20 лет (70 %) чаще критикуют Советский Союз. Считают, что память о нем нужно критически переосмыслять. Редко интересуются историей своей семьи во времена СССР. В основном получают информацию из социальных сетей и Интернета.

Более старшие группы 21-35 лет показывают несколько иное отношение к Советскому Союзу, которое в основном положительное (30 %). Их позиция – сохранять память о том времени, углубленно изучать все аспекты истории.

В результате исследования выявилась проблема с нехваткой знаний у более младшей группы респондентов. Вне зависимости от пола, уровня образования и места проживания. А также неспособность к анализу событий и формированию выводов в основном у опрошенных со средним/средним специальным образованием.

Группы респондентов с высшим/незаконченным высшим образованием показали удовлетворительное знание истории СССР и способность к формированию причинно-следственных связей.

Женщины в отличие от мужчин оказались более лояльными к СССР, у них преобладает ностальгия и нейтральное отношение. Мужчины высказывались более радикально, особенно проживающие в Минске и малых городах. Женщины из сельской местности реже городских критиковали СССР и его влияние на современную Беларусь.

Подводя итог, можно сказать, что коллективная память об СССР у респондентов скорее положительная, сформированная особенностями постсоветского опыта и влиянием общественного мнения. Опрошенные продемонстрировали достаточные знания по истории Советского Союза и скорее пассивный интерес к советскому прошлому. Однако опрос показал, что доминирующее отношение характеризуется как устаревший опыт, нужно двигаться дальше, с учетом ошибок.

Д. В. Климович

ПРОБЛЕМА ПОЛОНИЗАЦИИ ШЛЯХТЫ НА БЕЛОРУССКИХ ЗЕМЛЯХ В XVI–XVIII ВВ.

Проблема полонизации белорусской шляхты в XVI–XVIII вв. остается актуальной, поскольку этот процесс существенно повлиял на историю и культурное наследие Беларуси. Данная проблема привела к трудностям возрождения национальной идентичности после распада СССР, т. к. полонизация шляхты привела к утрате многих культурных традиций и обычаев белорусского народа.

В исследовании мы будем использовать следующее определение: полонизация – это система мероприятий государственных органов, учреждений культуры и католического духовенства по ассимиляции белорусского народа. (И. Крень, 2002).

В связи с интегративными мероприятиями в общественной жизни в XVI в. белорусская шляхта переняла польский язык, культуру и образ жизни. Участие Речи Посполитой в военных конфликтах XVI–XVIII вв. лишь ускорило ее процесс – основу войска составляла польская и белорусская шляхта, активно взаимодействующая между собой во время военных действий. Помимо магнатов и крупной шляхты, в XVII–XVIII вв. полонизация также затронула дробную шляхту, верхушку мещанства и униатское духовенство. (И.А.Марзалюк, 2022).

Культурная и политическая элита Речи Посполитой говорила на польском языке, что в итоге привело к тому, что он стал государственным: «*…Отныне все решения должны составляться на польском языке; все прежние акты, записи, решения и показания сохраняют свою силу»*. (А. И. Азаров, 1960).

Польская шляхта занимала важные посты в правительстве Речи Посполитой, способствуя интеграции белорусской шляхты в польское общество, в том числе через крупных магнатов: *Вишневецких, Заславских, Калиновских и др.*

В заключение можно сказать о том, что полонизация была достаточно неоднозначным культурным явлением. Истоки данного процесса не следует рассматривать исключительно в акте Люблинской унии 1569 г. Тесное взаимодействие и взаимопроникновение польской культуры и культуры ВКЛ имело место как в XIV в., так и на протяжении XVII–XVIII вв. Имел ли процесс полонизации принудительный характер? Существует множество разных точек зрения, но, в моем понимании, полонизация имела добровольный характер. Данный процесс представлял собой постепенное слияние двух смежных культур, которые на протяжении веков плечом к плечу боролись с общими врагами, вели схожую внешнюю политику, имели общие культурные корни.

Я. Д. Лобанов

ГАЗЕТА «НАША НІВА» И ЕЕ РОЛЬ В РАЗВИТИИ БЕЛОРУССКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО ДВИЖЕНИЯ

На рубеже XIX–XX веков белорусское общество только начинало осознавать себя как отдельную культурную, политическую и языковую общность. В это время крайне важно было наличие идейного и просветительского центра, который бы не только информировал, но и вдохновлял, направлял, пробуждал народное самосознание. Таким центром и стала газета «Наша Ніва».

Идея создания белорусской газеты возникла у членов БСГ в конце лета 1906 года. В то время партия находилась на нелегальном положении, и необходимо было заняться легальным делом. Это и предложил сделать Иван Луцкевич, путем создания легальной газеты, которая получила название «Наша Ніва». Газета начала выходить 10 ноября 1906 года под редакторским руководством Александра Власова. «Наша Ніва» стала одним из первых устойчивых белорусских медиа-ресурсов, утвердивших язык народа в сфере публичной коммуникации. По этому поводу Янка Купала писал: «Янка Купала не быў бы Купалам без “Нашай Нівы”.

На страницах газеты печатались произведения классиков белорусской литературы – Якуба Коласа, Янки Купалы, Алоизы Пашкевич, Максима Богдановича. Характерно также, что среди авторов и издателей газеты были будущие лидеры БНР – Вацлав Ластовский, Дмитрий Жилунович, Бронислав Тарашкевич.

Редакция уделяла особое внимание исторической публицистике: под руководством Вацлава Ластовского выходили материалы, доказывавшие древность и самобытность белорусского народа. Публикации о деятельности Белорусского музыкально-драматического кружка и передвижного театра И. Буйницкого стимулировали создание новых общественных культурных инициатив и театральных трупп. Одним из ярких примеров влияния «Нашай Нівы» является её вклад в формирование национальной идентичности через символику и культуру. Так, в газете обсуждались вопросы герба и флага будущей белорусской державы, поднимались темы истории ВКЛ, белорусского языка, публиковались переводы и обзоры европейской литературы.

С моей точки зрения «Наша Ніва» стала не просто газетой, а национальным институтом. В условиях отсутствия собственного государства, независимой системы образования и культурных центров, она смогла стать тем камнем, вокруг которого начали строиться основы национальной идентичности.

Д. В. Музыка

ГЕНОЦИД МИРНОГО НАСЕЛЕНИЯ В БЕЛАРУСИ (1941–1944) (на примере Пуховичского района)

В апреле 2021 г. Генеральная прокуратура Республики Беларусь возбудила уголовное дело по факту геноцида населения Беларуси в годы Великой Отечественной войны и в послевоенный период. Новые данные, полученные в ходе начатого расследования, свидетельствуют о том, что в период германской оккупации Беларусь потеряла каждого третьего жителя. В соответствии с актами Минской областной и Пуховичской районной комиссий ЧГК, только на территории Пуховичского района было уничтожено полностью и частично 137 населенных пунктов, истреблено 4956 мирных советских граждан, в том числе женщин, детей и стариков, а также военнопленных.

Одной из них является деревня Березянка Пуховичского района. Это была лесная деревенька, куда часто наведывались партизаны. Жители помогали им, чем могли. Об этом узнали немцы. Ранним утром 6 сентября 1943 г. в деревню пришли каратели. Фашисты начали загонять людей в конюшню, после ее подожгли, а тех, кому удавалось вырваться, каратели расстреливали из пулемета. Было убито 39 человек и разрушено 19 домов.

Документы, известные сегодня, открывают еще одну трагическую страницу. На территории района систематическим преследованиям и тотальному уничтожению подвергалось еврейское население в рамках нацистской политики «окончательного решения еврейского вопроса». В поселках и деревнях района – Марьиной Горке, Дукоре, Задощенье, Руденске, Тальке, Узлянах, Шацке – было уничтожено 3465 человек местного еврейскоого населения.

С первых дней оккупации района захватчики приступили к грабежам и убийствам мирного еврейского населения. Так, в Марьиной Горке, Пуховичах, Шацке еврейские семьи были согнаны в гетто. Людям на грудь нашивали жёлтые заплаты. Во второй половине сентября 1941 г. фашистами было принято решение провести «акцию против местного еврейского населения». Местом трагедии была избрана Попова Горка недалеко от деревни Блонь, в 4 километрах от Пухович.

22 сентября 1941 г. стал днем массового расстрела еврейского населения. Евреев заставляли раздеться в свинарнике, а затем подняться на Попову Горку группами по 10 человек. Их ставили в ряд и открывали огонь из автоматов. Детей бросали в могилу и хоронили заживо. Еще несколько дней земля шевелилась от того, что некоторые люди были похоронены заживо.

В 2016 г. учащимися Пуховичской средней школы в память о погибших жителях д. Березянка высажена кедровая аллея недалеко от деревенской школы. По прошествию 75 лет со дня трагедии был разработан проект мемориального комплекса на Поповой Горке, в 2018 г. начаты работы по его возведению.

Подобная трагедия не должна повториться никогда. Мы сохраним память об этих страницах истории моей малой Родины.

А. А. Прыходзька

ЖАНЧЫНЫ БЕЛАРУСІ Ў ВЫПРАБАВАННЯХ ВЯЛІКАЙ АЙЧЫЙНАЙ ВАЙНЫ

(на прыкладзе Таццяны Андрэеўны Бароўскай)

Асабістыя ўспаміны з'яўляюцца важнай крыніцай гістарычнай памяці. У нашым выпадку размова ідзе пра вусны расповед маёй зямлячкі, ураджэнкі Лельчыцкага раёна Таццяны Андрэеўны Бароўскай.

Паводле яе ўспамінаў, у студзені 1943 года тураўскія паліцаі ў складзе нямецкага паліцэйскага атрада адправіліся на правядзенне карнай акцыі. Прычынай яе стаў разгром партызанамі пад камандаваннем Каўпака нямецкай калоны ў чатырох кіламетрах ад вёскі Тонеж на шашы з Лельчыц у Тураў.

Цяпер гэта самая звычайная палеская вёска. У самым яе цэнтры, на тэрыторыі цвінтара, знаходзіцца абеліск, вядомы ўсім. Нельга прайсці каля яго і не прачытаць надпіс: «Здесь похоронены 262 жителя деревни Тонеж, зверски замученные немецко-фашистскими захватчиками 6 января 1943 года».

Як успамінала Т. А. Бароўская, гэта лічба магла быць на аднаго чалавека большай. Калі ў вёску прыехалі карнікі, яны пачалі зганяць людзей, якія здагадаліся, што на смерць. Калі нехта адмаўляўся ісці, яго забівалі на месцы. Немцы і паліцэйскія ні шкадавалі нікога: ні малога, ні вялікага.

Людзі стаялі, каля цвінтара, непадалек ад разбуранай царквы, у якую немцы загадалі людзям зайсці. Пасля паставілі кулемёты у праёмы вокан і ў гэты момант усе жырахы зразумелі, што яны у пасцы. Жанчыны прытулялі да сябе дзяцей, каб неяк абараніць. У гэта час нямецкі камандзір нешта скамандаваў, пасля чаго пачулася, як шчоўкнулі затворы кулямётаў. Нейкія жанчыны ў гэты момант ставалі на калені і пачыналі маліцца, каб неяк зберагчысь. Сярод гэтых людзей і была маці чатырох дзяцей – Таццяна Андрэеўна Бароўская.

У адзін момант афіцэр падняў руку з чорнай скураной пальчаткай, і адразу ўсе заціхлі, навта дзеці, якія дагэтуль пакалі. Усе чакалі, што адбудзецца далей. І пасля таго як немецкі афіцер апусцій сваю руку, адразу з кулемётау паляцелі вогненныя струмені, якія падразалі людзей як снапы. Вяскоўцы кідаліся, хто куды ў надзее ўратавацца. Але кулямёты стралялі і стралялі. З кожнай хвілінай натоўп радзеў, Ва ўспамінах гаворыцца, што яна ўжо не памятала, як апынулася пад купай забітых жаночых цел. Але потым навакол стала ціха, толькі немцы хадзілі і дабівалі, тых хто застаўся ў жывых. Падышлі яны і да Тацянны Андрэеўны. Яна адчула нешта балючае, нібы ёй аппякло руку і пасля чаго знепрытомнела. Пасля гэтых зверстваў карнікі аблілі кожны дом бянзінам і падпалілі. Таццяна праляжала сярод трупай аднасяльчан да вечара, а з наступленнем цемры без абутку, параненая, знямоглая, яна накіравалася ў лес. Незвяртаючы ўвагі ні на што, яна бегла расказаць людзям пра зверствы карнікаў. На ўзлеску яе падабралі вяскоўцы. Пасля гэтага яна доўга знаходзілася ў партызанскім шпіталі.

Гэта толькі адзін прыклад з ваеннага лёсу беларускай жанчыны, якая мужна змагалася за перамогу. Але колькі застаецца яшчэ не вядомых імён і подзвігаў жанчын, якія ўнеслі вялікі ўклад у барацьбе за нашу будучыню.

А. С. Рудова

КРАСНЫЙ БЕРЕГ: МЕСТО ПАМЯТИ И ОБЪЕКТ МЕМОРИАЛИЗАЦИИ

Мемориальный комплекс «Красный Берег» находится в агрогородке Красный Берег, Жлобинского района, Гомельской области. Он расположен на месте концлагеря, где узников использовали в качестве доноров для немецких солдат. На территории учхоза Красный Берег немцы организовали детский концлагерь. «…в июне 1944 года на территории учхоза Красный Берег немцы создали сборный пункт для детей в возрасте от 8 до 14 лет... насильно отнимали в Жлобинском, Рогачевском…и других районах и сгоняли их на сборный пункт… дети проходили медицинский осмотр в комиссии…грузили на станции Красный Берег в поезд и отправляли в Германию для взятия крови на лечение раненых немецких офицеров. Всего увезли 1990 детей, в том числе 15 детей из Краснобережского сельсовета...фамилии остальных 1975 детей комиссией не установлены [...]» (акт комиссии Краснобережского сельсовета, 20 ноября 1944 г.) 15 детей также упоминались в заявлении ветврача учхоза «Красный Берег» Жлобинского района Дарьи Кузьминичны Капчановой от 17 ноября 1944 года. Известно, что дети не только переправлялись в Германию, но и оставались в пределах Красного Берега для немецких солдат, обосновавшихся в близлежащем госпитале.

Этот памятник посвящён детям, погибшим во время Великой Отечественной войны. Идея мемориала возникла на основе документов Чрезвычайной государственной комиссии 1944 года, где описаны зверства нацистов. Эти данные стали основой для концепции мемориального ком-плекса "Красный Берег", которая основана на идее памяти и скорби о детях, погибших во время Великой Отечественной войны. Центральным символом является бронзовая скульптура девочки-подростка (бронза, автор А. Финский), которая олицетворяет боль, беззащитность и трагедию войны. Она стоит на камнях красного цвета, которые олицетворяют кровь детей-доноров.

Комплекс включает: 1. Мёртвый класс (21 белоснежный блок): пустой учебный класс с белыми партами, символизирующий детей, которых насильно угоняли. На школьной доске воспроизведено письмо Кати Сусаниной, ставшей прообразом скульптуры. На тыльной стороне классной доски изображена карта Беларуси, где отмечены еще 16 концентрационных лагерей, в которых содержались дети. 2. Аллея памяти: разноцветные плитки, символизирующие разнообразие судеб детей. 3. Площадь солнца: белый парус бумажного кораблика с именами детей, окружённый витражами, созданными на основе их рисунков.

Авторами проекта мемориального комплекса «Красный Берег» являются архитектор: Леонид Левин, скульпторы: Михаил Петруль и Александр Финский. Художники: Светлана Каткова, А. Великжанов, М. Свистунов и А. Шестопалов.

Они стремились создать пространство, которое бы глубоко тронуло сердца посетителей, чтобы через символику и аллегории напомнить о трагедии детей, погибших во время войны.

А. А. Рылач

ПОЛИТИКА БЕЛОРУСИЗАЦИИ В КОНТЕКСТЕ СОВЕТСКОЙ НАЦИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ 1920-х ГОДОВ

Белорусская ССР в начале 1920-х гг. была многонациональным государством. Белорусы преимущественно заселяли сельскую местность, в то время как в городах преобладали этнические меньшинства (русские, евреи). Под воздействием процесса территориального самоопределения белорусского народа, белорусскими деятелями была заложена основа политики белорусизации. Данная политика предусматривала развитие белорусского языка, а также его установление как официального во всех организациях. Также целью стало увеличение количества белорусов в государственном аппарате.

Во время белорусизации произошел подъём культуры и укрепление самоопределения белорусов. Белорусский язык, обреченный на вымирание, стал государственным. Основная крестьянская масса в части этнических белорусских земель избежала денационализации. Янка Купала писал: «Для восстановления великой Польши «от моря до моря» необходимо переступить Беларусь, для восстановления великой России от Белого до Чёрного моря необходимо растоптать Беларусь». Было издано много литературы, в театрах ставились постановки, делопроизводство перевели на белорусский. Белорусизация подарила нашей культуре множество послевоенных писателей, живописцев и деятелей, которые получали образование во время проведения политики.

Тема белорусизации популяризировалась в 1980-1990-е гг., после появления новых источников и огласки имен деятелей того времени. Согласно белорусским ученым, белорусизация – это преодоление дорево-люционных проблем национального дискурса, а также способ повышения образованности населения. В наше время популярно мнение, что белорусизация – один из факторов формирования симпатии к советскому правительству среди белорусских национальных меньшинств Польши и Литвы. На Западе исследователи считают, что белорусизация – инструмент для достижения политических целей, как и другие политики СССР.

Первыми среди белорусов подробно изучили данную политику Леонид Лыч и Алексей Король. По их мнению, причины белорусизации кроются в национальном движении XX века и в инициативах интеллигенции. Тема белорусизации относительно изучена историками, по ней была подготовлена только одна диссертация. На данный момент историки считают, что данная политика – административный механизм Советов, дискутируется влияние интеллигенции.

С. А. Сысоева

ЗАБЫТОЕ НАСЛЕДИЕ: ТВОРЧЕСТВО ХУДОЖНИКОВ ГРОДНЕНЩИНЫ В КОНТЕКСТЕ ИСТОРИЧЕСКОЙ ЭПОХИ

Цель работы – выявить вклад художников с Гродненщины в развитие изобразительного искусства Беларуси.

XIX век стал временем разнообразия художественных стилей и направлений, каждое из которых отражало изменения в обществе и культуре. Ведущими стилями являлись романтизм и реализм. Романтизм акцентировал внимание на эмоциях, индивидуализме и природе. Реализм же стремился отразить повседневную жизнь и социальные проблемы.

Работы Казимира Альхимовича, такие как «Жатва» и «Похороны Гедимина», демонстрируют глубокое понимание человеческой души и социальных реалий, что было характерно для реалистов. Однако его романтические корни проявляются в эмоциональной насыщенности и выразительности.

Работы Викентия Дмоховского в раннем реализме и пейзажной живописи отражает интерес к природе и повседневной жизни, что было актуально в контексте формирования национальной идентичности.

Картины Станислава Жуковского, такие как «Май» и «Разъезд на рассвете», демонстрируют мастерство в передаче атмосферы и эмоционального состояния природы. Его участие в выставках передвижников также подчеркивает его связь с более широким художественным сообществом и его влияние на белорусскую живопись.

Работы Владимира Теребуна часто отражают гражданскую позицию, стремление к самовыражению и глубокую связь с белорусской культурой. Участие в выставках, как в стране, так и за границей, подчеркивает его международное признание и влияние на развитие белорусского искусства.

Тем не менее, проблема творчества всех упомянутых художников заключается в их недостаточной известности за пределами Беларуси. Хотя их работы хранятся в мировых музеях, они все еще не получили должного признания на международной арене.

Для сохранения и популяризации художественного наследия в процессе нашего исследования был создан сайт, на котором можно ознакомиться с работами упомянутых ранее художников и узнать, где размещены эти работы. (ссылка на сайт http://project12846207.tilda.ws/)

А. У. Травіна

ШЛЯХЕЦКАЯ ДЭМАКРАТЫЯ ЯК АСНОЎНАЯ ПРЫЧЫНА ЗАНЯПАДУ РЭЧЫ ПАСПАЛІТАЙ

Нельга адмаўляць, што прычын заняпаду Рэчы Паспалітай было некалькі, аднак я жадаю звярнуць больш увагі менавіта на шляхецкую дэмакратыю і падкрэсліць яе ролю ў знікненні гэтай дзяржавы.

У Наказе Гродзенскага павятовага сейміка паслам на Варшаўскі сейм аб заняпадзе Рэчы Паспалітай і яго прычынах 22 марта 1773 года напісана, што *крыніца крызісу краіны - гэта пастаяннае бескаралеўе, з-за якога лёгка ўзнікаюць беспарадкі. Не забяспечана прыняцце рашэння сеймамі, чаму і няма ні ўнутранай, ні знешняй бяспекі. Няма сілы, якая забяспечыла б выкананне законаў.* З гэтага дакумента можна зразумець, што менавіта ўнутраная палітыка ў першую чаргу паслабляла дзяржаву. Звяртаючыся да крыніц бескаралеўя, трэба нагадаць, што ў 1572 годзе памёр апошні прадстаўнік дынастыі Ягелонаў, што пакінула дзяржаву без лідара. Пасля гэтага пачалася чарада выбарных манархаў, на якую даволі проста было паўплываць. Таксама магнаты ці шляхта маглі падкупіць ўдзельнікаў сейма, каб тыя ў пэўны час выкрыкнулі “liberum veto” і не далі магчымасці выбраць непажаданага караля. Іншыя ж слаі насельніцтва зусім не мелі права ўдзельнічаць у жыцці дзяржавы. Па Канстытуцыі 3 мая 1791 года ў сеймах маглі ўдзельнічаць мешчане, але толькі буйнейшых гарадоў, якімі ў Вялікім Княстве Літоўскім лічыліся Вільна і Магілёў. Але ў такім выпадку жыхары гарадоў усё роўна не мелі роўныя з шляхтай правы, таму што яны ўдзельнічалі ў сеймах у якасці аблегатаў. Якім жа чынам мы прыйшлі да адсутнасці моцнага манарха і цэнтралізаванай улады?

На маю думку, праз занадта вялікае пашырэнне правоў шляхты. Першае такое дакументальна зафіксаванае павелічэнне правоў адбылося пры князі Александры ў 1492 годзе. Але ў гэты час, канешне, нельга размаўляць пра Рэч Паспалітую. Аднак можна зразумець, што праблема абмежавання манарха з'явілась яшчэ да стварэння агульнай дзяржавы, інакш кажучы, можна дапусціць, што да ўзнікнення Рэчы Паспалітай прыйшлі ўжо з гэтым пытаннем. Звяртаючыся да меркаванняў замежных гісторыкаў, напрыклад, брытанскага гісторыка Рычарда Батэрвік-Паўлікоўскага, трэба працытаваць: *канец дзяржавы трэба ацэньваць не толькі праз раздзелы, а варта вярнуцца да глыбокага крызісу, які цягнуўся больш за 70 гадоў, з сярэдзіны XVII да першых дзесяцігоддзяў XVIII стагоддзя.* На маю думку, вельмі цяжка знішчыць дзяржаву праз знешні ўплыў, калі ўнутры яна моцная, таму я лічу, што шляхецкую дэмакратыю як велізарную частку ўнутранай палітыкі можна лічыць адной з галоўных прычынай заняпаду Рэчы Паспалітай.

А. Ю. Шукалович

ПАРТИЗАНСКАЯ БОРЬБА В ЗАПАДНОЙ БЕЛАРУСИ (1921 – 1925)

В результате неудачной для большевиков Польско-советской войны территория Западной Беларуси отошла Польше согласно Рижскому мирному договору 18 марта 1921 года. Несмотря на положения Конституции Польши 1921 года, мирного договора и международные соглашения, на деле демократические права часто и грубо нарушались. На оккупированных землях поляки проводили политику усмирения национальных белорусских устремлений путём полицейского террора и масштабной полонизации. Эти факторы поспособствовали радикализации национально-освободительной борьбы на западнобелорусских землях в первой половине двадцатых годов.

Период первой половины двадцатых годов характеризовался преимущественно вооружёнными, партизанскими методами. Партизаны совершали нападения на полицейские участки, жгли дома помещиков. К примеру, жители деревень Олонец, Засковичи, Рудня и Ганута организовали боевую группу под руководством Филиппа Яблонского. Позже Филипп Яблонский был назначен Станиславом Ваупшасовым начальником партизанской борьбы в Ошмянском повете, а братья Васили Раки – в район Вилейки и Молодечно. В пиковый момент количество партизан достигло 6 тысяч человек. За 1924-1925 год ими было проведено около 280 вылазок. Наиболее известными организаторами партизанской борьбы являются коммунисты Кирилл Орловский, Станислав Ваупшасов, Василий Корж и Александр Рабцевич.

Не молчали и белорусские рабочие. С 1921 по 1922 годы по всей Западной Беларуси пронёсся ряд забастовок, а наибольший размах забастовочное движение приобрело в 1923 году и рабочие продолжали выходить на протесты.

Важную роль в борьбе сыграла Коммунистическая партия Западной Беларуси (КПЗБ). Члены КПЗБ действовали подпольно, издавая многочисленные газеты и журналы и часто вывешивая красные полотна с революционными лозунгами. Коммунистическую партию Западной Беларуси нельзя рассматривать единым центром национально-освободительной борьбы, поскольку помимо неё существовало много иных партий. И хотя они во многом не были похожи друг на друга, их объединяла общая цель: создание белорусской государственности.

В межвоенный период территория Западной Беларуси по результатам Советско-Польской войны оказалась в составе Польши, где местное население столкнулось с сильным национальным угнетением со стороны польских властей. В связи с этим местное белорусское население в первой по начало партизанскую борьбу против помещиков и полицейского террора. Также активно бастовали рабочие, создавались политические партии, велась подпольная деятельность.

А. Г. Березовская

БРИТАНСКАЯ АНИМАЛИСТИЧЕСКАЯ ПРОЗА XIX–XX ВЕКОВ: ЭТАПЫ СТАНОВЛЕНИЯ

Актуальность исследования обусловлена возрастающим интересом к анималистической прозе как особому литературному жанру, который фиксирует трансформацию отношений между человеком и природой. Особое внимание в работе уделено эволюции образов животных, через которые раскрывается специфика эстетического, этического, экологического и философского сознания разных эпох.

Цель исследования – выявление ключевых этапов в эволюции британской анималистической прозы в XIX–XX века. *Материалами для исследования* послужили работы М. Н. Эпштейна, Х. Ритво, Д. Перкинса, С. Бейкера. В процессе исследования применялись **диалектический** и **дедуктивно-индуктивный методы.**

В ходе исследования установлено, что британская анималистическая проза прошла, как минимум, пять основных этапов развития: 1) ранние проявления анималистики (до середины XIX века) с доминированием аллегорического изображения животных; 2) формирование самостоятельной тематической группы (конец XIX века), ознаменованное появлением эмпатического подхода к животным; 3) натуралистическая и реалистическая анималистика (начало XX века), которая делала акцент на научно обоснованном отражении в художественном произведении животного сознания; 4) философская и социальная анималистика (середина XX века), использующая образы животных для социально-философской рефлексии; 5) экологическая и мифологическая анималистика (вторая половина XX века), характеризующаяся экологической осознанностью у авторов данного направления. Выявленные этапы отражают изменение восприятия животных в обществе: от объектов символизации до полноправных субъектов повествования, обладающих своим внутренним миром. Особое значение в развитии экологического направления в анималистике имело творчество Дж. Даррелла, синтезировавшего в своих произведениях документалистику, научное знание и художественную прозу; его достойным подражателем стал Джеймс Альфред Уайт, писавший под псефдонимом Джеймс Хэрриот.

Практическая ценность исследования заключается в возможности использования данной периодизации в качестве теоретической основы для анализа британских анималистических произведений. Перспектива дальнейшего исследования предполагает сопоставление периодизации британской анималистки с европейской и мировой.

Я. В. Бессонова

СЛОЖНЫЙ КУЛЬТУРНО-ЭСТЕТИЧЕСКИЙ И ПОЛИТИЧЕСКИЙ КОНТЕКСТ ТВОРЧЕСТВА КРИСТЫ ВОЛЬФ

Термин «*Bitterfelder Weg»*, введённый критиком М. Йенсом для обозначения «умеренного соцреализма» 1960-х, характеризует ту литературную нишу, которую занимала Криста Вольф в культурной системе ГДР. Отказавшись от плакатной риторики раннего социалистического реализма, она развивала традиции немецкого психологического романа (Т. Манн, Г. Гессе), обогащая их элементами модернистской поэтики. Роман «*Размышления о Кристе Т.»* (1968), вызвавший споры из-за чрезмерной субъективности, стал манифестом этого направления, определенного литературоведом У. Хойером как «социалистический бидермейер».

Послевоенное разделение Германии на зоны оккупации, завершившееся образованием ФРГ и ГДР в 1949 году, сформировало противоположные культурные парадигмы. Криста Вольф, начавшая свой творческий путь в ГДР, оказалась в эпицентре идеологического противостояния. Уже в повести «*Прибытие в повседневность»* (1961) проявляется стремление соединить социалистическую доктрину с тонким психологизмом и экзистенциальной рефлексией.

Сотрудничество Вольф с Министерством государственной безопасности ГДР, зафиксированное в рассекреченных документах, свидетельствует о сложном компромиссе между внешним принуждением и внутренним желанием сохранить творческую автономию. В рассказе 1979 года «Что остается», опубликованном лишь после объединения Германии, Вольф исследует этику компромисса, феномен самоцензуры и символику тотального контроля через форму дневника. Текст стал предметом ожесточённых дебатов, вызвав упрёки в позднем раскаянии, но одновременно обозначил поворот к честному и травматическому самораскрытию, что сделало его значимым примером литературы памяти.

Её творчество демонстрирует, как официально дозволенные литературные формы – жанры, стилистические приёмы, эстетические рамки – становятся средством подрыва идеологических догм. Эта стратегия делает писательницу важнейшей фигурой реализма поздней ГДР, где эстетика становится формой этического сопротивления. Таким образом, творчество Кристы Вольф остаётся примером того, как литература может сохранять гуманистическое ядро даже в условиях политического давления и цензуры.

А. А. Гавриленко

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРИЕМЫ ВЫРАЖЕНИЯ ИРОНИИ В ДЕТЕКТИВНЫХ РОМАНАХ САН-АНТОНИО

Романы Сан-Антонио принадлежат к той разновидности детективов, которые называют «детективами действия», «чёрными или «крутыми». Их называют также и «американскими», поскольку возникли такого рода криминальные произведения в США в начале тридцатых годов, когда страну захлестнула волна бандитизма и гангстерских разборок. Изменилсяи образ главного героя. Место сыщика-интеллектуала теперь стал занимать парень с крепкими кулаками. Чаще всего это частный детектив, который проводит расследование, не только шевеля мозгами, но и вступая в прямое физическое единоборство с преступниками. Основная черта романов Сан-Антонио – это специфический, порой мрачноватый и злой юмор, переходящий в комическую иронию. Ирония – троп, состоящий в употреблении слова в смысле обратном буквальному с целью тонкой или скрытой насмешки; насмешка, нарочито обличенная в форму положительной характеристики или восхваления (О.С. Ахманова, 1969).

Для создания комического эффекта и пикантности ситуаций автор использует стилистические приемы на всех уровнях языка.

На лексическом уровне Сан-Антонио обращается к авторским неологизмам *fulminer* ‘метать громы и молнии’, *grumelocher* ‘*запекаться*’, *fumelard* ‘курильщик’. Некоторые из острот, построенные на игре слов, по большей части непереводимы. *Il y a huit jours que je suis sorti de l’hosto et je commence à trotter comme* ***un lapinoscof***. ‘Неделю назад меня выписали из больницы, и я начинаю потихоньку **ковылять**’(Сан-Антонио, 1950).

На стилистическом уровне ирония выражается в личностных характеристиках персонажей.*Ce matin, en m'apercevant dans la glace de ma salle de bains, j'ai fait un petit salut au type qui me regardait et qui ressemblait au cousin du negus. Il m'a fallu au moins dix minutes pour comprendre que le cousin du négus c'étaitmoi. J’avais* ***une de ces tronches*** *!....*‘Взглянув в то утро в зеркало, я дружески кивнул смотревшему на меня типу, здорово напоминавшему кузена императора Эфиопии. Мне понадобилось не меньше десяти минут, чтобы понять, что кузен императора – это я сам. У меня была такая рожа!’

Автор добивается иронического эффекта посредством разнообразных стилистических фигур, таких как эпитет, гипербола.*Je lui réponds que je me fous du règlement comme de mon premier bavoir…* ‘Я отвечаю, что мне плевать на правила так же, как на мой первый слюнявчик…’(Сан-Антонио, 1950).

Таким образом, ирония является не просто украшением текста, но и важным инструментом для создания определенной авторской позиции и передачи специфического взгляда на мир, характерного для романов Сан-Антонио.

М. С. Градобоева

СИМВОЛИЗМ ВРЕМЕНИ И ПРОСТРАНСТВА В СЦЕНАРИИ АЛЕНА РОБ-ГРИЙЕ “L’ANNÉÉ DERNIÈRE À MARIENBAD”

По сценарию Алена Роб-Грийе был поставлен фильм «В прошлом году в Мариенбаде» — загадочное произведение, в котором пространство и время становятся символической основой для исследования экзистенциальных тем.

Исследуя пространство и время автор и создатели фильма разрабатывают многослойную атмосферу драмы, активными участниками которой становятся психологические кризисы персонажей.

Пространство отеля в стиле барокко огромно и шикарно *(“c'est un hôtel immense, luxueux, baroque”)*, бесконечные коридоры, перегруженные украшениями *(“des couloirs interminables succèdent au couloirs (...) surchargés d'un décor sombre et froid de boiseries, de stuc, de panneaux moulurés, marbres, glaces noires, tableaux aux teintes noires, colonnes, lourdes, tentures”)* пересекаются с другими, создавая иллюзию лабиринта *(“de couloirs transversaux, qui débouchent à leur tour sur des salons déserts”)*. Из совокупности этих бесконечных коридоров трудно найти выход *(“Une fois de plus - je m'avance, une fois de plus, le long de ses couloirs, à travers ces salons, ces galeries, dans cette construction”)*. Ощущение потерянности и замкнутости усиливается семантикой цвета - тёмным и холодным *(“d'un décor sombre et froid, tableaux aux teintes noires”)*, унылым декором *(“lugubre, silencieux, déserts”)*, а величественные формы давят *(“colonnes lourdes”)*.

Это замкнутое и пустынное пространство Мариенбада не просто фоновое место, оно подчеркивает одиночество и экзистенциальное отчуждение героев, в котором общение становится источником переживаний *(“Ai-je donc tellement changé? Ou bien faites-vous semblant de ne pas me reconnaître?* Персонажи изолированы *(Dans toutes ces images de l'hôtel, il n'y a jamais de fenêtres; ou, en tout cas, on ne voit jamais le paysage extérieur, ni même les vitres”)*. В отеле нет окон и никогда их не было, никто никогда не видел внешнего пейзажа. Также и в диалогах нет определённости *(“Nous parlions de n'importe quoi - du nom des statues, de la forme des buissons, de l'eau des bassins. Ou bien nous ne parlions pas du tout”)*. Через эти диалоги проступают внутренние конфликты и тревоги персонажей.

Каждое место в отеле становится пространством поиска и выбора, которые абсурдно ведут к безвыходным ситуациям *(“C'était toujours des murs – partout, autour de moi - unis, vernis, sans la moindre prise, c'était toujours des murs...”)*.

Время в произведении создает ощущение застревания в бесконечном круге, оно циклично. Память в восприятии прошлого субъективна, она демонстрирует свою шаткость *(“Si… Non… J'ai eu autrefois un bracelet de ce genre.; Et qu'est-il devenu; Je ne sais pas. J'ai dû le perdre; Il y a longtemps?; (après une hésitation) Je ne me rappelle plus”).* Воспоминания ненадежны

(“Quelques mois, quelques heures, quelques minutes. (Un temps.) Quelques secondes encore… comme si vous hésitiez vous-même encore avant de vous séparer de lui…”). Главный герой переживает внутренний кризис *(“Il ne semblait pas avoir de but précis. Il a fait allusion au concert de la veille, je crois, … ou bien c'est vous qui, la première, vous êtes mise à en parler…Non… Non… Je ne me souviens plus… Je ne me souviens plus moi-même, (Un temps, puis, d'une voix très lasse.) Je ne me souviens plus”).*

Бесконечно повторяющиеся локации и ощущение “застревания” во времени свидетельствуют об испытываемом экзистенциальном кризисе *(“Et une fois de plus je m'avançais le long de ces mêmes couloirs, marchant depuis des jours, depuis des mois, depuis des années, à votre rencontre…Il n'y aurait pas d'arrêt possible, entre ces murs, pas de repos”).*

Таким образом, в “L'année dernière à Marienbad” Алена Роб-Грийе время и пространство трансформируются в ключевые символы экзистенциального кризиса: персонажи находятся в ловушке временной петли, ложности ощущения свободы и независимости. Атемпоральное состояние окружающей среды углубляет экзистенциальный страх, создавая ощущение эфемерности памяти и идентичности, обреченной на метафизическую ловушку. Причудливая архитектура и мрачная обстановка служат символом запутанности человеческой жизни.

А. В. Дорох

ФУНКЦИИ ИРОНИИ В РОМАНЕ «БЛАГИЕ ЗНАМЕНИЯ» Н. ГЕЙМАНА И Т. ПРАТЧЕТТА

Юмор – это не просто развлечение, а важный элемент нашей жизни, который помогает нам справляться с трудностями. Многие исследователи видят его функцию в том, чтобы высмеивать не злободневные и не критичные, а скорее странные и необычные вещи, вызывая тем самым у аудитории добрую реакцию – от улыбки и легкой насмешки до искреннего смеха и сочувствия.

Британская литература знаменита своим юмором, особенно иронией и сатирой, что хорошо видно в произведениях таких авторов, как О. Уайльд, У. Шекспир, Дж. Г. Байрон, Б. Шоу, Дж. Чосер и Дж. Свифт. Ирония как вид иносказания является важной составляющей этого юмора. Н. Гейман и Т. Пратчетт – мастера иронии в современной британской литературе, что блестяще демонстрирует их совместное творение – юмористическое городское фэнтези «Благие знамения» (*Good Omens*, 1990).

Ирония в литературе, создавая комический эффект, часто раскрывает персонажей. Например, имя второстепенной героини *Anathema Device* в романе – оксюморон, сочетающий оккультную деятельность героини с ее рационализмом и стремлением к науке.

Авторы романа «Благие знамения», где главными героями являются ангел Азирафаэль и демон Кроули, иронично переосмысливают библейские мотивы, в том числе представляя всадников Апокалипсиса в современном обличье: Война – торговка оружием, Голод – владелец фастфуда, Загрязнение – эколог. Только Смерть сохраняет свою традиционную роль.

В романе «Благие знамения» юмор часто проникает и в сферу поп-культуры, особенно комиксов. Используя название «Тадфилдская Лига Справедливости» (*The Justice Society of Tadfield*) для компании друзей Адама, Т. Пратчетт и Н. Гейман создают ироничную аллюзию на «Лигу Справедливости Америки» (*Justice League of America*) из издательства комиксов DC Comics. Эта параллель высмеивает культ супергероев, которых комиксы наделяют почти божественными способностями. В отличие от них, «Тадфилдская Лига Справедливости» – это обычные дети, лишь один из которых обладает особыми возможностями.

Итак, анализ иронии в романе Н. Геймана и Т. Пратчетта «Благие знамения» показал, что авторы используют экспрессивный потенциал данного приема в полной мере. Роман высмеивает серьезность и пафос конца света, показывая его как хаотичное событие путем отказа Антихриста подчиниться судьбе, несмотря на предзнаменования. Мысль, к которой подводят читателей Н. Гейман и Т. Пратчетт и к которой Кроули и Азирафаэль стараются привести других, заключается в том, что судьбу Земли должны решать не высшие силы, а те, кто живет на ней. Именно в руках человека находится судьба нашего мира.

Е. Ю. Лежнюк

СИСТЕМА КОМПОЗИЦИОННЫХ ФОРМ РЕЧИ В РОМАНЕ Б. КИНГСОЛВЕР «ДЕМОН КОППЕРХЕД»

В истории развития поэтики, риторики, стилистики композиционно-речевые формы имели разные названия: «способы изложения, представления», «речевые формы», «типы текста», «функционально-смысловые типы, формы выражения». Российские лингвисты, такие как В. В. Виноградов, относили их к «композиционно-речевым категориям литературы», М. М. Бахтин использовал понятие «композиционно-стилистическая форма». Существуют также и другие наименования композиционно-речевых средств. Традиционно основными композиционно-речевыми формами считаются «повествование», «описание», «рассуждение». Количество и виды композиционно-речевых форм различны у различных исследователей. В данном исследовании мы принимаем традиционную номенклатуру композиционно-речевых форм, среди которых повествование, описание и рассуждение.

Роман «Демон Копперхед» (*Demon Copperhead*, 2022) современной американской писательницы Барбары Кингсолвер отличается не только захватывающим сюжетом, но и характеризуется богатством композиционно-речевых форм, которые позволяет погрузиться в мир произведения и раскрыть его тайны.

Демон Копперхед» – один из недавних романов Б. Кингсолвер, за который она была удостоена Пулитцеровской премии. Он представляет собой современное переосмысление романа «Дэвид Копперфильд» (*David Copperfield*, 1850) Чарльза Диккенса.

Композиционно-речевые формы в романе Б. Кингсолвер «Демон Копперхед» играют важную роль в формировании восприятия произведения читателем. Автор использует умело подобранные структурные приемы и языковые средства для того, чтобы передать свое видение мира, а также глубоко проработать характеры персонажей.

Стоит отметить и использование автором различных форм изложения. Некоторые главы романа написаны в форме внутреннего монолога, другие – в виде диалогов персонажей. Это придает тексту динамичность и разнообразие, удерживает внимание читателя и помогает лучше понять героев и их отношения. Рассуждения персонажей также имеют значение для развития сюжета. Они позволяют узнать больше о мотивах и чувствах главных героев, раскрывая их характеры и противоречия.

Таким образом, композиционно-речевые формы в романе «Демон Копперхед» играют значительную роль в формировании читательского восприятия и понимания произведения.

Е. В. Лысогорова

ОСНОВНЫЕ МОТИВЫ ПРОИЗВЕДЕНИЯ БЕРНХАРДА ШЛИНКА «ЧТЕЦ»

Мотив, как наименьшая структурообразующая и смысловая единица, является неотъемлемым компонентом любого художественного текста. Чаще всего это не один литературный мотив, а несколько тесно связанных между собой и перетекающих друг в друга мотивов. Именно они помогают структурировать текст и влияют на его понимание.

Сегодня мы рассмотрим главные мотивы в романе Бернхарда Шлинка «Чтец» *(Der Vorleser, 1995)*. Б. Шлинк один из самых успешных и разносторонних немецкоязычных писателей современности. Роман «Чтец», опубликованный в 1995 году, стал международным бестселлером.

Этот роман, состоящий из трех частей, рассказывает об эротических отношениях между пятнадцатилетним мальчиком и 36-летней женщиной, бывшей охранницей концлагеря. Сначала может показаться, что в романе «Чтец» основное внимание уделяется мотиву любви. Однако отношения Михаэля и Ханны – это не просто романтическая история, а сложное переплетение страсти, зависимости, тайны и боли. Цитируя известного

российского литературоведа Юрия Лотмана: «Автор часто придает тексту видимость другого штампа или заменяет один штамп на другой». Данный прием мы можем наблюдать при дальнейшем прочтении романа Б. Шлинка, где к любовному мотиву присоединяется мотив вины. Особенно хорошо воспринимается данный мотив через образ Ханны, девушки, которая ради сохранения своей тайны (она была неграмотной) работает надзирательницей в концлагере. После войны Ханну и других надзирательниц обвиняют в смерти заключенных еврейских женщин, которых не выпустили из горящей церкви, хотя возможность была. Казалось бы, вина Ханны очевидна, но не для нее самой. По причине своей неграмотности она не до конца понимала весь ужас происходящего. Только после многих лет заключения, где она научилась читать и писать, Ханна смогла прочитать информацию о военных преступлениях и в полной мере осознать свою вину.

С мотивом вины в романе «Чтец» тесно связан мотив предательства. Предательство проявляется на нескольких уровнях. Ханна предает моральные нормы, участвуя в преступлениях. Но возникает вопрос: можно ли ее за это винить, учитывая тот факт, что по причине своей неграмотности она не понимала на что идет? Михаэль также предает свои чувства и любовь к Ханне, не сумев помочь ей и раскрыть её тайну неграмотности.

Таким образом, мы можем с уверенностью утверждать, что роман Бернхарда Шлинка «Чтец» – это многослойное произведение, в котором мотивы любви, вины и предательства тесно переплетаются, создавая сложный и глубокий художественный образ.

В. Р. Михайлова

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ ПОЭТИЧЕСКОГО СЛОВА. ОТ СТИХА К СОЗВЕЗДИЮ

Визуальная или конкретная поэзия – интермедиальное направление на грани между литературой и изобразительным искусством (Ю. Л. Гик, 2004), где пространственное расположение текста является частью художественного смысла и становится автономным выразительным средством. Характерная особенность визуальной поэзии – эффект симультанного восприятия, при котором замысел произведения раскрывается в момент визуального контакта.

Первые образцы визуальной поэзии встречаются в III веке до н. э. у древнегреческого поэта Симмия Родосского, создавшего стихи в форме секиры, яйца и крыльев. Стихотворения, в виде очертания сердца и звезды, присутствовали и в творчестве Симеона Полоцкого. Конкретная поэзия была широко представлена в творчестве французских символистов и авангардистов. Гийом Аполлинер ввёл в употребление термин «каллиграмма» – стихотворение-рисунок, где текст формирует изображение.

Визуальное стихотворение «Бросок костей» (1897) французского символиста Стефана Малларме оказало влияние на дальнейшее развитие жанра и вдохновило его представителей, в особенности швейцарского поэта Ойгена Гомрингера – создателя манифеста «Vom Vers zur Konstellation» («От стиха к созвездию», 1952). О. Гомрингер начал создавать стихи координационным методом, группируя слова так же, как звезды группируются в созвездия (понятие «созвездие», фр. constellation было заимствовано из «Броска костей» С. Малларме).

Однако окончательно термин «конкретная поэзия» закрепляется лишь в начале 50-ых годов XX века как ответ на эксплуатацию языка фашистским режимом. В этом контексте примечательно творчество «Венской группы» – неформального объединения австрийских писателей и поэтов, поставивших перед собой цель разработать сознательно «провокационную» концепцию литературы и создать новые художественные формы.

Основными критериями жанра визуальной поэзии являются графическая образность, благодаря которой даже неподготовленный читатель сможет уверенно отнести его к направлению визуальной поэзии, а также многогранность восприятия и широкое поле для интерпретации. Включение визуального компонента в текст делает невозможной его акустическую реализацию при декламации, однако выводит язык в иные семиотические пространства и делает его «целью и предметом» стихотворения (Евграшкина Е. Е., 2008).

А. Р. Мохарева

ФОРМЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ В РОМАНЕ Б. КИНГСОЛВЕР «FLIGHT BEHAVIOR»

Современная литература играет важную роль в формировании общественного сознания и экологических представлений, что особенно актуально в контексте глобальных экологических вызовов. Исследование форм экологического сознания в литературе может способствовать глубокому пониманию реальных экологических проблем и вовлечению общественности в экологические инициативы.

Экологическое сознание охватывает множество аспектов, включая осознание экологических проблем, восприятие природы и активное участие в ее защите. Важным аспектом является то, как художественные произведения могут влиять на восприятие экологических вопросов и вдохновлять читателя на действия, способствующие сохранению окружающей среды.

Особое место в этих процессах занимает понятие «экологическое сознание», которое касается взаимодействия человека и природы. Экологическое сознание представляет собой осознание человеком его места в мире и ответственности за окружающую среду. Это понятие охватывает не только научные, но и культурные, моральные и социальные аспекты, влияя на то, как мы воспринимаем природу и нашу роль в ней.

Роман современной американской писательницы Барбары Кингсолвер «Flight Behavior» (2012) представляет собой глубокое исследование столкновения человека и серьезных последствий его варварского отношения к природе. Действие разворачивается в вымышленном провинциальном городке Фезертаун, расположенном в Теннесси, и повествует о жизни Делларобии Тернбоу – молодой женщины, чье столкновение с необычным для тех мест природным явлением – роем бабочек-монархов – инициирует цепь событий, которые ставят под сомнение ее верования, отношения и понимание окружающего мира. Одной из центральных тем, затрагиваемых в романе, является воздействие изменений климата на природные циклы.

Писательница мастерски вплетает научные факты в повествование, показывая, как глобальное потепление изменяет миграционные маршруты бабочек и экосистему в целом. Бабочки становятся здесь метафорой для более широких вопросов о том, как необдуманные человеческие действия вредят окружающей среде. Постоянно звучащая в романе идея о том, что «the delicate balance of nature is being disrupted by human actions», способствует, которое пронизывает весь роман, подчеркивая необходимость формирования ответственного отношения к окружающему нас миру. Это делает роман не только личной историей Делларобии, но и более глобальным комментарием о состоянии мира и места человека в нем.

С. А. Симонович

СПЕЦИФИКА РЕАЛИЗАЦИИ МИФА ОБ ЭДИПЕ В КАЧЕСТВЕ ПРЕЦЕДЕНТНОГО ТЕКСТА ВО ФРАНЦУЗСКОЙ ДРАМАТУРГИИ XX ВЕКА

Понятие прецедентного текста (ПТ), введённое Ю. Н. Карауловым, обозначает тексты, обладающие особой значимостью для личности или социума, широко известные и часто воспроизводимые. Они служат основой для новых интерпретаций, что особенно ярко проявляется в переосмыслении мифа об Эдипе в западноевропейской культуре. XX век, отмеченный кризисом рациональности, влиянием психоанализа и экзистенциализма, обратился к античному наследию как к источнику философских и художественных поисков. Миф об Эдипе, благодаря своей универсальности, стал ключевым ПТ, отражающим эволюцию представлений о судьбе, свободе и природе человека.

Классическая версия мифа представлена в трагедии Софокла «Царь Эдип», где судьба героя предстаёт как неизбежный рок. Эдип, стремящийся избежать пророчества, невольно его исполняет, что подчёркивает конфликт между свободной волей и предопределением. Его трагедия – в неведении, а самоослепление становится актом прозрения и принятия ответственности. Софокл создал архетип «жертвы-просветителя», чья борьба, несмотря на поражение, возвышает человека перед лицом божественной воли.

В XX веке миф получает новые трактовки. Андре Жид в пьесе «Эдип» (1931) переосмысливает его в духе экзистенциализма: судьба превращается в осознанный выбор. Его Эдип – не пассивная жертва, а бунтарь, принимающий свою «преступную» природу. Ослепление здесь – не наказание, а отказ от иллюзий, шаг к внутренней свободе.

Жан Кокто в «Адской машине» (1934) идёт ещё дальше, изображая Эдипа марионеткой в руках безликой судьбы-механизма. Его герой инфантилен и пассивен, а трагедия лишается героического пафоса, становясь символом абсурда и бессмысленности человеческого существования. Кокто отражает пессимизм эпохи, когда старые мифы о героизме дискредитированы войнами и кризисом рациональности.

Таким образом, эволюция образа Эдипа – от трагического героя Софокла к бунтарю Жида и антигерою Кокто – демонстрирует смену культурных парадигм: от принятия судьбы к экзистенциальной свободе и, наконец, к абсурду. Миф сохраняет статус прецедентного текста, адаптируясь к вызовам времени и подтверждая свою универсальность в осмыслении ключевых вопросов человеческого бытия.

К. Л. Фоменок

СЕМАНТИКА “НЕРЕАЛЬНОГО” В НОВЕЛЛЕ ГИ ДЕ МОПАССАНА “LE HORLA”

Ги де Мопассан раскрывает семантику “нереального” через семантику незримого вследствие нарушения восприятия видимого. Персонаж ощущает присутствие тайной сущности, его сознание неспособно осмысливать происходящее.

Орла – невидимая сущность, ее природа нематериальна, персонаж не воспринимает ее чувствами *(“doué par conséquent d’une nature matérielle, bien qu’imperceptible pour nos sens”),* что ставит под сомнение саму возможность познания этой сущности. При этом Орла взаимодействует с физическими объектами (сгибает невидимой рукой стебель розы *(“la tige d'une de ces roses se plier, comme si une main invisible l'eût tordue...”)*, опустошает стакан воды *(“Elle était vide!”)*), питается жидкостями подобно вампиру *(“qui se nourrit de lait et d’eau”)* и *“пожирает”* отражение героя в зеркале *(“le corps imperceptible avait dévoré mon reflet”)*. Это неосязаемое и незримое существо поглощает идентичность героя Мопассана, последний создает этот образ как ирреальный, проникающий в привычную реальность.

Гиперреалистичные сны героя, в которых незримая сущность обретает осязаемые черты *(“Je sens bien que je suis couché et que je dors... je le sens et je le sais... et je sens aussi que quelqu'un s'approche de moi, me regarde, me palpe,*

monte sur mon lit, s'agenouille sur ma poitrine, me prend le cou entre ses mains et serre... serre... de toute sa force pour m'étrangler."), стирают грань между сновидением и явью, что придает содержанию мистический подтекст.

Зеркало, традиционно отражающее реальность, здесь разрушает её: герой не видит своего отражения *("Je ne me vis pas dans ma glace!... Elle était vide, claire, profonde, pleine de lumière!"),* что символизирует распад самоидентичности и ставит под сомнение саму объективность реальности.

"Нереальное" проявляется через стирание границ между физическим и нематериальным: Орла действует в пограничной зоне, где его присутствие ощутимо (исчезающая вода - *"On avait bu toute l'eau!";* перелистывающиеся страницы книги -*"une autre page se soulever..."*), но сам он невидим. Герой осознает ограниченность человеческого восприятия (*"Nous ne le pouvons sonder avec nos sens misérables…"),* что делает реальность зыбкой и недостоверной. Даже природные явления *("Est-ce la forme des nuages, ou la couleur du jour, qui a troublé ma pensée?")* приобретают мистический характер, ставя героя перед невозможностью разграничить реальное от ирреального.

Легенда о таинственных голосах в песках *("on entend parler la nuit dans les sables...")*, неестественных криках, напоминающих блеяние козлов *("Les gens du pays, ceux du mont, prétendent qu'on entend bêler deux chèvres, l'une avec une voix forte, l'autre avec une voix faible.") и* о таинственном пастухе с человеческими чертами, скрывающем лицо под плащом, и говорящими животными *(*"un bouc à figure d'homme et une chèvre à figure de femme [...] parlant sans cesse dans une langue inconnue"*)* создает контекст, где сверхъестественное становится частью повседневности. Объяснение скептиков, что это крики морских птиц, лишь подчеркивает атмосферу тревожной двусмысленности.

Научная статья о бразильской эпидемии, где людьми управляют **существа-вампиры** *(*"*des êtres invisibles bien que tangibles, des sortes de vampires*"*)*, *питающиеся их жизнью во время сна* ("*qui se nourrissent de leur vie, pendant leur sommeil*"), и пьющие исключительно воду и молоко ("*qui boivent de l'eau et du lait sans paraître toucher à aucun autre aliment*"), становится для героя псевдорациональным обоснованием его кошмаров, усиливая его ужас *(*"*Le règne de l'homme est fini*"*)*. Бразильский корабль около дома героя становится доказа-тельством вторжения новой ступени эволюции, угрожающей поработить челове-чество *("le Horla va faire de l'homme ce que nous avons fait du cheval et du bœuf")*

Таким образом, описывая серию таинственных явлений, Мопассан мастерски создает семантику нереального, где граница между действительным и недоступным для объяснения окончательно стирается.

Д. А. Черняк

ХАРАКТЕРИСТИКИ ПРОСТРАНСВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ РОМАНА ДЖ. ФИЛЛИПС «ИСЧЕЗАЮЩАЯ ЗЕМЛЯ»

Художественное время и художественное пространство – это важные составляющие литературного произведения, обеспечивающие целостное восприятие отраженной действительности и организующие его мир. Термин «художественное пространство» стал широко использоваться в литературоведении в 70-е годы XX века. Особую важность для исследования пространства и времени представляет понятие «хронотоп», разработанное М.М. Бахтиным, в основе которого лежит существенная взаимосвязь пространственно-временных отношений, художественно освоенных в литературе. Ю.М. Лотман определяет художественное пространство как континуум, в котором размещаются персонажи и совершается действие, выделяя при этом несколько его подтипов: волшебное и бытовое, внешнее и внутреннее.

Б. А. Успенский трактует пространство произведения как результат взаимодействия множества точек зрения – автора, персонажа, читателя, тогда как Д. С. Лихачев пишет, что автор художественного произведения создает определенное пространство, в котором разворачивается действие.

Дебютный роман американской писательницы Джулии Филлипс «Исчезающая земля» (*Disappearing Earth*, 2019) повествует о жизни современных женщин на полуострове Камчатка. Книга состоит из 13 глав, на протяжении которых расследуется похищение сестер Голосовских 8 и 11 лет. Начиная со второй главы, автор отклоняется от основного сюжета и расширяет повествовательный диапазон романа, исследуя проблемы и драмы жительниц Камчатки, среди которых журналистка Марина Голосовская – мама похищенных девочек, неутомимая эвенка Алла Иннокентьевна Солодякова – мама пропавшей Лилии, стремящаяся сохранить духовное наследие предков, властная Валентина Николаевна, ранимая Ревмира и многие другие.

Пространственно-временная организация романа «Исчезающая земля» строится вокруг описания жизни на Камчатке. Мир этого произведения населен множеством персонажей, разных по своему происхождению и социальному статусу. Пространство романа можно разделить на два частных пространства: пространство приезжих (город Петропавловск-Камчатский) и пространство коренного населения, проживающего преимущественно в поселках Эссо, Палана и Ачайваям. Почти в каждой главе пространство изначально ограничено рамками того места, где происходит взаимодействие персонажей (квартира, школа, медицинский центр, зал), но по мере их общения это пространство расширяется благодаря отсылкам к другим местам (Москва, Владивосток, Чукотка, Аляска, Санкт-Петербург).

Таким образом, в романе Дж. Филлипс «Исчезающая земля» пространственные образы, среди которых природа Камчатки, городские ландшафты, бытовые и внебытовые пространства, становятся символами изоляции, поиска идентичности и стремления к принадлежности, что подчеркивает глубокую связь между внутренним миром героев и окружающей их средой.

Н. П. Шалоник

СРЕДСТВА ХАРАКТЕРИСТИКИ ПЕРСОНАЖЕЙ В РОМАНЕ К. СТОКЕТТ «ПРИСЛУГА»

Характеристика персонажей в художественном произведении представляет собой сложную систему взаимосвязанных элементов, формирующих целостный образ и определяющих его место в повествовательной структуре. При изучении художественных образов литературовед сталкивается с принципиальной невозможностью однозначной интерпретации, поскольку персонаж существует одновременно в трех плоскостях: как воплощение авторского замысла, как система текстовых элементов и как продукт читательского восприятия, обусловленного культурно-историческим контекстом и личным опытом.

Традиционно выделяют прямую и косвенную характеристику персонажей. Прямая характеристика, проявляющаяся через авторские комментарии, предлагает, на первый взгляд, наиболее надежный способ понять персонажа. Однако здесь возникает проблема авторского контроля над интерпретацией: зачастую описания персонажа вступают затем в сложное взаимодействие с его последующими поступками, создавая эффект смысловой нестабильности.

В свою очередь косвенная характеристика (через диалоги, действия и реакции персонажей) переносит фокус на читательское восприятие. Социальные маркеры их речи (акцент, лексический выбор, синтаксические особенности), приемы психологизма (внутренние монологи, поток сознания, мотивация) служат приемами создания реалистичных характеров.

Персонажи романа «Прислуга» (*The Help*, 2009) современной американской писательницы Кэтрин Стокетт представляют собой сложные художественные образы с тщательно подобранными деталями внешности, речи, поведения и окружающего пространства, которые способствуют созданию эффекта правдоподобия. Они демонстрируют разные подходы к созданию характера. Так, характеристика Эйбилин Кларк строится посредством таких деталей, как медленная с паузами речь, отсылки к Библии, касание медальона с фотографией погибшего сына, забота о чистоте. К. Стокетт использует здесь технику «подтекста», когда глубина характера выражается в случайно оброненных репликах, невольных жестах, намеренных умолчаниях, а внешняя сдержанность персонажей раскрывает глубину их внутренней драмы.

По контрасту с другими персонажами создается образ Минни Джексон, чья натура проявляется в грубоватых выражениях, гипертрофированной жестикуляции и провокационном поведении. Однако за этой показной грубостью проступает сложный характер женщины, вынужденной маскировать свою природную чуткость и преданность под напускной резкостью.

Таким образом, герои романа К. Стокетт характеризуются психологической убедительностью и жизненностью.

С. Д. Якимов

ФЕМИНИСТИЧЕСКАЯ ПЕРСПЕКТИВА В ЭССЕ ВИРДЖИНИИ ВУЛЬФ «СВОЯ КОМНАТА»

Вирджиния Вульф является одной из виднейших представительниц феминистической мысли. В эссе «Своя комната» она представляет комплексную критику патриархальной системы, мешающей женщинам развиваться в сфере творчества. Такую подход в социологии называется феминистической перспективой (Т. А. Гурко). В первых двух главах эссе Вирджиния Вульф говорит о недостаточном финансировании женских образовательных учреждений, а также о проблемах экономического положения своего пола. Авторка заявляет о необходимости собственного стабильного дохода как об условии творческой деятельности, так как финансовая необеспеченность ведёт к развитию комплекса неполноценности. Долгое время женщины могли выбрать лишь один из немногочисленных видов низкооплачиваемой трудовой деятельности, и даже представительницы более обеспеченных классов не имели права свободно распоряжаться собственным бюджетом. Таким образом, женщины часто оказывались за чертой бедности и были далеки от творчества.

В третьей и четвёртой главах Вирджиния Вульф говорит о том, что её пол уже много веков находится в подчинённом положении. Предполагается, что роль женщины состоит в домашнем труде, поэтому их интеллектуальный труд не воспринимается всерьёз. Позже эту идею будет развивать в своей книге «Второй пол» Симона де Бовуар (С. де Бовуар, 1949). Кроме того, женщины были лишены личного пространства, поэтому зачастую они писали свои произведения в гостиных, где их отвлекали или могли пристыдить. Личное пространство в виде отдельной комнаты становится следующим важным требованием, сформулированным писательницей. В последних двух главах речь идёт о содержательном аспекте литературного творчества. Вирджиния Вульф обращает внимание на то, что в литературе, созданной мужчинами, героинь крайне мало и все они описываются только так, как их представляют мужчины. Эта мысль может быть рассмотрена как предпосылка к теоретизации концепции «мужского взгляда», а также к возникновению «теста Бекдел», ставшего средством выявления наличия патриархальных установок в произведениях искусства (Р. Ролер, 2012). Таким образом, в эссе «Своя комната» Вирджиния Вульф заявляет о том, что роль женщины в литературном процессе ограничена по причине системного угнетения со стороны мужчин. Для успешной творческой деятельности писательнице необходима финансовая независимость, а также личное пространство. Идеи Вирджинии Вульф стали важным этапом в развитии феминистической перспективы.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И ПРАВО В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

А. А. Бондарева, Е. И. Мажанкова

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ОБОРОТА КРИПТОВАЛЮТЫ ДЛЯ ФИЗИЧЕСКИХ ЛИЦ В БЕЛАРУСИ

В современном мире цифровые технологии стали неотъемлемой частью экономической системы большинства стран. Одним из наиболее перспективных направлений в этой сфере можно считать оборот криптовалюты.

Законодательство Республики Беларусь определяет криптовалюту как особый вид токенов, который считается разновидностью цифровых денег. Она позволяет проводить обменные операции и служит инвестиционным инструментом.

Основу правового регулирования оборота криптовалюты в Беларуси составляют следующие нормативные правовые акты:

1) Декрет Президента Республики Беларусь № 12 от 22 сентября 2005 г. «О Парке высоких технологий»;

2) Декрет Президента Республики Беларусь № 8 «О развитии цифровой экономики» от 21 декабря 2017 г. (Декрет № 8);

3) Указ Президента Республики Беларусь от 17 сентября 2024 г. № 367 «Об обращении цифровых знаков (токенов)»;

4) нормы Гражданского и Налогового кодексов Республики Беларусь.

Согласно указанным документам, физические лица имеют права на следующие действия, связанные с оборотом криптовалюты: получение доходов от операций с токенами (покупка, продажа, майнинг, который освобождается от налогообложения, кроме коммерческой деятельности); дарение и завещание токенов; купля-продажа цифровых активов физическими лицами (допускается только через официально зарегистрированных субъектов).

Законодательством Беларуси установлены следующие ограничения оборота криптовалюты для физических лиц: приобретатение криптовалюты в интересах третьих лиц или по их поручению с использованием переданных средств; передача информации о доступах к учетным записям, связанным с цифровыми активами; использование электронных кошельков и других способов вывода средств не на собственный счет; размещение объявлений о купле-продаже токенов в публичном доступе; использование специализированных интернет-ресурсов (сайтов и чат-ботов) для сделок с токенами.

Таким образом, Беларусь создала уникальную правовую среду для сделок с криптовалютами, однако указанная сфера отношений остаётся инструментом с высокой степенью риска. Отечественный рынок криптовалюты – это не только инновация, но и возможность для граждан участвовать в новой цифровой экономике в безопасной и контролируемой среде.

М. С. Галузо, К. Л. Гвоздевская

ЮРИДИЧЕСКОЕ ЗАКРЕПЛЕНИЕ АВТОРСКИХ ПРАВ ПЕРЕВОДЧИКА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Тема авторского права в различных областях человеческой деятельности никогда не теряет актуальность. В области перевода также имеются свои особенности. Трансформация текста с одного языка на другой изначально выполнялась исключительно человеком, однако с приходом технологий в рамках юридического закрепления авторских прав переводчика появилось много трудностей.

Авторские права нашли своё закрепление в Конституции Республики Беларусь, в Законе об авторском праве и смежных правах в редакции от 15 июля 2019 года №216-З, Гражданском кодексе Республики Беларусь, настоящем Законе, нормативных правовых актах Президента Республики Беларусь и других актах законодательства Республики Беларусь.

Вышеуказанные официальные документы также распространяются на переводческую деятельность, вне зависимости от её формы (устная или письменная). Авторам производных произведений, к которым непосредственно относится переводчик, принадлежит авторское право на осуществленные ими переработки произведений, в данном случае – перевод, при условии соблюдения прав создателей исходного произведения.

Переводчик имеет право на переработку объекта интеллектуальной собственности при получении разрешения правообладателя исходного текста. Авторские права создателя и переводчика разграничиваются и не ущемляют друг друга по причине защиты только результата творческой деятельности переводчика. Это не распространяется на: дословный перевод, не содержащий творческого вклада; общеизвестные слова и выражения; идеи и факты, содержащиеся в исходном произведении.

Личные неимущественные права на перевод охраняются бессрочно. С 19 ноября 2024 года исключительное право на произведение действует в течение жизни автора и 70 лет после его смерти, ранее срок защиты после смерти правообладателя составлял 50 лет.

Свободное использование перевода предусматривается для образовательных и исследовательских целей, а также для его нахождения в библиотеках и архивах для ознакомления.

Таким образом, переводчик имеет право на авторство, на защиту от несанкционированного использования своего перевода, а также на получение вознаграждения за использование его произведения. Юридическое закрепление авторских прав переводчика прописано в законодательстве об авторском праве и смежных правах. Также регулирование авторских прав основывается на ГК РБ, КоАП РБ, УК РБ.

А. І. Кулага Г. А. Качан

РОЛЯ ДУХАВЕНСТВА Ў ПАДПОЛЬНЫМ І ПАРТЫЗАНСКІМ РУХУ БЕЛАРУСІ Ў ГАДЫ ВЯЛІКАЙ АЙЧЫННАЙ ВАЙНЫ НА ПРЫКЛАДЗЕ СЯМ'І ХІЛЬТОВЫХ

Сёлета мы адзначаем 80-годдзе Вялікай Перамогі – падзеі, якая з'яўляецца важнай для кожнага беларуса, нашаго народа і краіны. У барацьбе супраць захопнікаў у гады Вялікай Айчыннай вайны з'яднаўся ўвесь беларускі народ. Людзі розных сацыяльных груп, нацыянальнасцей і веравызнання самаддана змагаліся за сваю свабоду. Сваю лепту у барацьбу ўнесла і сям'я святароў Хільтовых з Клецкага раёна.

Хільтовы – спадкаемныя святары. Мікалай і Георгій былі дзецьмі святара Аляксандра Андрэевіча Хільтова. Як і бацька, яны абралі для сябе духоўны шлях, сталі святарамі. Нямецкая акупацыя застала Мікалая Хільтова ў сваім прыходзе Іаана-Прадцечынскай царквы (цяпер в. Садовая Клецкага раёна), Георгій служыў у Клецкай Пакроўскай царкве.

Згодна з дадзенымі кнігі «Памяць. Мінская вобласць» і гісторыка Андрэя Блінца з красавіка 1942 года айцец Мікалай быў сувязным партызанскага атрада імя Р. Катоўскага 300-й партызанскай брыгады імя К. Варашылава, якая дыслацыравалася ў Капыльскім раёне. У яго доме хаваліся дыверсанты, лекаваліся параненыя, зберагалася зброя для партызан. У партызанскай характарыстыцы пра дзейнасць святара сказана: «Тав. Хільтоў сістэматычна перадаваў каштоўныя звесткі па разведцы, вёў работу па разлажэнні паліцэйскага гарнізона г. Клецка, своечасова паведамляў пра паліцэйскія і нямецкія засады. Забяспечваў партызан неабходнымі прадуктамі харчавання. Усе заданні выконваў сумленна і акуратна». Яго называлі «партызанскім бацюшкам».Яго жонка Наталля і дачкі Надзея і Кіра актыўна ўдзельнічалі ў падпольнай дзейнасці: перапісвалі лістоўкі і дапамагалі ў лячэнні параненых.

Брат Мікалая Георгій Хільтаў арганізаваў перадачу ежы ваеннапалонным, якіх утрымлівалі ў лагеры на тэрыторыі былога ваеннага гарадка, выратаваў яўрэйскіх дзяцей, хрысцячы іх і выдаючы дакументы.

6 красавіка 1944 года гітлераўцы арыштавалі братоў Хільтовых. Браты трапілі ў лагер смерці ў Калдычаве, дзе падвергліся жахлівым выпрабаванням. Мікалая катавалі і спалілі жыўцом, а Георгія з жонкай расстралялі ў ліпені 1944 года.

Сведкам падзей ў Калдычэўскім лагеры быў паэт Сяргей Новік-Пяюн, які знаходзіўся з братамі ў апошнія дні іх жыцця. Яго ўспаміны пра тыя трагічныя часы былі перададзены дачцэ Георгія Хільтова Валянціне Гаховіч і былі апублікаваны ў газеце «Голас Радзімы». Імёны закатаваных святароў і іх родных упамінаюцца таксама ў кнігах Г. Паромчыка «Калдычэўская трагедыя» і Б. Шэрмана «Барановичское гетто. Колдычевский лагерь смерти».

С. В. Микульчик

СУД КОРОНЫ КАК ЭЛЕМЕНТ СУДЕБНОЙ СИСТЕМЫ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

В современном мире каждое государство обладает уникальной правовой системой. При этом, правовые системы всех стран можно условно разделить на 5 групп: англо-саксонскую, романо-германскую, традиционную, мусульманскую и смешанную. Англо-саксонская система зародилась в Великобритании.

Первичными элементами судебной системы Великобритании являются 170 Судов графств и 160 магистратских Судов. К высшим судам Великобритании относятся: *Высокий суд, Суд Короны, Апелляционный суд, Верховный суд.*

Суд Короны был создан в соответствии *с Актом о судах 1971 г*. Этот документ также упразднил существовавшие с XVI в. 61 *Суд ассизов* и 173 *Суда четвертных сессий*, рассматривавших наиболее серьезные уголовные дела от имени Короны.

Современный Суд Короны – это целая система судов, в которую входят:

– *Центральный уголовный суд*, известный как Олд Бейли;

– *Местные Присутствия* в больших городах Англии и Уэльса в количестве 70 единиц.

Суд Короны рассматривает апелляции на решения магистратских Судов, а также выступает в качестве суда первой инстанции, вынося решения по серьёзным уголовным преступлениям, требующим соблюдения процедуры вынесения обвинительного акта, а также альтернативные преступления.

Все разбирательства в Суде Короны проходят в присутствии *Присяжных заседателей.* Исключения составляют рассмотрения апелляций, а также случаи, когда подсудимый заранее признаёт себя виновным. В качестве Присяжных заседателей выступают 12 граждан в возрасте от 18 лет до 71 года, избранных путем жеребьевки. Их профессиональная деятельность не должна иметь отношения к юриспруденции. Именно указанные граждане решают, виновен ли подсудимый, в то время как судья ответственен за обеспечение справедливого судебного разбирательства, предоставление присяжным юридических предписаний и оглашение окончательного приговора. В качестве судей могут назначаться профессиональные судьи различных уровней – от магистратов до членов Высокого Суда – всё зависит от сложности конкретного дела.

Таким образом, Суд Короны – это один из высших судов правовой системы Великобритании со своей структурой, особенностью которого является рассмотрение исключительно уголовных дел в присутствии Присяжных заседателей. Его работа основана на принципе *«суда равных»*, суть которого состоит в том, что человека должны судить граждане, равные ему по социальному статусу.

М. В. Пиманкин

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУДОВ США

В современном мире «законность» и «справедливость» – два фундаментальных понятия, которые затрагивают абсолютно каждого субъекта правоотношений. Одну из ведущих ролей в установлении баланса интересов играют суды.

По Конституции США, судебная власть предоставляется Верховному Суду и нижестоящим судам. В 1789 г. был принят Закон о судоустройстве, который регламентировал структуру судебной системы США, состоящую из двух автономных ветвей – федеральной и отдельных штатов. К*онституционные Суды* составляют *Федеральную Судебную систему*, состоящую из Верховного Суда, Апелляционных Судов, Окружных Судов.

Согласно статье I Конституции США могут формироваться *Суды второго уровня* – на основе права Конгресса создавать нижестоящие Суды специальной юрисдикции: налоговые, по делам о банкротстве, таможенные и др.

Верховный Суд США – главный орган в судебной системе и последняя апелляционная инстанция. В качестве первой инстанции выступает только для дел, инициированных официальными дипломатическими представителями других стран или одним из штатов.

Апелляционные федеральные Суды рассматривают жалобы на решения, принятые в любом из Федеральных окружных Судов. Их основная цель – освободить Верховный Суд.

Окружные федеральные Суды – суды первой инстанции, занимаются рассмотрением гражданских и уголовных дел. Их юрисдикция ограничена.

Суды штатов зависимы только от Верховного Суда. Помимо основной Конституции США, каждый штат имеет свою Конституцию и разделение ветвей власти. Судебная система штата, согласно Конституции штата, функционирует самостоятельно и представлена Верховным Судом штата, Апелляционным Судом, Судом первой инстанции.

Верховный Суд штата, в судебной иерархии, является высшей и окончательной инстанцией, по аналогии с Верховным Судом США.

Апелляционные или "промежуточные" суды занимаются рассмотрением жалоб на решения судов первой инстанции. В основном их решения являются окончательными.

Суды первой инстанции уполномочены вести гражданские и уголовные дела, являются начальным звеном Судебной системы штатов. Они могут выступать в качестве апелляционных только по отношению к нижестоящим судам "ограниченной юрисдикции".

Таким образом, судебная система США в целом была сформирована и юридически оформлена в конце XVIII в. Её специфика заключается в отсутствии централизованной общенациональной судебной системы. Что, в свою очередь, является проявлением федерализма.

ФИЛОСОФИЯ

Ю.Ю. Балюнова

КУЛЬТУРНАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ В ФОРМИРОВАНИ ЛИЧНОСТИ

Культурная вариативность представляет собой ключевой аспект, влияющий на формирование личности и социальное взаимодействие, отражая тот факт, что нет одной "правильной" или "идеальной" культуры, а скорее, множество различных способов организации жизни, верований, норм и ценностей, которые принимаются и практикуются людьми. В условиях глобализации культурные элементы становятся более доступными, что приводит к увеличению их обмена между культурами.

Изучив, как культура формирует мировоззрение и поведение; а также исследовав проблемы культурной апроприации в цифровой среде, выявили их влияние на культурное разнообразие.

Первым аспектом являются культурные ценности и нормы, формирующие восприятие индивидов и их поведение в обществе. Ценности – это глубинные убеждения, определяющие важность различных аспектов жизни в культуре, а нормы — конкретные правила, регулирующие поведение. Например, в индивидуалистических культурах ценится независимость, тогда как в коллективистских акцент делается на семейных связях и сотрудничестве.

Социальный институт семьи, передающий культурные ценности и нормы от поколения к поколению, формирует личность. Разные стили воспитания: авторитарный, попустительский, демократический, хаотичный, отчужденный и гиперопека — оказывают значительное влияние на развитие детей.

Третьей составляющей является образование, передающее не только знания, но и социальные навыки и ценности. Образовательные системы различных культур могут значительно отличаться, что влияет на процессы социализации. В коллективистских культурах акцентируется командная работа, в то время как в индивидуалистических – личные достижения.

Религия и философия также формируют систему ценностей и норм, определяющих поведение индивидов, рождая чувство принадлежности и общности и развивая критическое мышление. Эти аспекты обогащают личностное развитие и помогают справляться с экзистенциальными вопросами.

Культурная апроприация в цифровой среде представляет собой еще один сложный процесс становления. Заимствование культурных элементов может формировать идентичность, но без уважения к оригинальной культуре, что может приводить к недовольству и внутренним конфликтам.

Таким образом, для эффективного формирования личности необходимо учитывать все культурные аспекты и развивать навыки критического мышления и эмпатии. Понимание культурной вариативности способствует не только личностному развитию, но и социальной гармонии, помогая людям находить общее в многообразии.

А. Ю. Бирулин

МУЛЬТИКУЛЬТУРАЛИЗМ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

С точки зрения социально-философской науки и закономерного развития мирового сообщества, феномен мультикультурализма, или культурного плюрализма, во всей очевидности его объективной востребованности, является одной из центральных, даже ключевых, проблем формирования и утверждения нового многополярного мира и новых межэтнических отношений.

Мультикультурализм – политика, направленная на сохранение и развитие в отдельно взятой стране и в мире в целом культурных различий, и обосновывающая такую политику теория или идеология.

Мультикультурализм – один из аспектов толерантности и терпимости, заключающийся в требовании параллельного существования культур в целях их взаимного проникновения, обогащения и развития в общечеловеческом русле мировой культуры. Наибольшую актуальность реализация идеи мультикультурализма обретает главным образом в экономически развитых странах Глобального Запада, где наблюдается значительный приток иммигрантов. В современной Европе мультикультурализм предполагает, прежде всего, включение в её культурное поле элементов культур иммигрантов из стран «третьего мира». Закономерно возрастает актуальность развития мультикультурализма также и для всего коллективного Юга, набирающего все более высокий темп цивилизационного развития.

Критики мультикультурализма утверждают, что в итоге может последовать полное разрушение многовековых культурных устоев, развитых культурных традиций, так как подобное смешение в лучшем случае ведёт к эклектическому усреднению. По их мнению, мигранты имеют более низкий уровень развития, который повышается, а целевая страна имеет более высокий уровень развития, который падает.

Какие тенденции в условиях масштабного развития мультикультурализма обретает переводческая деятельность, значение которой неизмеримо возрастает и будет возрастать?

Переводческая деятельность имеет богатую многовековую историю, изучение которой проливает свет на важные стороны развития языка, литературы и культуры разных народов. Благодаря переводчикам и переводам различные культуры не изолированы друг от друга, а постоянно контактируют и взаимодействуют. Благодаря переводам мы знаем сегодня Шекспира, Гёте, Данте, Аристотеля, Платона, Сервантеса, перевод оформил достижения чужих культур, которые обогатили и русскую бытовую культуру.

Зарождение перевода как особой формы человеческой деятельности относится к глубокой древности. Первое упоминание о переводчиках относится ещё к нововавилонскому периоду – к 1 тыс. до н.э.

Существовали переводчики и в Древнем Египте. Египетские правители вели переписку с вавилонскими, ассирийскими, хеттскими, митанийскими и палестинскими правителями на аккадском языке – международном языке того времени. Свидетельства о переводческой деятельности можно найти в Тель-эль-Амарнском архиве (обнаруженном при раскопках в египетском селении Амарна), в котором, наряду с другими документами эпохи фараонов XIV в. до н. э. Аменхотепа III и Аменхотепа IV, имеется переписка египетских правителей.

Достаточно широко использовались иностранные языки и в Древнем Риме. Первым древнеримским письменным переводчиком называют Ливия Андроника, заложившего основы римской поэзии своим переводом «Одиссеи» Гомера на латинский язык. «Одиссея» Гомера в переводе Андроника на протяжении 200 лет была обязательным чтением римских школьников.

На Руси перевод был известен уже в IX веке. Как сообщает одна из летописей, в IX веке киевский князь Ярослав осознал необходимость иметь собственные переводные книги, для чего он собрал «писце многы и прекладаше от грек на словеньско писмо». Подавляющее большинство книг переводилось тогда с древнегреческого языка, а ведущим принципом на Руси вплоть до XVIII в. был пословный, дословный перевод. Но первая профессиональная организация переводчиков будет создана в России только в 1735 г. при Академии и получит название «Российское Собрание». Переводчики собирались в Академии два в неделю, прочитывая все переведенное, переводы обсуждались и рецензировались. «Собрание» занималось переводами, прежде всего, книг научных, художественной и просветительской литературы.

Перево́д – деятельность по интерпретации смысла текста на одном языке (исходном языке [ИЯ]) и созданию нового эквивалентного ему текста на другом языке (переводящем языке [ПЯ]). Изначально существовал только ручной перевод (выполненный человеком). В XX –XXI веках мировое сообщество активно развивает автоматизированный перевод на естественных языках (машинный перевод (англ. MT — Machine Translation)), используя компьютеры в качестве вспомогательных средств при переводе (автоматизированный перевод (англ. CAT — Computer Aided/Assisted Translation).

Целью перевода является установление отношений эквивалентности между исходным [ИТ] и переводящим текстом [ПТ], в результате чего оба текста несут в себе одинаковые смыслы, исходя из культурных и узуальных особенностей языков, на которых они создаются. Среди основных факторов, влияющих на перевод, различают контекст, основные ярусы и грамматический строй ИЯ и ПЯ, традиции письменной и устной речи, фразеологические обороты и т. п.

Существуют письменный и устный переводы. Письменный – самый простой. А устный [перевод] делится на последовательный и, более сложный, синхронный перевод.

В настоящее время переводческая деятельность активно развивается благодаря новым технологиям перевода. Это конечно же машинный перевод, голосовой перевод, электронные словари.

Важной тенденцией развития содержания переводческой деятельности становится закономерность возрастания в ней культурного разнообразия.

Культурное разнообразие – это наличие множества самых разнообразных культур в отличие от монокультуры, глобальной монокультуры или стирания культурных различий, что, в общем-то, схоже с упадком культуры. Понятие «культурное разнообразие» может также означать уважение к особенностям иных культур. Иногда термин «культурное разнообразие» применяется для обозначения факта существования человеческих обществ или культур в конкретных регионах или вообще в мире.

В мире существует множество отдельных сообществ, существенно отличающихся друг от друга. Многие из них сохранили эти отличия до настоящего времени. Существуют культурные различия между людьми, такие как язык, одежда и традиции. Даже сама по себе организация общества может отличаться существенным образом, например, отношением к морали, или отношением к окружающей среде. Культурное разнообразие может рассматриваться как аналог биоразнообразия.

Культурное разнообразие – это антитеза культурному единообразию как одному из негативных следствий глобализации. В обоснование этого приводятся следующие аргументы:

- исчезновение множества языков и диалектов, например, во Франции, не имеющих законного статуса и государственной защиты (баскский, бретонский, корсиканский, окситанский, каталанский, эльзасский, фламандский, пуатевинско-сентонжский и другие);
- возрастающее преобладание культуры Соединенных Штатов Америки посредством распространения их продукции в виде фильмов, телевизионных программ, музыки, одежды и продуктов питания, которые продвигаются через аудио и видео средства массовой информации, мировые унифицированные товары народного потребления (пицца, рестораны, фастфуд и т. п.).

Существуют несколько международных организаций, деятельность которых направлена на защиту сообществ и культур, находящихся под угрозой исчезновения, в частности, Survival International и ЮНЕСКО. Всеобщая декларация о культурном разнообразии, принятая ЮНЕСКО и одобренная 185 странами-участницами в 2001 году, представляет собой первый международный инструмент, предназначенный для защиты и продвижения культурного разнообразия и межкультурного диалога.

Созданная Европейской комиссией Сеть передовых научно-исследовательских центров «Устойчивое развитие в многоплановом мире» (известная как «SUS.DIV») в соответствии с декларацией ЮНЕСКО ставит перед собой цель исследовать взаимосвязь между культурным разнообразием и устойчивым развитием.

Д. П. Боярчук

MIND-BODY PROBLEM В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННОЙ ФИЛОСОФИИ СОЗНАНИЯ

Mind-Body Problem, проблема разума и тела, психофизиологическая проблема, – одна из самых дерзких философских дилемм, которая, несмотря на тысячелетия поисков, остаётся нерешённой. Она бросает вызов не только традиционным представлениям о человеческой природе, но и современным наукам о сознании. Споры о природе сознания в рамках Mind-Body Problem выходят за пределы абстрактных академических дискуссий и затрагивают фундаментальные вопросы: действительно ли мы — лишь биологические машины? Если тело – просто орудие разума, почему тогда тело продолжает диктовать разуму свои правила?

Исторические взгляды, от библейского разделения на плоть и дух до дуализма Декарта, пытались обосновать, почему человек в одном и том же теле способен испытывать как возвышенные порывы, так и самые земные желания. Но религия, философия и наука оставили этот вопрос открытым.

В XX веке феноменология и экзистенциализм предложили взглянуть на тело как на активного участника опыта. Мерло-Понти утверждал, что телесный опыт неотделим от сознания, а Ж.-П. Сартр считал тело пространством свободы. Наука предложила другой подход. С точки зрения современных радикальных редукционистов (Дэниел Деннетт *«Consciousness Explained»*), сознание можно объяснить как «иллюзию», созданную мозгом. Разум – сложная система обработки информации, отрицающая метафизику.

Антиредукционисты, напротив, утверждают, что сознание обладает уникальными характеристиками (такими как субъективный опыт, или квалиа), которые не могут быть сведены к физическим процессам. Дэвид Чалмерс утверждает, что никакие формулы и нейроны не могут передать, *«что значит быть» в* полном смысле этого слова. *Квалиа* – это субъективное восприятия, как например «красный цвет» или «вкус шоколада», которые не поддаются объективному измерению или материальному описанию. Для Д. Чалмерса квалиа – загадка, ведь их нельзя так просто описать сложными нейрохимическими процессами. Томас Нагель в своей статье *"Что значит быть летучей мышью?"* также подчеркивает, что субъективные переживания не могут быть сведены к объективным физическим описаниям.

Современные концепции, такие как функционализм и эмерджентность, предположили, что сознание можно понимать как многослойный феномен, каждая часть которого по-своему уникальна и значима. Идеи функционализма (Г. Райл) позволяют утверждать, что сознание может возникать на основе разных физических субстратов и не обязательно ограничивается нейронными процессами. Сознание рассматривается как эмерджентное свойство мозга, которое не может быть сведено только к его частям и процессам, а проявляется как нечто большее и единое.

В XXI веке рассуждения о дихотомии разума и тела всё больше выходят за пределы философии и науки и проникает в повседневную жизнь. Движения Body Positivity и Body Neutrality призывают людей к принятию своего тела, а популярность mindfulness и осознанных практик указывает на поиск гармонии с собой. Подобно героям романа Милана Кундеры *«Невыносимая лёгкость бытия»*, каждый человек сегодня сталкивается с выбором: воспринимать своё тело как союзника, служителя или обузу? Возможно, пока ответ на эту дилемму остаётся открытым, стоит принять сам факт её существования и, подобно Терезе, научиться понимать и любить себя во всей сложности, – единстве и противоречии тела и разума.

В. Ю. Владыковская

ФИЛОСОФИЯ ЯЗЫКА КАК МЕТОДОЛОГИЯ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Философские проблемы современного языкознания раскрывают многогранную природу языка как ключевого элемента человеческого бытия, познания и культуры. Исследование эволюции философских представлений о языке демонстрирует, что он не является нейтральным инструментом коммуникации, а активно участвует в конструировании реальности, формировании мышления и культурной идентичности.

В западноевропейской традиции язык преимущественно анализировался через призму логики и структуры, что нашло отражение в работах Аристотеля, Г. Фреге и Л. Витгенштейна, где акцент делался на его формальных и знаковых аспектах. В отличие от этого, русская философская мысль (А. Потебня, М. Бахтин) подчеркивала онтологическую и диалогическую природу слова, связывая его с национальным самосознанием и духовным опытом.

Системное исследование языка в философии и языкознании выявило его двойственную природу: как знаково-символической системы, организующей познание, и как динамичной деятельности, формирующей жизненный мир человека. Семиотические концепции показали, что язык функционирует через сложное взаимодействие иконических, индексных и символических элементов, а гипотеза лингвистической относительности и её критика продемонстрировали влияние языка на восприятие, не отрицая при этом универсальности когнитивных процессов.

Феноменологический и герменевтический подходы раскрыли язык в контексте традиции, подчеркнули историчность языка и его связь с культурными практиками. Аналитическая философия, возникшая как реакция на метафизические спекуляции, утвердила язык в качестве центрального объекта философского исследования. Логическое направление стремилось к созданию идеального языка, тогда как лингвистический анализ сместил акцент на изучение естественного языка в контексте его повседневного

использования. Несмотря на методологические различия, оба направления подчеркивают, что философские проблемы часто коренятся в языковых неясностях, а их прояснение требует тщательного анализа структуры и функционирования языка.

Современная философия языка сталкивается с необходимостью переосмысления классических категорий в условиях цифровой эпохи. Проблема аутентичности языкового существования, поднятая экзистенциалистами, приобретает новые измерения в виртуальных коммуникативных пространствах. Вопрос о соотношении языка и истины, центральный для всей западной метафизики от Платона до М. Хайдеггера, требует нового осмысления в эпоху постправды и симулякров. Эпистемологический статус языка также подвергается пересмотру: современные исследования подчеркивают его конститутивную роль в формировании самой реальности. Этот поворот от корреспондентской к конститутивной теории языка знаменует важный сдвиг в философской парадигме. Будущее языкознания видится в развитии интегративных подходов, способных охватить как универсальные законы языковой деятельности, так и ее конкретные культурно-исторические проявления в условиях меняющегося мира.

М. М. Востокова

ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ ЦЕННОСТЕЙ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ “ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЕКТА”

Целью данной работы является анализ последствий внедрения искусственного интеллекта (ИИ) в духовную жизнь современного общества и тех изменений которые возникли или же могут возникнуть в системе ценностей. Несмотря на достаточно короткую историю своего существования, ИИ превратился в основной символ современной культуры, обладающий ценностно-смысловой природой. Стремительное, даже агрессивное наступление ИИ на все сферы жизни общества происходит в условиях, когда человечество не в состоянии контролировать ни его эволюцию, ни границы его воздействия на существующую систему ценностей.

Анализ литературы, касающейся проблем искусственного интеллекта позволяет обозначить по традиционные три подхода в оценке его воздействия на систему ценностей современного человека, которые можно условно назвать *позитивный, негативный и релятивистский подходы.* Отнесенность к данным подходам определяется степенью осведомленности их представителей относительно ИИ и наличием технофобии.

С точки зрения *позитивного подхода* такие ценности как *интеллект, знания, наука, профессиональное признание, жизненный успех, коллективизм* под влиянием ИИ выходят на первый план в современном цифровом обществе. Серьезной трансформации подверглась такая ценность как *равенство*. Специфика общения под воздействием новых технологий привела к уменьшению значимости уровня дохода, образования, места

жительства и т.д. Представители *негативного подхода* считают, что ИИ оказал пагубное воздействие на такие ценности как *безопасность* и *доверие,* что их позиции в системе ценностей повысилась (для обеспечения личной и общественной безопасности люди готовы пожертвовать собственной идентичностью и ограничить личную и гражданскую свободу). Представители *релятивистского подхода* говорят о двояком воздействии ИИ на *гуманистические и духовно-нравственные ценности, семью, здоровье и свободу человека.* Например, благодаря ИИ человек стал более свободным в общении, образовании, проявлении творчества; с другой стороны, под воздействием «цифрового следа» стало легко контролировать и отслеживать любую деятельность человека.

Считаем также необходимым обозначить тот факт, что большинство вопросов аксиологического характера, связанных с применением систем ИИ, не являются характерными для этой области (например, использование ИИ в образовательном процессе поднимает новые вопросы об академическом мошенничестве, которое не является новым феноменом и существует независимо от технических приспособлений). Тем не менее, технологии, основанные на ИИ, действительно ставят перед нами принципиально новые аксиологические проблемы, с которыми общество ранее не сталкивалось. Воздействие ИИ на ценностную структуру общества только начинается и высказывать категорические суждения о негативной или позитивной трансформации той или иной ценности преждевременно.

М. С. Галузо

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК РЕВОЛЮЦИЯ СОЦИАЛЬНОЙ СФЕРЫ: ПОТЕНЦИАЛ И ПРОБЛЕМЫ

Искусственный интеллект – это область исследования, привлекшая ученых и квалифицированных специалистов из разных научных кругов. Социальная сфера – область общественной жизни, связывающая между собой отрасли, которые обслуживают базовые потребности населения: образование, здравоохранение, культуру, социальные услуги и другие элементы. Заглядывая в будущее, можно рассмотреть потенциальные перспективы ИИ в развитии социальной работы и общественных услуг. В контексте образования и социальных услуг ИИ предоставляет уникальные возможности для улучшения систем поддержки, оптимизации распределения.

Эволюция технологий каждый раз демонстрировала свое непосредственное влияние на социальную сферу. Во время промышленной революции внедрение машин содействовало автоматизации ручного труда, что привело к изменению структуры рабочих пространств. Появление искусственного интеллекта является новым витком технологической эволюции, застав-

ляющей задуматься о потенциале развития социальных процессов. Учитывая возможности искусственного интеллекта и его способность к самообучаемости, можно смело говорить о частичной революции социальной и общественной работы в образовательной отрасли, а также консультативной автоматизации области здравоохранения.

В образовательной сфере искусственный интеллект является помощником для трех сторон: социального работника, учителя и учащегося. Этот инструмент способен автоматизировать часть работы сотрудников школы. Социальный работник, на основании выведенного анализа, который он должен проверить и откорректировать, может понять на раннем этапе склонность к выгоранию, депрессии. В системе здравоохранения уже практикуется частичное введение в использование искусственного интеллекта. Например, Symptomate.com, созданный Intermedica с помощью врачей, учёных и искусственного интеллекта.

Использование ИИ для выполнения повседневных задач улучшает опыт для клиентов и социальных работников. Понимая будущие перспективы ИИ в социальной и общественных работах, готовясь к изменениям, обусловленным ИИ, и создавая политику ответственного использования ИИ, заинтересованные стороны могут использовать преобразующую силу ИИ, соблюдая этические нормы. Технологии — это будущее, и если научиться правильно их использовать сейчас, социальные работники смогут защитить себя и своих клиентов.

К. Л. Гвоздевская

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ИНСТРУМЕНТ ВИЗУАЛЬНОГО ТВОРЧЕСТВА: ВОЗМОЖНОСТИ И ЭТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

В 2018 году в Нью-Йорке по итоговой цене в полмиллиона долларов была продана картина "Портрет Эдмонда де Белами". Произведение было куплено всего лишь за 6 минут, став первой оригинальной работой созданной искусственным интеллектом, что привело к множественным спорам, а также стало началом новой эры в искусстве.

Актуальность темы обусловлена ростом объемов визуального контента и необходимостью его автоматической обработки и ставит целью работы: исследование методов и технологий ИИ для интерпретации изображений и их применение в творческих процессах

В контексте визуального творчества искусственный интеллект может выполнять важные роли, однако особенностью его использования является то, что это только инструмент, и его эффективность зависит от поставленных команд и четко сформулированной цели. ИИ может создать изображение с самого начала или отредактировать уже имеющееся.). Вариации его моделей очень разнообразны в зависимости от поставленных задач. Например,

к технологиям, основанным на генерации изображений, относятся DALL-E 2 (OpenAI), Stable Diffusion, Imagen(Google) – схож с DALL-E 2; Big Image Creator (на базе DALL-E). С целью редактирования и улучшения качества изображения созданы следующие виды ИИ: Topaz Photo AI – для работы с качеством фотографии; Luminar AI – для улучшения света и деталей.

Непосредственно в создании работ графическими художниками искусственный интеллект становится незаменимой частью создания изображения. Создание новых видов кистей, текстур цвета, исправление качества смешивания цветов и плавности линий – все это ускоряет процесс создания. Однако и формирует этические вопросы касательно авторства.

Грань между реальной фотографией и созданным изображением иногда настолько размыта, что, не придав этому достаточно внимания, можно и не понять авторства, что влечет за собой и негативное влияние, например, дезинформацию и распространение запрещенного контента.

На создание работы с помощью искусственного интеллекта может потребоваться времени в разы меньше, и результат может быть лучше, что приводит к разочарованию и нежеланию людей развиваться в данной сфере. Однако вероятность, что ИИ полностью заменит художников, достаточно низкая. Искусственный интеллект является хорошим инструментом для выполнения качественных работ, поэтому и требует определенных условий. Будущее в данной сфере требует особого контроля, но с использованием данной технологии люди способны открыть много новых возможностей.

Е. А. Екторова

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ ТИПОЛОГИИ ЛИЧНОСТИ В УЧЕНИИ К. Г. ЮНГА

Тема типологии личности предлагает ключ к пониманию природы человеческого сознания и бессознательного, поведения и взаимодействия, самоопределения и самореализации. Одним из наиболее значимых трудов в этой области исследований является работа швейцарского ученого, основателя аналитической психологии Карла Густава Юнга (1875–1961) «Психологические типы». Данный труд содержит анализ психики человека через призму интроверсии (установка сознания, направленная на внутренний мир субъекта) и экстраверсии (установка сознания, направленная на внешний мир). Экстраверты «растрачиваются» и направляют энергию на объект, тогда как интроверты избегают затрат энергии и стремятся к самосохранению. Ключевой идеей в учении К. Г. Юнга стало понимание психической жизни как постоянного взаимодействия сознания и бессознательного, т.е. источника воображения, символизма и религиозного чувства.

Общая установка сознания интровертного типа личности характеризуется преобладанием субъективных психических процессов над внешними объектами, воспринимаемыми как второстепенные и символические. В отличие от экстравертов, которые ориентируются на внешние воздействия,

интроверты сосредоточены на внутренних переживаниях, что ведет к автономии от внешней среды. Такое противопоставление двух типов подчеркивает психическую установку, где у интровертов субъективное мнение становится центральным элементом восприятия и реакции на объект. Это разделение обусловлено глубинной структурой личности, где само восприятие и познание невозможны без субъекта.

Бессознательная установка интроверта значительно влияет на восприятие и отношение к объекту, порождая страхи, защитные реакции и невротические реакции. Стремление эго к автономии парадоксально усиливает зависимость от объекта, который начинает восприниматься как угроза. Внутренние конфликты, возникающие из-за разрыва между эго и бессознательным, требуют гармонизации, достижимой лишь через символическое восприятие и творческое воображение, которые служат путём к интеграции противоречивых тенденций и внутреннему единству.

Интровертное *мышление и интуиция*, ориентированные на внутренние образы и архетипы, склонны к отрыву от фактической реальности, создавая риск утраты связи с внешним миром. *Чувство и ощущение,* при доминировании в интровертной установке, приобретают индивидуализированный характер, формируя неповторимый внутренний мир, что делает выражение этих переживаний труднодоступным для окружающих.

Поскольку современная культура ориентирована на объективные ценности, а современное общество называют коммуникативным обществом, то интровертные типы личности вынуждены адаптироваться к среде, что часто приводит к чувству неполноценности.. Основная трудность заключается в нахождении равновесия между внутренним и внешним, субъективным и объективным факторами. Невозможность гармонично интегрировать эти аспекты может вызывать внутренний конфликт, отчуждение и склонность к мифологизированию реальности. При этом интровертный, рефлексивный и думающий тип личности, имеет свои неоспоримые достоинства в современном обществе знаний и ценностей образования.

Т. Д. Жуковец

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ЗАПАДНОЙ И ВОСТОЧНОЙ АНТРОПОЛОГИЧЕСКИХ ПАРАДИГМ

Специфика западной и восточной антропологических парадигм обусловлена региональными социокультурными различиями и уникальными духовно-нравственными традициями.

Западная антропология характеризуется акцентом на индивидуализме, рациональности и свободе. Начиная с античности, где человек рассматривался как «мера всех вещей» (Протагор), через антропоцентризм эпохи Возрождения (Пико делла Мирандола, Данте) до экзистенциализма XX века (Сартр, Камю), западная философия утверждала человека как активного

субъекта, способного к самоопределению и преобразованию мира. Дуализм души и тела (Платон), этический универсализм (Аристотель) и идея личной ответственности перед абсурдом бытия стали основой западного гуманизма.

Западная философия человека акцентирует автономию личности. Досократики связывали человека с космосом, Сократ и Платон утвердили разум как инструмент познания истины, а Ренессанс провозгласил антропоцентризм, сделав человека «венцом мироздания». Раскрывая свободу и ответственность человека, экзистенциализм XX века подчеркнул абсурдность бытия и необходимость личного выбора, где свобода воли становится основой самоопределения.

Восточная традиция акцентирует личностную гармонию и баланс, единство с природой и обществом. В индийской философии ключевыми стали концепции сансары и кармы, а буддизм предложил путь освобождения от страданий через «срединный путь». В Китае конфуцианство сфокусировалось на социальной этике и долге (Конфуций), тогда как даосизм (Лао-цзы) провозгласил идеал естественности и единства с Дао. Человек здесь – не автономная единица, а часть космического порядка. Восточная философия человека сохранила акцент на медитации и интуитивном познании, избегая противопоставления материального и духовного.

Сравнивая цели человеческого существования, отметим, что в западной антропологии смысл жизни усматривается в самореализации и преобразовании мира. На Востоке – в гармонии с природой и освобождении от желаний. Рационалистический и экспериментальный метод познания на Западе противоположен восточной интуиции и медитации. В этике западные индивидуальные права и свобода выбора отличаются от восточной коллективной ответственности и долга.

Сегодня диалог западной и восточной антропологических парадигм становится ключом к решению кризисных ситуаций. Технологический прогресс Запада, сочетаясь с восточной мудростью гармонии, может предложить новые модели устойчивого развития. Например, экзистенциальный кризис современного человека, связанный с потерей смысла, может быть смягчен через даосские практики осознанности или буддийский подход к преодолению страданий.

Философия человека в западной и восточной традициях – не противоречивые, а взаимодополняющие системы. Их синтез способен обогатить гуманитарное знание, предложив целостное видение человеческой природы, где свобода индивидуума сочетается с уважением к коллективу, а рациональный прогресс – с экологической ответственностью. Эти идеи остаются актуальными в эпоху цифровизации и глобальных кризисов, напоминая о необходимости баланса между технологическим развитием и духовной целостностью.

А. М. Завадко

РАЗЛИЧИЕ ПОДХОДОВ К ОСМЫСЛЕНИЮ ЦЕННОСТЕЙ В РЕЛИГИОЗНОЙ И НЕРЕЛИГИОЗНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

Ценности играют ключевую роль в формировании мировоззрения и поведения человека, определяют его отношение к окружающему миру и другим людям. Гордость – одна из качественных характеристик человека. В контексте религиозной и нерелигиозной литературы понятия гордости и гордыни приобретают особую значимость, так как они отражают различные подходы к осмыслению человеческой природы и морали. Религиозные традиции рассматривают гордыню как порок, противопоставляя ей смирение и самопожертвование. Нерелигиозные тексты подчеркивают её роль в самоутверждении и развитии человека.. В религиозных текстах гордость и гордыня рассматриваются как взаимозаменяемые, гордость в современном понимании в религиозной литературе отсутствует. В Библии гордыня воспринимается как негативная черта, отражающая удаление от Бога. Гордость ассоциируется с неповиновением, рассматривается как первичный грех человека и причина его падения, а также как источник всех других грехов.. Однако не всякая гордость является греховной. Понятие гордости может также означать любое «преизобилие». Фома Аквинский указывает на существование второго типа гордости: «гордость, которая означает даруемую Богом славу». Филон Александрийский так же выделяет вид гордости, основанный на добродетелях, а непороках человека. В качестве нерелигиозного источника рассмотрим «Трактат о человеческой природе» Д. Юма, который интерпретирует гордость как сложный аффект, возникающий в ответ на положительное восприятие себя и формируется под влиянием различных факторов. Такие личные качества, как ум, добродетель и мужество, служат основой для самовосприятия и самоуважения, формируют идентичность и становятся источником удовлетворения. Внешние обстоятельства – социальный статус, играют значительную роль в формировании гордости. Эти факторы обеспечивают контекст, в котором индивид оценивает свое положение в обществе, что способствует укреплению гордости. Дэвид Юм демонстрирует многогранность этого феномена, подчеркивает важность социального контекста в формировании ценностных ориентиров личности, что делает его интерпретацию гордости актуальной для анализа человеческой природы и поведения. Понимание различий толкования этого феномена является важным для формирования критического мышления и осознанного восприятия ценностных ориентиров, представленных в различных формах культуры и литературы.

Д. С. Зеньчик

ЧЕЛОВЕЧЕСКАЯ ПРИРОДА В ФИЛОСОФИИ ЭРИХА ФРОММА

Книга Эриха Фромма «Бегство от свободы» значительно повлияла на интеллектуальную культуру XX века своими идеями, которые остаются актуальными и по сей день. Она посвящена тому, как современный человек преодолевает мучительное одиночество, возникшее как результат освобождения от тесных связей с природой и другими людьми. Человек превратился в «индивида», но в то же время стал изолирован и бессилен, стал отчужденным от себя самого и от других людей. Но жить без какого-то сотрудничества человек не может, ему важно принадлежать и являться частью какой-то целостной структуры, а самое главное – занимать в ней бесспорное место. Индивид хоть и считается свободным в прямом смысле этого понятия, но он стал заложником своих чувств и сложившийся системы. Современный человек в основном страдает от того, что он превратился в винтик гигантской машины, и его жизнь лишилась смысла. Эти страдания толкают человека к желанию спастись от этого конфликта, забыв свое Я, обратив свою личность в ничто и не осознавая себя больше самостоятельным индивидом.

В истории многие факторы в мире вызывали у людей гнетущее душевное состояние, поэтому они искали того, кто сможет заглушить их навязчивые мысли. В Средние века с этой задачей отлично справлялись различные течения в религии. Затем люди стали отдавать свою жизнь в руки других людей, садистско-мазохистские узы стали современной тенденцией во взаимоотношениях людей. И садизм, и мазохизм возникают из-за одной основной причины – неспособности вынести изоляцию и слабость собственной личности. Их общая цель – симбиоз, который в психологическом смысле слова – союз одной личности с другой, в котором каждая из них теряет целостность своего Я, так что обе они становятся полностью зависимыми друг от друга. Садист так же сильно нуждается в своем объекте, как мазохист – в своем. Поэтому и мазохистские, и садистские стремления помогают индивиду избавиться от невыносимого чувства одиночества и бессилия. Мазохистские тенденции проявляются в желании подчиниться, раствориться в чем-то большем, чтобы избежать ответственности и чувства изоляции, а садистские – в стремлении доминировать над другими, контролировать их, чтобы компенсировать собственное бессилие. Оба типа поведения являются попыткой преодолеть экзистенциальное одиночество. Однако Фромм подчеркивает, что конформизм не приносит истинного удовлетворения, а лишь временно заглушает тревогу, связанную с отсутствием смысла. Авторитаризм и конформизм – это не просто социальные явления, а глубокие психологические реакции на вызовы свободы. Они возникают из-за неспособности человека справиться с ответственностью, которую влечет за собой независимость. Выходом же является активная реализация своего потенциала в гармонии с собой и обществом, а не бегство от реальности.

Фромм, критикуя современную культуру бегства от свободы, предлагает позитивную альтернативу, – развитие более глубоких и осмысленных жизненных отношений. Это – позитивная свобода, полная реализация способностей индивида, дающая возможность жить активно, спонтанно. Свобода, движимая внутренней логикой своего развития, достигла критической точки, где ей угрожает опасность обратиться в свою противоположность.

Д. А. Игнатовская

СУБКУЛЬТУРЫ МОЛОДЕЖИ – ФОРМЫ ЕЕ ЦЕННОСТНОЙ ОРИЕНТАЦИИ

Субкультуры молодежи – это форма их ценностной ориентации, отражающая процессы социализации, самоидентификации и общественного взаимодействия. Они представляют собой не просто группы по интересам, а мощный социальный феномен, который эволюционирует с течением времени.

Ключевые аспекты субкультур:

1. Поиск идентичности - молодежь стремится определить себя и найти единомышленников.
2. Протест и самовыражение - субкультуры часто формируются в ответ на социальные и культурные вызовы.
3. Коммуникация и общение - создаются особые языковые нормы, символы и ритуалы.
4. Влияние массовой культуры - современные тренды, медиа и технологии формируют новые субкультурные сообщества.
5. Историческая динамика - субкультуры отражают дух времени и изменяются вместе с обществом.

Основные направления субкультур молодежи в Беларуси:

1. Музыкальные и творческие - объединяют любителей рэпа, металла, граффити и сценического искусства.
2. Цифровые и интернет-сообщества - включают геймеров, блогеров, стримеров и тиктокеров.
3. Спортивные и экстремальные - скейтеры, BMX-райдеры, паркурщики и уличные спортсмены.
4. Социально-активные и идейные - эко-активисты, феминистские движения, анархистские сообщества.
5. Эстетические и модные - дарк-академики, модники, представители стритвир-культуры.
6. Интеллектуальные и логические - шахматные клубы, спидку беры, дискуссионные сообщества.
7. Восточноазиатские - анимешники, К-рор-фанаты, косплееры.

На протяжении XX-XXI веков субкультуры стали важным инструментом выражения идентичности и социальной адаптации молодежи. В современном мире онлайн-форматы расширяют их влияние, объединяя людей по всему миру, а новые тренды, технологические новшества и культурные движения продолжают формировать субкультуры, адаптируя их к реалиям времени. И вместо того, чтобы оценивать субкультуры с точки зрения «правильности» и «неправильности», важно стремиться к понимаю их сути и значения для молодежи.

Д. О. Ильянкова

ВЛИЯНИЕ ИДЕЙ «ЛОГИКО-ФИЛОСОФСКОГО ТРАКТАТА» Л. ВИТГЕНШТЕЙНА НА СТАНОВЛЕНИЕ ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Аналитическая философия как методология и стиль мышления западноевропейской интеллектуальной культуры возникла в середине XX века и с тех пор оказывает значительное влияние на развитие всех направлений современной философии и лингвистики. В период расцвета научного внимания к теории значений в философии языка творчество Л. Витгенштейна (1889-1951), британского ученого австрийского проис-хождения, было безусловно доминирующим. Влияние его идей на мировую интеллектуальную культуру сохранилось и в дальнейшем, несмотря на значительные изменения методологии философа.

Анализ раннего творчества Л. Витгенштейна, представленного в его «Логико-философском трактате», выявляет следующие важнейшие идеи. Язык является не просто инструментом для передачи информации, а отражением реальности, где каждое предложение функционирует как картина действительности. Основная идея («значение знака» определяется через его логическое применение в контексте предложения), позволила философу вывести концепцию логического атомизма. Высказывания можно рассматривать как составные части, которые могут быть аналитически разбиты на более простые элементы, отражающие факты и состояния дел. Язык и логика как средства выражения, способны описать реальность в ее наиболее базовых формах. Изучение философских проблем требует не анализа мира в его материальном содержании, а анализа структуры языка, который отражает этот мир в логически правильной форме. Ученый пытался найти идеальный язык, который точно передавал бы структуру мира.

Ранний Л. Витгенштейн заложил основы логико-синтаксической философии, ориентированной на структуру языка как отражения реальности. Его идеи о том, что «предложение есть картина действительности», логика и язык связаны с реальным миром, сформировали важные этапы в развитии теории смысла и значения.

Однако в «Философских исследованиях» Л. Витгенштейн отказывается от этого подхода и утверждает, что «значение слов определяется их употреблением», не является фиксированным и не должно соотноситься с реальностью. Определяется практическим использованием в различных контекстах и ситуациях, то есть через концепцию «языковых игр». Метафизические заблуждения часто возникают из-за незнания того, как на самом деле работает наш язык. Вопрос заключается не в значении, а в употреблении слов. Это переосмысление роли языка в познании мира открыло новые перспективы для лингвистических исследований и оказало существенное влияние на развитие таких направлений, как когнитивная лингвистика, социолингвистика и теория коммуникации.

Поздний Л. Витгенштейн не только отвергает метафизику, но и предлагает метод, который приближает философию к реальной жизни, ориентируясь на решение конкретных проблем, возникающих в языке и повседневной коммуникации. Это превращает философию в практическую дисциплину, сосредоточенную на анализе и понимании, а не на создании абстрактных теорий.

Д. Д. Кисляк

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ МЕТОДОЛОГИЯ В «ФИЛОСОФСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ» Л. ВИТГЕНШТЕЙНА

«Философские исследования» (1953) представляют собой посмертно изданный сборник записок и размышлений, основанный на более позднем научном опыте британского мыслителя австрийского происхождения, одного из создателей аналитической философии Людвига Витгенштейна (1889–1951), а также на его рассуждениях о духовной сфере и практике обучения детей иностранному языку.

Произведение начинается с цитирования отрывка «Исповеди» Святого Августина, где описывается примитивное представление о сущности естественного языка Он состоит из наименований объектов реальности, которые приписываются им путём действия «показывания» или выполнения неких действий с объектом, а предложения состоят из данных наименований. В данном представлении значение слов тождественно объекту, который они обозначают. Для иллюстрации этого представления Л. Витгенштейн строит модель, в которой есть строитель А, его помощник Б, и некоторые виды камней, которые Б передаёт А по указке. Эти камни именуются: «блок», «столб», «плита», «балка». Философ утверждает, что языка в представлении Августина недостаточно, чтобы такая ситуация вообще имела место, и ассоциации между объектом и словом в голове человека недостаточно, чтобы человек при этом что-либо сделал.

Дети изучают родной язык с помощью *игры*: либо посредством обучения через указание, либо в ходе повторения, так или иначе действуя по сигналу. «“Языковой игрой” я буду называть единое целое: язык и действия, с которыми он переплетён». «Значение слов определяется их употреблением» (Л. Витген-штейн, 2025).

Философ приводит примеры множества занятий, которые называются «играми» и при этом необязательно должны обладать какими-то фундаментальными чертами: хороводы, теннис, карточные игры и так далее. Все эти занятия объединены так называемым *«семейным сходством».* Понятие «игра», в том числе *«языковая игра»*, не является чем-то точным, и эта точность далеко не всегда необходима. Словам и языку нет необходимости очерчивать слишком чёткие границы.

Переходя к рассуждениям о логике, которая в представлениях того времени являлась неким высшим благом и порядком, чем-то идеальным, что нельзя постичь через обыденный язык, Л. Витгенштейн утверждает в «Философских исследованиях», что идеал следует искать в обыденном языке. Признавая противоречие между последовательностью и твёрдостью логики и собственным видением языка, философ отказывается называть собственные рассуждения «научными». Отказывается объяснять и догматизировать, провозглашая своей целью лишь *описание.* Л. Витгенштейн отмечает, что анализ повседневного языка поможет избежать или решить многие проблемы философии, ведь этим языком данные вопросы и выражены, а также в целом исключить неопределённость и многозначность высказываний.

Е. Е. Кондратьева-Соколовская

РОЛЬ ПАРАДОКСА В ФОРМИРОВАНИИ МЫСЛИ: Ж. ДЕЛЁЗ

Жиль Делёз (1925–1995) – французский философ-постмодернист, известный своими работами в области философии и логики, эстетики и психоанализа. В основных произведениях («Различие и повторение», «Логика смысла», «Тысяча плато») он рассматривает сложные идеи о нонсенсе, абсурде, парадоксе. *Парадокс* – не просто противоречие, а инструмент познания, метод, открывающий новые возможности. «Сила парадоксов не в том, что они противоречивы, а в том, что они позволяют нам присутствовать при генезисе противоречия» (Ж. Делёз). Здесь первично не слово, а творческая деятельность человека, формирующего смыслы. Парадоксы показывают, как противоречия обогащают наше понимание сложных идей.

Повторение, как утверждает Ж. Делёз, не является простым воспроизведением. Каждое повторение может вносить новые значения и формы, что делает его динамичным и творческим процессом. То, что мы считаем идентичным, на самом деле является результатом постоянного изменения и повторения. Это ставит под сомнение традиционное представление о

сущностях как о неизменных. *Различие* для Ж. Делёза – это не просто разнообразие, а динамическая сила, создающая новые значения. Парадоксы помогают понять, как различие проявляется в повторении и как оно влияет на наше восприятие реальности.

Философ рассматривает *время* как поле возможностей, где события могут пересекаться и влиять друг на друга, что согласуется с его идеей *виртуального.* Оно существует вне традиционного понимания времени и пространства, открывая новые горизонты для понимания изменений и развития. Виртуальное представляет собой нечто потенциальное, которое может стать реальным. Это подразумевает, что идентичность не фиксирована, а включает в себя множество возможностей. Виртуальное активирует новые аспекты, создавая изменения в уже существующей реальности

Так, искусственный интеллект (ИИ) в результате повторения (обучения) создает новое различие (интеллект). В контексте ИИ повторение не просто воспроизводит уже существующее, а формирует новые возможности и подходы. ИИ становится не только инструментом, но и активным субъектом, способным создавать инновации и изменять привычные представления об «интеллекте».

Как полагал Ж. Делёз, логика мысли не является сбалансированной и рациональной системой: «Логика мысли подобна порыву силы, отталкивающему вас назад. Я думаю, что вы все еще в гавани, Оказывается – вы давно уже в открытом океане» (Ж. Делёз).

А. С. Кононович

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ПРОБЛЕМАТИКА В ФИЛОСОФИИ ПОСТМОДЕРНИЗМА

Философия постмодернизма вобрала в себя влияние различных интеллектуальных течений, оспаривающих традиционные методы анализа и восприятия реальности; содержит критику метанарративов, таких как прогресс, рациональность и объективность. Вместо этого акцентируются неопределенность, фрагментарность и относительность смыслов бытия и языка. Постструктурализм и деконструктивизм дали постмодернистской философии языка инструмент, позволяющий критически подходить к традиционным концептам и развивать новые способы осмысления культуры и языка.

Философия постмодернизма унаследовала от Ф. де Соссюра и Ж. Деррида понимание языка как системы, в которой значения не являются фиксированными и объективными. Язык рассматривается здесь как важнейший инструмент конструирования реальности, а не просто средство её описания. Р. Барт рассматривает структурные единицы как осмысленное

целое: каждая такая единица входит в виртуальное множество аналогичных единиц. Определив единицы, структуральный человек выявляет и закрепляет за ними правила взаимного соединения. Построенная таким образом модель возвращает нам мир уже не в том виде, в каком он был ей изначально дан, и именно в этом Р. Барт видит значение структурализма.

Объектами научного анализа в структурализме становятся экзотика пространственно-географическая – социальные организации и духовные структуры первобытных племен (К. Леви-Стросс); экзотика внутреннего мира человека со всеми глубинами бессознательных и неосознанных слоев его психосоматической структуры (Ж. Лакан); экзотика прошедших, качественно своеобразных периодов собственной культурной истории (М. Фуко, отчасти Р. Барт). Деконструкция как метод анализа способствовала новым интерпретациям языка, а концепции симулякров и гиперреальности Ж. Бодрийяра помогли осветить размытость границ между реальным и мнимым.

Важные работы Ж.-Ф. Лиотара о кризисе универсальных метанарративов и акцент на множественности локализованных историй стали основой для понимания разнообразия в человеческом опыте и его языковых описаниях. Когда Л. Витгенштейн сосредоточивает свое внимание на эффектах дискурса, он называет различные виды высказываний, которые он отмечает в языковых играх. В основе «языковых игр» в концепции Ж.-Ф. Лиотара лежит принцип «говорить значит бороться – в смысле играть». Языковые акты показывают общее противоборство (агонистику), а наблюдаемая социальная связь основана на речевых приемах.

В начале XXI века наблюдается кризис постмодернистских идей, вызванный как внутренними противоречиями, так и изменениями в социальном, культурном и политическом контексте. Это создает пространство для новых философских направлений, предлагающих более устойчивые и адекватные ответы на современные вызовы, в том числе на философию языка.

Е. Д. Кочнева

ФИЛОСОФИЯ ЧЕЛОВЕКА В КУЛЬТУРНОЙ ТРАДИЦИИ ВОСТОКА

В философии человека, западной и восточной, можно выделить различные мировоззренческие установки, определяющие приоритеты и специфику познания человека и его места в мире. Это натурализм, теоцентризм, социоцентризм, логоцентризм. Антропоцентризм ставит человека в центр мироздания, подчеркивая его уникальность, способность к самопознанию и моральному выбору. Антропологическая триада тело–душа–дух раскрывает специфику изучения человека в культурной традиции Востока.

В философии Индии концепция круговорота жизни и закон кармы занимают центральное место в понимании человека. Его жизнь рассматривается как часть бесконечного цикла перерождений, в котором душа непрерывно вовлечена в процесс сансары. Буддизм акцентирует внимание на страдании как ключевой теме человеческой жизни. Для достижения освобождения от страданий необходимо подавить жажду жизни и желания, что ведет к состоянию нирваны. Джайнизм подчеркивает принцип непричинения вреда, отказ от категоричных суждений и собственности. Чарваки (материалистическая школа) критиковали религиозные учения, акцентирующие внимание на страданиях, утверждая, что стремление к подавлению желаний является проповедью смерти. Они подчеркивали естественность смерти и призывали мудрых людей не стремиться к ней, а сосредоточиться на жизни здесь и сейчас.

Китайская философская традиция в значительной степени сосредоточена на антропологии. Конфуцианство акцентирует внимание на концепции жень (гуманности) и правилах этикета (ли), подчеркивая важность моральных принципов, таких как преданность и почитание правителя. В конфуцианстве человек рассматривается как часть иерархии природы, живущий в гармонии с мировым порядком. Идеал «благородного мужа» воплощает человеколюбие, искренность и соблюдение правил. В рамках конфуцианства развились два подхода к пониманию природы человека: учение Мэн-цзы о врожденной доброте и учение Сюнь-цзы о злой природе человека, утверждающее, что человек рождается с инстинктивным стремлением к наживе. Даосизм, основанный на учениях Лао-цзы, фокусируется на концепции Дао как универсального принципа, определяющего устройство мира. Дао порождает взаимодействие двух начал – Ян и Инь, из которых возникает все существующее. Слияние даосизма и буддизма в Китае дало начало чань-буддизму, который стремится раскрыть изначальную природу человека и призывает к свободе от привязанностей. Несмотря на схожесть в понимании бытия, различия между даосизмом и буддизмом значительны: в даосизме бытие и небытие взаимопроникают, тогда как в буддизме бытие рассматривается как угасание жизненных проявлений. Чань-буддизм более близок к даосизму, так как не ставит целью достижение нирваны, а акцентирует внимание на растворении в мире и активном участии в жизни, рассматривая стремление уйти от мирских дел как ошибку. Философская мысль Древнего Востока акцентировала внимание на внутреннем мире человека, самопознании и медитации как путях к личностному совершенствованию. Восточная философия утверждает, что улучшение общественной жизни возможно лишь через изменение самого человека, укрепление его семьи и ответственности перед государством.

А. С. Кухарев

ТЕМА МОРАЛЬНЫХ ДОБРОДЕТЕЛЕЙ В ДИАЛОГАХ ПЛАТОНА РАННЕГО ПЕРИОДА ТВОРЧЕСТВА

Платон (427 – 347 гг. до н.э.) – великий древнегреческий философ, основоположник объективного идеализма и предтеча христианства. Свои философские взгляды он излагал в форме диалогов, в виде вопросов и ответов спорщиков; в виде законченных речей или в виде поиска истины без намерения формулировать ее в окончательном виде.

Ранний период творчества Платона принято называть сократическим. В этот период философа интересует тема моральных добродетелей. В диалогах «Лисид», «Лахет», «Хармид», в ходе бесед с Сократом рассматриваются мужество, рассудительность, дружба, которые являются пока еще главными ступенями восхождения к добродетели. Но в диалоге «Лисид» имеются зачатки будущей идеи Платона о любви, в том числе о любви к мудрости, в значении которой и сегодня рассматривается сама философия.

В диалоге «Лисид» обсуждается добродетель дружбы в ходе беседы с мальчиком Лисидом и его друзьями Менексеном и Гиппоталом. Беседа происходит в праздник Гермеса. Мудрый Сократ чувствует себя хорошо и спокойно среди молодых людей; не испытывает готовности к бою как в спорах с умудренными софистами. Лисид происходит из богатой и знатной семьи. Он играет на лире, умеет писать и читать, знает поэзию, слушается родителей и воспитателей. Гиппотал просит Сократа научить его, как подружиться с Лисидом. В ходе беседы, которую мы называем сегодня «сократическим диалогом», рассматриваются разные стороны дружбы и любви, но ответ не получен, потому что поиск истины бесконечен.

Добродетель дружбы заключается в родственности, побуждающей человека (который ни хороший, ни плохой) стремиться к поиску «своего» у «прелестного», а это равнозначно стремлению обладать благом. Дружба – стремление человека к подобному себе, чувство, занимающее срединное положение между добром и злом и характерное для тех, кто переживает становление в благе. Дружба основана на стремлении восполнить то «свое», в чем испытываешь недостаток и что можно найти у другого, подобного себе.

В итоге Сократ приходит к выводу, что любовь, дружба и вожделение являются вещами, которые находятся *внутри* человека. Человек ищет в дружбе нечто родственное, свое, а друзья по природе своей родственны друг другу. Родственная душа обязательно будет испытывать любовь, вожделение или дружеское чувство к любимому. Человек обязательно будет родственен своему любимому самой душой или неким ее свойством. Сократ соглашается с тем, что родственное отлично от подобного. Если же подобное и родственное – одно и то же, то подобное подобному будет приносить пользу, и совершенно грубым допущением было бы то, что бесполезное дружественно. Так Сократ предполагает, что плохое родственно плохому,

хорошее – хорошему, а «среднее» – «среднему». Выходит, несправедливый человек дружественен несправедливому, дурной дурному, как и хорошей хорошему. Но родственное тождественно благу, потому, что стремление обладать в дружбе «своим» означает стремление обладать благом.

Типично для сократической беседы и завершение диалога Платона «Лисид»: «Вот видите, Лисид и Менексен, я, старик, вместе с вами оказался в смешном положении. Мы, считая себя друзьями, оказались не в состоянии выяснить, что же такое – друг».

П. В. Матарас

ПОНЯТИЕ ИСТИНЫ В АНАЛИТИЧЕСКОЙ ФИЛОСОФИИ

Понимание истины в аналитической философии связано прежде всего с именами Бертрана Рассела и Альфреда Тарского. Рассел рассматривает истину как соответствие между убеждениями и реальностью уже в своей ранней книге "Проблемы философии" (1912). В главе 12, озаглавленной "Истина и ложь", он пишет: "Когда убеждение истинно, существует соответствующий факт, и отношение убеждения к факту составляет истину убеждения. Но факт существует независимо от убеждения: убеждение истинно, если оно соответствует факту, и ложно, если нет." Для иллюстрации он использует пример убеждения Отелло, что Дездемона любит Кассио. Это убеждение истинно, если существует факт, что Дездемона любит Кассио, и ложно в противном случае. Таким образом, истина – это не внутренняя характеристика убеждения, а его соответствие внешнему факту. Рассел отвергает теорию когерентности истины, связанную с Гегелем и другими идеалистами, которая утверждает, что истина определяется согласованностью убеждений в системе. Рассел подчеркивает три требования для теории истины: 1. Теория должна учитывать противоположность — ложь. 2. Истина должна быть свойством убеждений. 3. Истина должна зависеть от внешних отношений, а не от внутреннего состояния ума. Эти принципы подчеркивают его приверженность реализму, анализу конкретных фактов.

Позднее, в книге "Исследование смысла и истины" (1940) Рассел углубляет свою теорию истины, интегрируя аспекты языка, опыта и верификации. Эта работа, основанная на лекциях Уильяма Джеймса, прочитанных в Гарварде в 1940 году, исследует, как смысл и истина связаны с эмпирическим знанием и языковыми структурами. В главах "Истина и ложь: предварительное обсуждение" и "Истина и опыт", Рассел обсуждает различные типы предложений и их отношение к опыту. Он различает: 1. Предложения о непосредственном опыте. 2. Предложения о чужом опыте или прошлом. 3. Общие предложения. Рассел вводит понятие "верификатора" – события, которое делает убеждение истинным. Для эмпирических предложений верификатор – это невербальное событие, такое как восприятие или память. Развивая теорию истины как соответствия, Рассел различает ее

эпистемологическую и логическую формы. Он отвергает чистый эмпиризм, аргументируя, что научное знание требует недоказательных принципов вывода, и принимает логическую форму, чтобы поддерживать закон исключенного третьего (каждое предложение либо истинно, либо ложно).

Тарский же развил семантическую концепцию истины, предложив разбирать сложные утверждения на простые части и определять истину шаг за шагом, например, "2 + 2 = 4" истинно, потому что это математический факт. "А и В" истинно, если оба А и В истинны. "Не А" истинно, если А ложно.

А. А. Медвецкая

ВОЛОНТЕРСТВО – ДОБРОТВОРЧЕСКАЯ ДУХОВНО-НРАВСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Под волонтёрством понимается добровольное и безвозмездное участие в разнообразных проектах, направленных на помощь людям, окружающей среде, сообществам. Для студенческой молодежи волонтерская активность является не только способом проявления доброты, но и платформой для личностного развития, формирования духовно-нравственных качеств.

Добротворческая деятельность в своей основе имеет глубоко духовный и нравственный характер. Помощь другим способствует развитию таких качеств, как сочувствие, терпимость, ответственность

Волонтерство для молодёжи — это возможность реализовать свои таланты, открыть в себе лидерский потенциал, наладить контакты с единомышленниками. Студенты, занимаясь волонтерством, развивают важные социальные навыки: умение договариваться, слушать, решать конфликты. Эти качества крайне важны как для профессионального роста, так и для личностного развития.

Существует несколько типов волонтерской деятельности:

- Социальное волонтерство (волонтеры помогают детям-сиротам, людям с меньшими возможностями, пожилым людям)
- Экологическое волонтерство (помощь с уборкой и благоустройством парков, заповедников, водоемов)
- Зооволонтерство (волонтеры сотрудничают с зоозащитниками, приютами для животных, распространяют среди населения информацию)

Во многих университетах действуют волонтерские центры, которые помогают организовывать проекты социальной, экологической, культурной направленности. На базе Минского Государственного лингвистического университета существует “Волонтерский центр МГЛУ” под руководством студентов. Студенты нашего университета активно участвуют в уборке парков, помогают пожилым людям, детским домам и интернатам, организуют благотворительные сборы и акции.

Волонтерство – это ценная деятельность, объединяющая духовные, нравственные и социальные аспекты. Для студентов оно становится платформой самореализации, развития навыков и укрепления ценностей. Добровольная активность помогает решать социальные проблемы, раскрывать лидерский потенциал и учиться эффективному взаимодействию.

С. Э. Миркина

СУДЬБА ЧЕЛОВЕКА ПО ЖАН-ПОЛЮ САРТРУ И СУДЬБА ЖЕНЩИНЫ ПО СИМОНЕ ДЕ БОВУАР

Вопрос о свободе и женской идентичности приобрел важное место в философии XX века. Особое влиятельными стали идеи Симоны де Бовуар и Жан-Поля Сартра, чьи труды «Второй пол» и «Экзистенциализм – это гуманизм» предопределили дальнейшее развитие интеллектуальной культуры западного мира.

Сартр, развивая экзистенциалистскую мысль, утверждает, что «существование предшествует сущности»: человек сам создаёт себя через свои поступки и выборы. Де Бовуар применяет этот принцип к женскому опыту, доказывая, что только через свободу и ответственность за свой выбор женщина может обрести подлинную субъектность.

Во «Втором поле» де Бовуар исследует жизненный путь женщины – от детства, когда девочек учат послушанию, через юность и зрелость, где доминируют ожидания брака и материнства, к старости, когда общество обесценивает женщину. Она показывает, что путь к свободе сопряжён с трудностями, но именно личная автономия и отказ от пассивности позволяют женщине стать автором собственной жизни. Де Бовуар утверждает: «Женщиной не рождаются, ею становятся», гендер – это не биологическая предопределённость, а результат социальных и культурных конструкций. В патриархальном обществе женщина рассматривается как «Другой», как объект, противопоставленный универсальному мужскому субъекту. Де Бовуар описывает и критикует философские, религиозные и научные мифы, оправдывающие подчинённое положение женщины, и призывает женщин к осознанному преодолению навязанных ролей.

Идеи де Бовуар и Сартра оказали огромное влияние на развитие феминистской теории и современные движения за права женщин. Их взгляды вдохновляют борьбу за равенство, противодействие гендерному насилию, защиту репродуктивных прав и самоопределение личности. Современный феминизм черпает силы в их работах, стремясь к обществу, где каждый человек – независимо от пола – свободен в выборе своей судьбы. В более широком смысле философия де Бовуар и Сартра не только раскрывает механизмы женского угнетения, но и предлагает универсальный путь к свободе, основанный на ответственности, самоопределении и творчестве.

А. В. Мицкевич

САМОБЫТНОСТЬ СЛАВЯНО-РУССКОГО КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОГО ТИПА В ТРУДЕ Н. Я. ДАНИЛЕВСКОГО «РОССИЯ И ЕВРОПА»

Исторические события XXI века поставили под сомнение прогрессистские концепции общественного развития, в рамках которых рассуждения о цивилизационном разнообразии современного мира объединяются с тезисом об универсальности западной модели мироустройства. В связи с этим в обществознании обсуждаются вопросы о многовариантности развития всемирно-исторического процесса и роли в нем самобытной национальной культуры.

Приобретают особую актуальность разработанные российским философом и естествоиспытателем Н. Я. Данилевским (1822–1885) цивилизационно-локальный подход и концепция культурно-исторических типов, изложенные им в труде «Россия и Европа: Взгляд на культурные и политические отношения славянского мира к германо-романскому» (1985). Под культурно-историческим типом философ понимает самобытную цивилизацию, которая состоит из идеальной формы (морфологического принципа) и органической материи. Нет единой всемирной истории, а есть локальные циклы развития замкнутых цивилизаций, которые рождаются, расцветают, приходят в упадок и умирают.

Ученый выявляет десять цивилизаций, т. е. культурно-исторических типов: египетский, китайский, ассиро-вавилоно-финикийский, индийский, иранский, еврейский, греческий, римский, аравийский, европейский. Присущие каждому из них формы культурной деятельности и законы культурно-исторического развития связаны с языком, а также с религией, экономикой, политикой и культурой. На основе изучения славянского, англосаксонского и романо-германского миров Н. Я. Данилевский формулирует и обосновывает тезис об их фундаментальной противоположности и объективном характере геополитических противоречий.

Самобытный славянский культурно-исторический тип является молодым и достиг двухосновного религиозно-политического развития, однако по причине становления славянская цивилизация имеет шанс стать первым в истории человечества четырёхосновным культурно-историческим типом.
«Славянство есть термин одного порядка с эллинизмом, латинством, европеизмом», – утверждает Н. Я. Данилевский. Именно славянский культурно-исторический тип способен придать органическую целостность развитию мировой истории. Обосновывая культурно-историческое единство славянских народов, философ отмечает, что основой их культурной деятельности является религия. По причине цельного, ортодоксального православно-христианского мировоззрения славянский тип ярче всего выражен в русском народе. Самобытность славяно-русского культурно-исторического

типа, по Н.Я. Данилевскому, заключается в православии, самодержавии и нравственном характере народа, который отличается терпимостью, соборностью и христианским гуманизмом.

Идеи русского мыслителя Н. Я. Данилевского во многом предвосхитили концепции локальных цивилизаций О. Шпенглера и А. Дж Тойнби. Выступают сегодня основой изучения восточнославянской культурной традиции.

И. В. Савчук

ДУХОВНО-НРАВСТВЕННЫЕ ЦЕННОСТИ СОВРЕМЕННОЙ БЕЛОРУССКОЙ МОЛОДЕЖИ

Духовно-нравственные ценности – это принципы, формирующие моральный компас человека и общества. Они не врожденные, а развиваются на протяжении жизни. Некоторые ценности остаются неизменными в течении всей жизни, а другие могут меняться под влиянием обстоятельств.

Современная молодежь Беларуси живет в эпоху глобальных изменений, но сохраняет традиционные национальные ценности.

Согласно мониторингу общественного мнения, проведенному в апреле 2023 года, семья остается ключевой ценностью, молодежь стремится к созданию семьи и поддержанию близких связей.

Самореализация и поиск призвания являются важными ориентирами: молодежь ценит возможность заниматься любимым делом и вносить вклад в общество, стремится к независимости, свободе самовыражения и творчеству.

Социальные связи, в частности дружба, также признаются значимой ценностью. Друзья часто становятся источником поддержки и понимания, особенно в периоды взросления и поиска себя.

Для значительной части молодежи приоритетным остается расширение кругозора и получение качественного образования. И это опровергает распространенное мнение о снижении его значимости.

Одной из традиционных ценностей белорусского народа является толерантность, предполагающая уважение к различным культурам и взглядам.

Современная молодежь проявляет любовь к Родине в разнообразных формах. Это может быть: интерес к истории и культуре, участие в экологических и социальных инициативах, стремление к развитию науки и экономики, активное гражданское участие и популяризация белорусской культуры за рубежом.

Для части молодежи религия становится значимой опорой в поиске духовного смысла.

Молодые люди стремятся к самопознанию, развивают мудрость, терпение, сочувствие и благодарность. По мнению молодежи, нужно быть честным с собой и другими, а также не терять надежду и не сдаваться, даже если результаты не видны сразу, быть готовым помогать тем, кто нуждается в помощи.

Молодежь активно участвует в экологических и социальных проектах, помогая уязвимым группам населения.

В современном мире важно помнить о духовно-нравственных ориентирах, которые способствуют развитию общества. Духовная безопасность страны во многом зависит от молодежи, чьи ценности ориентированы на успех и развитие, что формирует будущее Беларуси.

А. С. Сазонова

ФИЛОСОФИЯ ЛЮБВИ У ЭРИХА ФРОММА И БЕРТРАНА РАССЕЛА

Тема любви всегда была одной из наиболее обсуждаемых; такие вопросы как: «Любить или быть любимым?», «Является ли любовь искусством?», «Возможно ли завоевать любовь?» и т.п. всегда были в центре внимания во все эпохи. Что проясняют в теме любви книги Э.Фромма «Искусство любить» и Б.Рассела «Завоевание счастья»? В них можно найти общее, несмотря на то, что они имеют совершенно разные цели, – Рассел делает акцент непосредственно на «рецепте» счастья и способах избегания несчастий, а Фромм анализирует любовь как деятельность.

Рассел представляет любовь как одно из многочисленных условий счастья, при этом любовь выступает как взаимный животворящий интерес двух людей, который не просто создаёт отдельное благо для каждого, а является *общим* благом, что чрезвычайно важно для подлинного счастья. Эту «взаимную живительность» любви Рассел объясняет тем, что любящие принимают и отдают любовь без принуждения, что делает мир вокруг них ярче и самих любящих счастливыми.

Эрих Фромм, соглашаясь с тем, что любовь – важнейшее условие счастья, говорит о необходимости обучения любви, – о дисциплине, которую следует приобрести, вначале освоив теорию любви. Он описывает: братскую любовь, которая является самой фундаментальной и лежит в основе всех остальных её типов и заключается в уважении и ответственности за любое человеческое существо; материнскую любовь, заботу о жизни ребёнка и его потребностях; эротическую любовь, самый обманчивый вид любви, поскольку зачастую её путают с ярким чувством влюблённости, так как она сопровождается желанием полного слияние с другим человеком, разрушая все барьеры, существовавшие ранее; любовь к себе, о которой Фромм говорит: «…тот велик и праведен, кто, любя себя, любит всех остальных с той же силой»; любовь к Богу, которая проистекает из потребности преодолеть отчуждение и достичь слияния.

Фромм, по сути раскрывает составляющие «любви», которую Рассел считает одним из условий счастья, поскольку наша свобода, развитие, *счастье*, жизнеспособность и т.п. напрямую зависят от нашей способности любить, от способности отделять эгоизм от любви к себе, различать резкое чувство возбуждения от волевого принятия человека, которое ведёт к принятию любви как искусства, дающее возможность достичь истинного счастья.

Б. Ю. Щербо

АНТИУТОПИЯ И НЕГАТИВНАЯ ОЦЕНКА
(на материале немецкоязычных романов «Туннель» Б. Келлермана, «Гелиополь» Э. Юнгера и «Клетка для орхидей» Г.В. Франке)

Оценка как лингвистическая категория играет ключевую роль в организации речевого взаимодействия, отражая не только субъективное отношение говорящего к действительности, но и культурные, социальные и идеологические установки. Особый интерес представляет анализ реализации оценки в художественных текстах, где она служит средством конструирования авторской картины мира. *Целью* работы стал анализ функционирования негативной оценки в диалогах трех немецкоязычных романах-антиутопии, жанровая специфика которых заключается в негативно-оценочной характеристики действительности описываемом в романе-антиутопии.

Установлено, однако, что в диалогах персонажей обнаруживается и позитивная оценка, реализуемая различными средствами. Во всех изученных романах доминирует негативная оценка (от 55 до 75%). Негативная оценка более универсальна по тематике и касается критики режима, его приспешников и тех методов, которыми они пользуются для достижения своих целей. Позитивная же оценка в диалогах проявляется в личных отношениях персонажей («Туннель»), эстетических размышлениях («Гелиополь») или утилитарных успехах («Клетка для орхидей»), что создает контраст с доминирующей негативной оценкой как в диалогах персонажей, так и с общей негативной оценкой жанра антиутопии.

Эксплицитные средства негативной оценки представлены прежде всего оценочными прилагательными (*höllisch* ‘адский’, *schmutzig* ‘грязный’, *feig* ‘трусливый’), существительными и глаголами с негативной семантикой (*Katastrophe* ‘катастрофа’, *Schande* ‘позор’, *Gesindel* ‘отбросы’; *betrügen* ‘обманывать’, *hassen* ‘ненавидеть’). Наречия выполняют двойную функцию: они самостоятельно реализуют оценку (*umsonst* ‘напрасно’*, leider* ‘к сожалению’), а также участвуют в интенсификации оценочных значений (*ganz trübsinnig* ‘совершенно мрачный’, *zu spät* ‘слишком поздно’). Имплицитная оценка реализуется через контекстуальную семантику, которую приобретают лексемы в конкретном употреблении. Ярким примером служит военная лексика (*Operation* ‘операция’*, Waffe* ‘оружие’), применяемая к описанию повседневных ситуаций, что создает эффект дегуманизации (*Ich sah ein, dass ich nur eine einzige* ***Waffe gegen dich*** *hatte — und das war Pas Geld und Name! Ich zögerte nicht, diese Waffe zu gebrauchen* ‘Я сознавала, что у меня есть только лишь одно оружие против тебя – это папины деньги и папино имя! Я не замедлила воспользоваться этим оружием’).

Таким образом, негативная оценка неразрывно связана с диалогами персонажей, которые, будучи естественными и спонтанными, могут не отражать основную идею романа, но остаются при этом важным элементом повествования.

В. Д. Фицкевич

ДА ПЫТАННЯ АБ ПЕРАЖЫТКАХ ЯЗЫЧНІЦТВА Ў КУЛЬТУРЫ БЕЛАРУСАЎ

На тэрыторыі сучаснай Беларусі перавалодаючай рэлігіяй з'яўляецца хрысціянства. Аднак, можна заўважыць і рэшткі язычніцтва, якія засталіся ў звычках беларусаў. Вядома, што хрысціянства не можа ісці поруч з паганствам, але ці змаглі беларусы знайсці "залатую сярэдзіну"? Натуральна, што ніякіх першакрыніц, якія сведчаць аб духоўным свеце селяніна той эпохі, няма. Таму варта звярнуцца да рэканструкцыі яго ўяўленняў праз збор інфармацыі ў жыхароў вёсак.

Свет, на думку старажытнага беларуса, дуальны, таму з самых простых існуючых з’яў можна заўважыць яўную супярэчлівасць: у адзін дзень чалавек можа казаць “дзякуй Богу”, “Божухна”, “Божа мой”, і прытым абавязкова знойдзецца чалавек, які тры разы пагрукае па дрэве або плюне праз плячо, што ёсць перажытак язычніцкіх павераванняў. Феномен святаў у сучасных беларусаў, вельм і цікавы. Разам з адзначэннем Раства і Вялікадня абавязковыя і адзначэнні Масленіцы, Камаедзецы, Купалля і гэтак далей. Нават у адзначэнні Вялікадня ёсць свае цікавыя язычніцкія звычаі. Сярод апытаных людзей ёсць частка, якая свенціць яйкі і кулічы (якія і без таго сыходзяць сваімі вобразамі да язычніцтва),а адходы ў выглядзе яічнай шкарлупы і паперы ад куліча адносяць на скрыжыванне, ад якога потым адыходзяць не азіраючыся. Нельга не адзначыць нагоду паста перад Вялікаднём і Раством. Цяпер толькі каля 35 адсоткаў ад апытаных людзей прытрымліваюцца яго перад святамі, тым часам як раней гэтай працэдурай займаліся ўсе. Было вясветлена, што гэта звязана наўпрост з запасамі ежы ў беларускай вёсцы: сканчэнні і з’яўленні мясных прадуктаў неверагодна выпадковым чынам супадалі з пастамі.

Акрамя таго нельга не адзначыць існаванне язычніцкіх абрадаў і ў тыя часы, і цяпер. Раней было прынята рознымі спосабамі варажыць на Раство (закідванне ботаў на забор, абдыманне забору, забегі вакол хаты, гаданне на свячах і кольцах). Як апынулася, маладыя людзі і зараз займаюцца гэтым, нягледзячы на актыўную хрысціянскую павестку, якая катэгарычна супраць дадзеных дзеянняў. Аднак, абрады перажылі трансфармацыю: праз урбанізацыю па большай частцы засталіся варажэнні ўнутры дома, такія як карты, свечы, вада і гэтак далей.

На нашую думку, нельга дакладна казаць, што цяпер беларусы поўнасцю перайшлі ў сваіх бытавых справах да хрысціянства, як і не засталіся з выключна язычніцкімі звычкамі. Але тым жа часам нельга сведчыць і пра абсалютную абыякавасць да дадзенага пытання. Сёння можна зрабіць вынік, што сучасны беларус жыве на памежжы двух светаў, якія дазваляюць быць бліжэй да продкаў і звыклага ладу жыцця.

К. А. Хвасько

ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ПРОФЕССИЯ – МОЙ ВЫБОР СЛУЖЕНИЯ ОБЩЕСТВУ

В современном мире образование является ключевым фактором прогресса. Педагогическая профессия играет важную роль в формировании личности и воспитании граждан. Значимость педагога трудно переоценить, так как он закладывает основы знаний и ценностей.

Я считаю, что педагогическая профессия – это призвание, требующее самоотдачи и любви к детям. Меня привлекает возможность внести вклад в развитие общества, передавая знания будущим поколениям. Эта мотивация служения обществу определяет мой выбор профессии.

Учителя формируют личность, развивают критическое мышление, эмоциональный интеллект и социальные навыки у учащихся. Они способствуют социальной справедливости, обеспечивая равные возможности для всех детей, независимо от их социального положения. Учителя становятся ролевыми моделями, вдохновляя учеников на достижение целей и формируя необходимые ценности.

Выбор педагогической профессии часто обусловлен личными мотивами. Для меня важно передать знания будущему поколению и вдохновлять учащихся. Вторая причина – это желание стимулировать интерес к изучению иностранных языков, который мне привила моя учительница. Также значимым является стремление к самореализации и возможность постоянно учиться и развиваться.

Социальные мотивы, такие как желание внести вклад в общество и помочь молодым людям, формируют мои личные мотивы, основанные на внутреннем стремлении и социальной ответственности.

Педагогическая профессия сопряжена с высоким уровнем стресса и эмоционального выгорания. Учителя сталкиваются с нагрузками и недостатком ресурсов, что может негативно сказаться на их работе. Современное общество требует от педагогов постоянного самосовершенствования и адаптации к новым условиям, включая освоение новых технологий и методов обучения.

Мой выбор педагогической профессии — это осознанное решение посвятить себя служению обществу через образование. Несмотря на вызовы, я намерена преодолевать трудности, совершенствуя свои профессиональные компетенции. Моя цель — не просто передавать знания, а вдохновлять учеников на обучение и саморазвитие, формируя активных и ответственных граждан. Педагогическая профессия — это призвание, требующее преданности и любви к детям. Я готова посвятить себя этому служению, внося вклад в будущее нашей страны.

Б. Ю. Щербо

КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ФИЛОСОФСКИХ КОНЦЕПЦИЙ «ЧЕЛОВЕКА МАССЫ»

Предпосылки возникновения массового общества и массового человека лежат в процессах модернизации, урбанизации и индустриализации, которые привели к формированию массовых коммуникаций, глобальных социальных структур и стандартизированных культурных образцов. Эти изменения обусловили появления *нового типа человека*, который в рамках общественного взаимодействия оказался тесно связан с коллективными и массовыми механизмами. «Человек массы» не является автономной личностью, он теряет свою индивидуальность и становится частью анонимной массы, поддающейся влиянию множества социальных и культурных процессов.

Многочисленные социально-философские концепции «человека массы» носят критический характер, выявляют не только негативное, но и позитивное в объективных процессах массовизации современного потребительского общества. Гюстав Лебон («Психология толпы») акцентирует внимание на психологии толпы и её способности подавлять личную индивидуальность. Подчеркивает психологическую трансформацию индивидов в массе, где они теряют личную идентичность и поддаются коллективным инстинктам. Зигмунд Фрейд («Психология масс и анализ человеческого "Я"») акцентирует внимание на бессознательных процессах, которые управляют поведением человека в толпе, рассматривая это как проявление первобытных инстинктов. Утверждает, что «массы никогда не знали жажды истины. Они требуют иллюзий, без которых они не могут жить». Элиас Канетти («Масса и власть») подчеркивает важность изучения отношений власти и массы в контексте политической динамики. Показывает, что массы могут как поддерживать, так и бросать вызов властным структурам, что делает их важным элементом политической динамики. Хосе Ортега-и-Гассет («Восстание масс») указывает на угрозу массового человека для элит и интеллекта в условиях потребительского общества.

Образ «человека массы» раскрыт в философских концепциях как многогранный и амбивалентный. С одной стороны, он представляет собой угрозу для личной свободы и автономии, с другой – открывает новые возможности для формирования идентичности в современных кризисных условиях бытия и обществе, стремящемся к унификации и массовизации. Названные концепции объединяет идея о том, что массы обладают особыми психологическими и социальными механизмами, которые могут существенно изменять поведение и восприятие индивидов, а также влиять на общественные и политические процессы.

Сегодня ключевую роль в формировании «человека массы» играют СМИ, которые создают новые механизмы воздействия на массовое сознание, влияя на мировоззрение, потребительские привычки и даже на политические

взгляды. Это приводит к распространению стандартизированных ценностей, что затрудняет процесс индивидуализации и самоопределения. Однако, всегда существуют возможности для самоидентификации. Массовая культура часто подавляет уникальность личности, но она также предоставляет новые способы выражения через личные проекты и участие в культурных и социальных движениях. Полный отказ от унификации в любом случае невозможен. Какая-то степень унификации обязательна для любого сообщества. Чтобы уцелеть, любое сообщество должно принять общие нормы поведения, поэтому любой индивид должен отказаться от части своей индивидуальности в пользу этих групповых социальных норм.

Е. Ю. Юшкевич

ФИЛОСОФИЯ СУБЪЕКТИВНОЙ СВОБОДЫ В АТЕИСТИЧЕСКОМ ЭКЗИСТЕНЦИАЛИЗМЕ Ж.-П. САРТРА

Экзистенциализм – это направление в философии, которое выдвигает на первый план рассуждения о способах существования уникальной человеческой личности и индивидуальном способе её бытия. «Существование предшествует сущности», – утверждает один из лидеров атеистического экзистенциализма, французский философ, писатель и драматург, общественный деятель и лауреат Нобелевской премии Ж.-П. Сартр (1905–1980). Наряду с М. Хайдеггером и А. Камю он утверждает, что сначала человек просто существует, затем определяет себя через свои выборы и действия и становится человеком лишь в процессе своей жизни и через свои поступки.

Кредо религиозного экзистенциализма – «сущность предшествует существованию», что подразумевает наличие у человека определенного предназначения или смысла, установленного трансцендентной или божественной силой. Такой подход излагается в учениях Н. А. Бердяева, Г. Марселя, М. Мерло-Понти, К. Ясперса и М. Бубера.

Философия субъективной свободы в атеистическом экзистенциализме Ж.-П. Сартра сосредоточена на таких модусах индивидуального существования, как абсолютная свобода и тотальная ответственность, подлинное и неподлинное существование, выбор, поступок, абсурд, страх, одиночество, любовь, отчуждение, тревога, заброшенность, отчаяние, совесть, идентичность, пограничная ситуация и т.д. «Человек – открытый проект самого себя, он сам себя выбирает, сам себя строит» (Ж.-П. Сартр). Будучи абсолютно свободным, несет полную ответственность за свои выборы и действия. Ж.-П. Сартр рассматривает свободу как абсолютное состояние бытия, которое предшествует сущности человека. Он понимает свободу не как свободу духа, которая могла бы привести к бездействию, а как свободу выбора, которая есть у каждого даже на эшафоте.

Тем не менее, свобода является тяжелым бременем, поскольку делает человека полностью ответственным за свою жизнь. По мнению Ж.-П. Сартра, человек несёт ответственность за своё бытие, но при этом ответственность человека распространяется не только на него самого, но и на всё человечество. Каждый выбор, который делает человек, создает определенный образ человека, который мы считаем желательным для всех. В философии экзистенциализма следствиями абсолютной свободы являются страх, тревога, заброшенность и отчаяние. Они не являются непреодолимыми препятствиями, это скорее возможностями для личностного роста и самоопределения. Человек, осознавая свою свободу и ответственность, может создавать свой собственный смысл в жизни и формировать свою судьбу, несмотря на страх, тревогу, заброшенность и отчаяние.

Экзистенциально-феноменологическая стратегия современной философии, достигшая своего расцвета в XX веке, представляет собой одно из наиболее влиятельных направлений интеллектуальной культуры. Способствует самопознанию и самоопределению, развивает умение пользоваться своей свободой не в ущерб обществу. Более того, анализ основных идей экзистенциализма может быть использован для решения современных проблем отчуждения в социуме и преодоления страха перед неопределенностью. Философия субъективной свободы – это и философия личной ответственности за свое бытие в мире.

А. А. Ярошевская

ОТ МИФА К ЛОГОСУ: ЕДИНСТВО И РАЗЛИЧИЕ ФИЛОСОФИИ И МИФОЛОГИИ

Формула «От мифа к логосу» (Ф. Кессиди, А. Ф. Лосев) отражает процесс становления западноевропейской философии как рационально-теоретического типа мировоззрения, а также мифогенную гипотезу ее происхождения. Философия как «любовь к мудрости» и система знаний возникла около трех тысяч лет тому назад в древних цивилизациях Востока (Индия и Китай) и Запада (Древняя Греция). В широком смысле слова формула «от мифа к логосу» раскрывает эволюцию интеллектуальной культуры всего человечества. От восточных космогоний и западной мифологии, от образов к понятиям – такова логика развития мышления и познавательных способностей человека.

Мифология была неотъемлемой частью жизни людей еще с первобытных обществ. Отсутствие понимания процессов, происходивших вокруг людей, сподвигло их к созданию мифов, которые помогали объяснить, как появилась жизнь и был создан мир, по каким законам нужно жить, какие существа и боги управляют человеком и миром. «Наука не сводит миф к вымыслу, красивой сказке и легенде, как это принято в обычном

словоупотреблении. Мифология как собрание мифов – это специфическое миросозерцание, возникшее в древнейшие времена. Само же слово «миф» имеет значение «рассказ», «предание» или «слово»» (Ф. Кессиди).

Единство философии и мифологии выражается в наличии модели ценностных ориентаций, основных ориентиров, которым человек должен следовать. На базе мифов и словами рассказчиков от поколения к поколению передавалась эта мудрость. Точно так же работает философия, однако существуют ее серьезные различия с мифологией.

Это рационально-теоретический характер философского мышления и иррациональный, некритический характере мифологического мировоззрения. Ему были присущи также синкретизм как представление о неразрывном единстве человека и природы; антропоморфизм как очеловечивание природы; социоморфизм – уподобление отношений между вымышленными существами отношениям между людьми в обществе; вера в сверхъестественное и доминирование чувственно-фантастического восприятия бытия, выраженного в образной форме.

Самым ярким примером взаимодействия мифологии и философии является философия Древней Греции. Многие философы того времени именно через легенды или мифы раскрывали глубокие знания о мире. Ф. Корнфорд отмечает, что первая философская школа Древней Греции – Милетская – возникла из мифа и религии. Она более близка к теогонической поэзии, чем к науке; чужда экспериментированию; не есть также результат наблюдения за явлениями природы и представляет собой рационализацию космогонической мифологии, то есть является выражением в абстрактных терминах концепции мира, выработанной мифом и религией. Диалог Платона «Критий» также является примером мифа, содержащего в себе философское учение о правильности жизни и бытия, а также о том, как сохранить разум и чистоту помыслов, и что может случится, если этого не сделать.

«Когда говорят о возникновении науки и философии из мифа и религии, то вернее было бы сказать, что понятийно логическое мышление отделяется от мифологической фантазии, а не возникает из нее как следствие из причины» (Ф. Кессиди).

ЭКОНОМИКА

Я. Бачило

ИМИДЖ РЕГИОНА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ Г. МИНСКА)

В современных условиях имидж региона становится стратегическим ресурсом, определяющим его способность привлекать инвестиции, удерживать человеческий капитал и развиваться устойчиво. Сегодня имидж – это не просто восприятие, а реальный экономический актив. Города с привлекательным и современным образом получают конкурентные преимущества на внутреннем и внешнем рынках, становятся центрами притяжения капитала, талантов и инноваций. В этом контексте формирование сильного экономического имиджа становится критически важной задачей для Минска – города, обладающего значительным потенциалом, но сталкивающегося с необходимостью усиления своей позиции в международной и национальной конкурентной среде.

Экономический имидж Минска оказывает прямое и многоуровневое влияние на его конкурентоспособность. Существует прямая зависимость между позитивным восприятием города и объёмом привлечённых инвестиций: города с устойчивым, динамичным и современным образом вызывают большее доверие у инвесторов, что особенно важно в условиях нестабильной внешней среды. Минск, позиционируясь как город с развитой транспортной инфраструктурой, стабильной экономикой и высоким уровнем безопасности, смог укрепить свои позиции в ряде отраслей, включая логистику, IT и производственный сектор. Положительный имидж города стимулирует развитие малого и среднего бизнеса. Имиджевая привлекательность способствует росту предпринимательской активности, улучшает доступ к финансовым и административным ресурсам, повышает интерес населения к созданию собственных бизнесов. Это усиливает внутреннюю экономическую динамику и создаёт новые рабочие места.

Улучшение имиджа Минска тесно связано с ростом качества жизни. Жители города отмечают позитивные изменения в городской среде, транспорте, социальной инфраструктуре, уровне доступных услуг, что усиливает эффект внутренней лояльности и способствует снижению оттока трудовых ресурсов. Таким образом, имидж не только влияет на восприятие города извне, но и становится фактором внутреннего устойчивого развития.

Эффективная работа с имиджем открывает для Минска новые горизонты внешнеэкономического взаимодействия. Позитивный имидж усиливает доверие международных партнёров, облегчает налаживание экспортных связей и участие в международных проектах. Минск может стать примером того, как системная работа с имиджем позволяет трансформировать региональную экономику, укрепляя её позиции не только в национальном, но и в глобальном контексте.

Н. Клишевич

ПРОБЛЕМЫ РЗВИТИЯ СОВМЕСТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ САНКЦИЙ

Совместное предпринимательство, как общая предпринимательская деятельность нескольких партнеров разных государств, базируется на взаимном стремлении к сотрудничеству и согласовании интересов. Однако сегодня существование и развитие совместных предприятий в Республике Беларусь сталкивается с комплексом проблем, вызванных введением в отношении нашей страны экономическими санкциями.

Прежде всего, следует отметить негативное влияние инвестиционных ограничений, особенно в секторах, являющимися особо чувствительными к ним или связанными с правительством. Это ограничивает возможности иностранных компаний по созданию совместных предприятий с белорусскими юридическими лицами. Секторальные санкции ограничивают совместную деятельность в таких отраслях как оборона, энергетика и телекоммуникации запрещают или. Например, передача технологий или инвестиции в военный сектор строго ограничиваются.

Сложный комплекс проблем функционирования совместных предприятий порождается усложнением логистики. Проблемы с поставкой комплектующих и, как следствие, осложнения в связи с поиском альтернативных маршрутов и других поставщиков. Совместные предприятия сталкиваются с трудностями при доступе к международному финансированию или банковским услугам из-за санкций против белорусских финансовых учреждений. Это усложняет механизмы финансирования и операционные возможности. Альтернативными источниками обеспечения финансирования могут быть банки таких стран, как Турция, Казахстан, Китай и т.д.

Совместным предприятиям в Беларуси, занимающимся экспортом товаров или технологий, требуется соблюдать сложные правила экспортного контроля, особенно если продукция может иметь военное применение или подпадать под контроль двойного назначения.

В заключении можно сказать, что чем больше и дольше действуют санкции, тем больше будет создаваться креативных способов, появляющихся в бизнесе для решения проблемы развития совместного предпринимательства. Главным направлением их решениея является сотрудничество со странами и их хозяйствующими субъектами, не боящимися санкций со стороны западных стран. Главным минусом антисанкционных схем являются дополнительные издержки, которые приходится нести субъектам хозяйствования для выстраивания торговли с зарубежными партнерами и обеспечением их финансирования.

М. С. Курилина

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТИ КОМПАНИИ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

В современном бизнесе клиентоориентированность играет решающую роль, особенно в условиях активного развития цифровых технологий. Компании, которые стремятся не только удовлетворять, но и предвосхищать потребности своих клиентов, получают значительное конкурентное преимущество.

Клиентоориентированность в цифровой среде предполагает комплексный подход, включающий несколько ключевых аспектов. Во-первых, это адаптация продукта или услуги под конкретные запросы потребителей. Во-вторых, важную роль играет персонал, который должен быть не только профессионально подготовлен, но и мотивирован на создание положительного клиентского опыта. В-третьих, качество сервиса, включающее удобство, скорость и безопасность взаимодействия, напрямую влияет на удовлетворенность клиентов. Кроме того, современные технологии, такие как CRM-системы и анализ больших данных, позволяют компаниям более точно понимать потребности своей аудитории и оперативно реагировать на изменения.

Примером успешной реализации клиентоориентированной стратегии является компания Netflix, которая смогла завоевать мировую аудиторию благодаря персонализированному подходу и использованию современных технологий. Netflix демонстрирует, как эффективное использование данных и технологий может преобразовать бизнес-модель. Платформа анализирует поведение пользователей, их предпочтения и историю просмотров, чтобы предлагать персонализированные рекомендации. Это не только повышает вовлеченность, но и укрепляет лояльность клиентов. Кроме того, Netflix быстро адаптируется к изменениям на рынке, например, расширяя библиотеку контента с учетом культурных особенностей разных стран.

Для компаний, стремящихся улучшить свою клиентоориентированность, можно выделить несколько практических рекомендаций. Важно внедрять цифровые инструменты, такие как CRM-системы, которые помогают систематизировать взаимодействие с клиентами и анализировать их поведение. Не менее значимо развитие корпоративной культуры, ориентированной на клиента, где каждый сотрудник понимает свою роль в создании положительного опыта. Также необходимо уделять внимание обратной связи, используя ее для постоянного улучшения сервиса и продуктов.

Таким образом, клиентоориентированность в цифровой среде − это не просто тренд, а необходимость для современных компаний. Она требует сочетания технологий, анализа данных и человеческого фактора. Бенчмаркинг-анализ позволил выявить, что такой подход не только повышает удовлетворенность клиентов, но и способствует долгосрочному росту бизнеса.

М. Д. Малашкевич

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Индустриальный (промышленный) туризм − относительно новое, но активно развивающееся направление в туристической отрасли, которое становится всё более востребованным, оказывая значительное экономическое воздействие на регионы за счет диверсификации и увеличения доходов от экспорта, способствуя популяризации технических и инженерных профессий. В последние годы рынок такого рода услуг переживает значительный рост: его объем, оцениваемый в 2023 году на уровне 1,86 млрд. долл. к 2027 году составит 5,47 млрд. при среднегодовом приросте 31,7 % (Business Research, 2024). Изучение зарубежного опыта позволило выявить многообразие типов индустриального туризма: развитие получили исторический, технический, экологический, инновационный, образовательный индустриальный туризм. Инновационный индустриальный туризм − это направление, сосредоточенное на изучении передовых технологий и новейших достижений в области производства и науки, позволяя увидеть новейшие разработки и испытания прототипов, познакомиться с инновационными предприятиями и научными центрами, где разрабатываются и внедряются современные технологии, такие как искусственный интеллект, робототехника, нанотехнологии и биоинженерия. Экологический индустриальный туризм сочетает интерес к производственным процессам с акцентом на экологическую устойчивость и защиту окружающей среды; он направлен на посещение предприятий, которые внедряют экологически чистые технологии, занимаются переработкой отходов или реализуют программы по снижению выбросов и уменьшению негативного воздействия на природу, включая экскурсии на солнечные и ветровые электростанции, заводы по производству электроэнергии из возобновляемых источников, а также проекты по переработке и повторному использованию отходов. Исторический индустриальный туризм направлен на изучение объектов, связанных с прошлым производственных отраслей, в то время как технический, ориентированный на посещение действующих предприятий и заводов, позволяет ознакомиться с современными производственными процессами и технологиями. Образовательный индустриальный туризм ориентирован на образовательные программы, предлагаемые предприятиями и научными учреждениями; предназначен для студентов, школьников и всех, кто хочет глубже узнать о производственных процессах.

Таким образом, тенденцией развития индустриального туризма является диверсификация видов услуг, которая позволяет удовлетворить запросы самых разных категорий туристов, обеспечивая многообразие и гибкость в подходах к организации туров и экскурсий.

Е. А. Павлик

ИНСТРУМЕНТЫ МОБИЛЬНОГО МАРКЕТИНГА

Мобильный маркетинг − это современный инструмент, позволяющий компаниям эффективно взаимодействовать с потребителями через мобильные устройства. Он охватывает различные методы, такие как SMS-рассылки, мобильные приложения и геолокационные технологии. Основными задачами мобильного маркетинга являются увеличение узнаваемости бренда, повышение вовлеченности пользователей и удержание клиентов. Он выполняет информационную, коммуникационную, транзакционную и аналитическую функции и включает в себя такие виды, как мобильные приложения, внутриигровая реклама, QR-коды, SMS-маркетинг и голосовой маркетинг. Каждый из этих видов мобильного маркетинга имеет особенности и преимущества, позволяющие компаниям адаптировать свои стратегии.

В зарубежной практике наблюдается акцент на персонализацию контента и интерактивные форматы, такие как видеореклама и мобильные игры. Примеры успешных компаний, таких как Starbucks и Nike, демонстрируют эффективность мобильного маркетинга. Новыми тенденциями в развитии мобильного маркетинга являются: **расширение использования машинного обучения в анализе рекламных кампаний, развитие альтернативных сторов, появление новых стандартов защиты данных. Машинное обучение становится фундаментом** таргетированной рекламы и используется для автоматизации процессов закупки рекламы, повышения точности таргетинга и оптимизации рекламных кампаний, позволяя анализировать большие объемы данных в режиме реального времени.

В Беларуси мобильный маркетинг активно развивается, однако компании сталкиваются с вызовами, такими как отсутствие четкого законодательства и недостаток бюджета. Тем не менее, белорусские компании начинают использовать мобильные приложения и SMS-рассылки для улучшения взаимодействия с клиентами. Так, компания «Белоруснефть» активно использует мобильный маркетинг для улучшения взаимодействия с клиентами: внедрено мобильное приложение, которое позволяет пользователям отслеживать акции, получать информацию о ближайших заправках и управлять программами лояльности. Это способствует повышению удовлетворенности клиентов и укреплению бренда.

Для повышения эффективности мобильного маркетинга в практике отечественных компаний мы рекомендуем: увеличить персонализацию предложений; внедрить автоматизацию процессов; интегрировать различные каналы коммуникации; использовать технологии дополненной реальности для создания уникального контента. Компании, которые смогут адаптироваться к новым условиям и внедрять инновации, получат устойчивые конкурентные преимущества.

А. Семиджанов

ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕХОДА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ К МОДЕЛИ ЦИФРОВОГО ГОСУДАРСТВА

За последнее десятилетие стало актуальным обсуждение и реализация концепции так называемого электронного правительства. Концепция представляет собой цифровизацию государственных услуг, а также распространение сведений о деятельности государства в доступном и удобном формат в сети Интернет. Идею электронного правительства выдвинули еще в 1992 году с целью упрощения проведения ряда гражданских процедур. Впоследствии, ряд государств предпринял попытки создания систем по предоставлению вышеупомянутых услуг в цифровом формате.

Хотя на сегодняшний день в Республике Беларусь и происходит реализация электронного правительства, имеется ряд затрудняющих обстоятельств и недостатков, которые вызывают нежелание граждан обращаться к услугам посредством государственных онлайн-порталов. Первым из этих недостатков является их множественность и недостаточная оптимизированность. Примером этого является существование помимо официального веб-сайта «Е-Услуги» (бел. Е-Паслугі) его старой версии «Госпортал Электронных Услуг». Кроме этого услуги рассеяны по сайтам таких инстанций, как МВД, РСЦ и ЕРИП. Отдельного внимания заслуживает платный статус большого количество услуг, что являются бесплатными при их оказания вне сетевого режима. В особенности, платные услуги превалируют в категории, связанной с организацией как электронной документации, так и физических экземпляров, а также в сфере финансов и интернет услуг – крайне важных отраслей. Немаловажным фактором, вызывающим торможение развития электронного правительства, является также частое пересылка на другие источники без предоставления конкретных сведений о нормах проведения той или иной процедуры.

Таким образом, времязатратность, отсутствие организации и собрания всех услуг в одном месте, а также платный статус процедур в сетевом режиме побуждают граждан продолжать прибегать к классическим методам взаимодействия с государственными инстанциями, не прибегая к помощи электронных посредникам. Последнее позволяет гражданам рассматривать развитие электронного правительства как неэффективной и некомпетентной инициативы.

Д. И. Смильгина

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РАЗВИТИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Внешнеэкономическая деятельность играет ключевую роль в экономической политике государства, направленной на укрепление международного сотрудничества, торговлю и привлечение инвестиций. Так, в условиях

стремительного развития технологий и глобализации, цифровизация становится неотъемлемой частью современного бизнеса.

Цифровизация - это процесс внедрения цифровых технологий и решений во все сферы деятельности: экономику, промышленность, государственное управление и социальную сферу. Основная концепция развития инновационной и электронной экономики заключается в контроле за темпами ускорения инновационных процессов, чтобы обеспечить конкурентоспособность и повысить уровень экономического роста. Внедрение цифровых технологий во внешнеэкономическую деятельность, включая системы управления внешнеторговыми операциями (TMS), аналитические платформы для прогнозирования и блокчейн, способствует автоматизации и оптимизации ключевых процессов международной торговли – от логистики до управления контрактами и поставками.

На сегодняшний день Республика Беларусь достигла высокого уровня цифрового развития, создав инфраструктуру, соответствующую мировым стандартам. Республика Беларусь удерживает лидерство среди стран СНГ в сфере внедрения цифровых технологий и занимает 32-е место среди 176 стран мира по уровню их развития. Государственная программа «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы направлена на формирование современной цифровой инфраструктуры, развитие электронного правительства, онлайн-услуг и телемедицины. Особое внимание уделяется цифровизации логистики, в том числе в рамках интеграционных процессов ЕАЭС. Создание цифровых транспортных коридоров и внедрение навигационных пломб значительно повышают эффективность международных перевозок.

Таким образом, роль цифровых технологий в развитии внешнеэкономической деятельности нельзя недооценивать. Они не только способствуют улучшению внутренних процессов компаний, но и открывают новые возможности для международного сотрудничества, что является ключевым фактором в условиях современного глобализированного мира. Внедрение цифровых решений становится необходимым условием для успешной адаптации бизнеса к новым вызовам и требованиям рынка.

Д. И. Ткачук

МИРОВОЙ РЫНОК НЕФТИ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННЫХ ШОКОВ

Несмотря на снижение доли нефти в мировом энергобалансе до 29%, она сохраняет лидирующие позиции в качестве ключевого источника энергии, а её сочетание с природным газом продолжает формировать основу глобального

энергопотребления. Спрос на нефть к 2045 году, согласно прогнозам, вырастет до 110 млн баррелей в сутки, при этом основными драйверами станут развивающиеся страны, такие как Индия и государства Африки (OPEC, 2024).

Республика Беларусь является нетто-импортером энергетических ресурсов. При этом предприятия нефтеперерабатывающего комплекса (ОАО «Нафтан», Мозырский НПЗ) являются стратегически значимыми для национальной экономики, обеспечивая значительную долю экспорта и поступлений в бюджет, Однако внутренней добычи нефти недостаточно для потребностей перерабатывающей отрасли, сырьё приходится импортировать. Это делает актуальным анализ и прогнозирование конъюнктуры мирового рынка органического топлива. Рестрикции, введенные в отношении Российской Федерации (с 5 декабря 2022 г. начали действовать санкции, ограничивающие поставки российской сырой нефти, с 5 февраля 2023 г. − нефтепродуктов), стали ключевым фактором, определяющим современный облик мирового нефтяного рынка, вызвав высокую волатильность нефтяных котировок и трансформацию географической структуры поставок; привели к резкому росту цен на фрахт танкеров, которые в зависимости от маршрута повысились на 15-35%, вызвав удорожание транспортировки одной партии на несколько миллионов долларов. Если в 2021 г. до 56% нефти и до 75% нефтепродуктов Россия экспортировала в страны ЕС, Японию, США, Великобританию, Австралию, то в 2023 г. их доля в структуре российского экспорта снизилась до 4 − 5% для нефти и до 2% − для нефтепродуктов, что снизило роль западного транзитного коридора. В 2023–2024 годах главными покупателями российской сырой нефти и нефтепродуктов стали Китай, Индия и Турция, на долю которых сейчас приходится около 70% всего российского нефтеэкспорта (International Energy Agency, 2025). Россия вынуждена увеличивать скидки, чтобы удержать покупателей, замещающих поставки под давлением санкций: после введения нового пакета в январе 2025 дисконт на российскую нефть марки Urals формировался на уровне 11,85-12 долл. за баррель, через месяц он поднялся до 15–16 долл. за баррель, в результате чего стоимость Urals опустилась ниже 60 долл. В новых условиях Беларуси, осуществившую масштабную модернизацию нефтеперерабатывающих мощностей, для выхода на объемы переработки в 24 млн. т нефти необходимо активно создавать новые транспортные возможности для поставок нефтепродуктов на мировой рынок, при этом снижая себестоимость доставки.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИЙ И КРИЗИСОВ. УРОКИ И СТРАТЕГИИ

Джампу Джиеджип Нелли Блондин

ПРЕСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В КАМЕРУНЕ

Камерун (Республика Камерун) – государство, расположенное на границе центральной и Западной Африки. Страну часто называют «Африкой в миниатюре» из-за его природного и культурного разнообразия, здесь можно увидеть практически все типы африканских ландшафтов. Природно-климатические особенности Камеруна и его историко-культурное наследие делают страну весьма привлекательной для развития международного туризма.

В 2022 году Камерун принял 539 000 туристов, что на 44,03% меньше, чем в 2021 году, когда количество прибывших туристов составило 963 000 человек. Среди туристов преобладают французы, итальянцы, китайцы и американцы. Также отмечается присутствие русских и белорусов, но их не очень много, статистика еще не установлена. Самыми привлекательными туристическими объектами страны являются: вулкан Камерун, Королевский дворец и музей Фумбан, национальный парк Ваза, заповедник Джа, озеро Чад, озеро Ниас, город Лимбе, город-курорт Криби. Также Камерун будет интересен опытному туристу, которого привлекает эко и этнотуризм, любителям «глубокого» туризма.

К сожалению, Камерун не входит в десятку наиболее посещаемых туристами африканских стран, расположенных южнее Сахары. В чем заключаются недостатки и какие улучшения необходимо внести? *Во-первых*, в Камеруне отсутствует государственное национальное туристическое агентство. Агентства, представленные в настоящее время на территории страны, являются частными агентствами, которые продвигают интересы страны Европы и Арабские Эмираты. Из-за халатности министерства туризма официальная статистика туризма в Камеруне за 2024 год недоступна. По данным Jounal prive Cameroun Tribune, число туристов в Кэмероне в 2024 году сократилось на 30 процентов, а туристические объекты не обслуживаются, что свидетельствует о запущенности туристического сектора в Камеруне. *Во-вторых*, необходимо наладить транспортное сообщение – внешнее и внутреннее. Прямое авиасообщение между Республикой Беларусь и Камеруном отсутствует. Перевозчики выполняют транзитные рейсы через Париж, Брюссель и Цюрих. Общественный транспорт в понимании европейца в Камеруне отсутствует. Заменой служат так называемые bush taxi – маршрутки, которые ходят без расписания и отправляются по заполняемости

пассажирами. Туристам пользоваться железнодорожным транспортом не рекомендуется из-за плохого состояния путей. *В-третьих*, необходимо грамотное информирование иностранных туристов о особенностях национальных менталитета. Например, население часто негативно воспринимает стремление иностранцев фотографировать объекты, которые могут создать плохое впечатление о Камеруне. Во избежание проблем нужно придерживаться общепринятых норм поведения, с уважением относиться к традициям и религии, не вступать в конфликты с местными жителями и т.д.

Чтобы развивать туризм в Камеруне, государство должно создать национальные туристические агентства для популяризации культурного богатства страны. И государство также должно заботиться о туристических объектах, а также создавать новые объекты. Богатство и культурный потенциал всех аспектов страны должны быть использованы для развития туризма и, таким образом, для улучшения развития страны.

О. Д. Дранговская

МНОГОВАРИАНТНОСТЬ ИДЕНТИФИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Цифровая среда существенно изменила представления об идентичности, превратив ее в гибкий и многослойный процесс. В социальных сетях пользователь может изменять свой облик, адаптируясь к особенностям платформы и ожиданиям аудитории. Так, в LinkedIn акцент делается на профессионализм, а в TikTok – на креативность и эмоциональность. Это указывает на то, что идентичность больше не является статичной – она формируется в контексте цифровой среды и ее функционала.

Одним из наиболее заметных проявлений цифровой гибкости является стремление пользователей изменить или скрыть внешний облик. Такое желание будет подкреплено использованием фильтров, масок в аватарках и профилях. Подобные практики часто обусловлены желанием сохранить анонимность, избежать навязчивого внимания или защититься от онлайн-агрессии. В некоторых случаях маскировка становится способом экспериментировать с самообразом, выразить внутренние переживания и поиск новых формы представления.

Особенно значимым является стремление уйти от давления социальных норм – стандартов внешности и поведения. Молодые пользователи нередко прибегают к визуальной трансформации как к средству освобождения от стандартных шаблонов. Использование аватара противоположного гендера, к примеру, может служить платформой для эскапизма, отрицания реальности в процессе адаптации к социуму, пространством для самопознания, игры социальными ролями.

Идеи Мишеля де Серто позволяют рассматривать такие действия не как подчинение внешним структурам, а как активную работу с ними. Повседневность, согласно Серто, – это пространство, где индивид использует культурные коды в личных целях, присваивая и трансформируя их. В цифровом контексте это означает, что такие элементы, как никнеймы, визуальные образы, стили общения и алгоритмические рекомендации, становятся материалом для самоконструирования (М. де Серто, 2013).

Цифровая идентичность создается не только через визуальное оформление профиля, но и через повседневное взаимодействие с цифровой средой. Каждый элемент – от сторис до комментариев – участвует в формировании уникального образа, который может измениться в зависимости от ситуации и платформы.

Цифровая идентичность – это процесс, а не фиксированное состояние. Она формируется в результате постоянного взаимодействия с социальными, культурными и технологическими условиями. Маскировка и трансформация внешности в сети выступают не просто как форма защиты или игры, но как часть более широкой практики культурного присвоения и адаптации. Подход Мишеля де Серто позволяет увидеть в этом не отказ от идентичности, а ее активное переосмысление. В условиях цифровой эпохи идентичность становится динамичной конструкцией, формируемой в диалоге с аудиторией, платформой и контекстом.

Е. В. Дубинская, К. А. Клименок

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЖЕСТОВОГО ЯЗЫКА В СОЗДАНИИ БЕЗБАРЬЕРНОЙ СРЕДЫ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТРОП МИНСКА

В условиях растущей необходимости инклюзии людей с ограниченными возможностями в общественную жизнь, становится важной задача популяризация экотроп среди лиц с нарушением слуха с целью обеспечения им равного доступа к социокультурной деятельности и активному отдыху.

В данной работе были рассмотрены принципы разработки и организации экотроп в Минске, их география; анализ существующих практик в области инклюзивного туризма.

В результате проведенного исследования было разработано видеосопровождение к экотропе г. Минска «Чомга - остров» на жестовом языке, что позволит повысить доступность информации о природных объектах и экологии для лиц с нарушениями слуха. Проведено внедрение видеосопровождения экотропы по средства программы Googl Планета Земля и проведена оценка его эффективности.

Разработка видеоматериалов включает использование жестового языка для описания особенностей экотропы, флоры и фауны региона, правил поведения в природе. Видеосопровождение было адаптировано с учетом специфики восприятия информации людьми с нарушениями слуха.

Важным аспектом работы с лицами, имеющими нарушения слуха, является привлечение сурдопереводчиков и специалистов по жестовому языку для создания качественного контента, что будет способствовать лучшему пониманию информации целевой аудиторией и более активному их вовлечению в социокультурную деятельность, экологический туризм. Проведенная работа показала положительное влияние видеосопровождения на уровень вовлеченности глухих и слабослышащих людей в активный отдых на природе, а также на их осведомленность о проблемах экологии.

На основе полученных результатов мы предлагаем в дальнейшем использовать жестовый язык для видеосопровождения информации на экотропах Минска для лиц с нарушениями слуха, включая создание дополнительных образовательных материалов и организацию мероприятий на природе.

Работа подчеркивает важность использования инклюзивного подхода в сфере экотуризма и необходимость дальнейшего развития данного направления для улучшения доступа к социокультурной деятельности для всех групп населения.

К. С. Дьячук

РОЛЬ ТУРИСТИЧЕСКИХ ИНТЕРНЕТ-ПОРТАЛОВ И МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНДУСТРИИ

В условиях стремительной цифровизации туристическая индустрия активно внедряет современные технологии, такие как: интернет-порталы, мобильные приложения, искусственный интеллект и виртуальная реальность. Эти инструменты трансформируют подход к предоставлению туристических услуг, обеспечивая пользователям удобство, доступность и персонализацию.

Тема применения информационных технологий в туризме приобретает особую актуальность, поскольку она способствует не только упрощению взаимодействия с туристическими услугами, но и развитию межкультурного обмена, популяризации исторического наследия и созданию уникального пользовательского опыта.

Существует широкий спектр интернет-порталов и мобильных приложений для самостоятельного использования в туристической сфере. Важным достоинством мобильных приложений является возможность интеграции с функциями самого устройства – с камерой, GPS, календарём и другими модулями. Кроме того, многие приложения способны работать в офлайн-режиме, что особенно актуально при нахождении в местах с отсутствующим доступом к сети Интернет.

Одним из ярких примеров инновационных решений является приложение «izi.travel», популярное на территории и нашей страны. Данное приложение предназначено для помощи путешественникам в изучении достопримечательностей по всему миру и предоставляет доступ к интерактивному контенту, включая аудиогиды, викторины и квесты.

Особенностью платформы является возможность создания аудиогидов как профессиональными организациями, так и частными лицами. Уникальная концепция платформы объединяет технологии и краеведение, что делает её важным участником в развитии туризма и сохранении культурного наследия.

Несмотря на широкий спектр возможностей, туристические мобильные приложения имеют определённые ограничения. Их работа может зависеть от технических характеристик устройства, что напрямую влияет на стабильность и скорость использования.

Результаты исследования подтвердили, что цифровые технологии трансформируют туристическую индустрию, делая её более доступной, гибкой и ориентированной на потребности пользователей. Дальнейшее совершенствование туристических программ и приложений требует устранения существующих барьеров, активного внедрения инноваций и интеграции современных решений, что обеспечит устойчивый рост и развитие отрасли.

Е. В. Дубинская, К. А. Клименок

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЖЕСТОВОГО ЯЗЫКА В СОЗДАНИИ БЕЗБАРЬЕРНОЙ СРЕДЫ ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ТРОП МИНСКА

В условиях растущей необходимости инклюзии людей с ограниченными возможностями в общественную жизнь, становится важной задача популяризация экотроп среди лиц с нарушением слуха с целью обеспечения им равного доступа к социокультурной деятельности и активному отдыху.

В данной работе были рассмотрены принципы разработки и организации экотроп в Минске, их география; анализ существующих практик в области инклюзивного туризма.

В результате проведенного исследования было разработано видеосопровождение к экотропе г. Минска «Чомга - остров» на жестовом языке, что позволит повысить доступность информации о природных объектах и экологии для лиц с нарушениями слуха. Проведено внедрение видеосопровождения экотропы по средства программы Google Планета Земля и проведена оценка его эффективности.

Разработка видеоматериалов включает использование жестового языка для описания особенностей экотропы, флоры и фауны региона, правил поведения в природе. Видеосопровождение было адаптировано с учетом специфики восприятия информации людьми с нарушениями слуха.

Важным аспектом работы с лицами, имеющими нарушения слуха, является привлечение сурдопереводчиков и специалистов по жестовому языку для создания качественного контента, что будет способствовать лучшему пониманию информации целевой аудиторией и более активному их вовлечению в социокультурную деятельность, экологический туризм.

Проведенная работа показала положительное влияние видеосопровождения на уровень вовлеченности глухих и слабослышащих людей в активный отдых на природе, а также на их осведомленность о проблемах экологии.

На основе полученных результатов мы предлагаем в дальнейшем использовать жестовый язык для видеосопровождения информации на экотропах Минска для лиц с нарушениями слуха, включая создание дополнительных образовательных материалов и организацию мероприятий на природе.

Работа подчеркивает важность использования инклюзивного подхода в сфере экотуризма и необходимость дальнейшего развития данного направления для улучшения доступа к социокультурной деятельности для всех групп населения.

А. Егорова

ИНИЦИАТИВА КИТАЯ «ОДИН ПОЯС, ОДИН ПУТЬ» И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЕВРАЗИЙСКОМ РЕГИОНЕ

Инициатива «Один пояс, один путь» (ОПОП), выдвинутая Китаем, играет ключевую роль в развитии инфраструктуры, торговли и культурного обмена между странами Евразии. В этом контексте туризм - важный инструмент укрепления международных связей и стимулирования экономического роста. В свою очередь, Беларусь активно участвует в реализации ОПОП и обладает значительным потенциалом для развития въездного туризма.

Китайско-белорусское сотрудничество в сфере туризма динамично развивается. В феврале 2025 года состоялся Workshop 2025, организованный посольством Китая и Министерством спорта и туризма Беларуси. Важными стимулами для роста турпотока стали безвизовый режим (30 дней для граждан КНР) и увеличение числа авиарейсов (до 4 прямых рейсов в неделю к концу 2024 года). Эти меры способствовали значительному увеличению числа китайских туристов: в 2023 году их количество выросло вдвое по сравнению с 2022 годом (10 444 человека), а в первом полугодии 2024 года прирост составил 174,4 % (7 803 туриста). Популярными направлениями среди китайских гостей стали историко-культурные объекты (Брестская крепость, Мирский и Несвижский замки), национальные парки (Беловежская пуща), а также образовательный туризм, чему способствует присутствие в Беларуси более 12 тысяч китайских студентов.

Особое внимание уделяется медицинскому туризму. Беларусь предлагает доступные медицинские услуги, цены на которые в 2–2,5 раза ниже, чем в Европе. Китайские граждане чаще всего интересуются санаторно-курортным лечением (грязелечение, минеральные воды), что способствует росту экспорта медицинских услуг (более 10 % в 2024 году).

Однако существуют и препятствия, замедляющие развитие туристического потока. Одна из основных проблем – ограниченное распростра-нение платежной системы UnionPay, которой пользуются китайские туристы. Большинство торговых точек не поддерживают эти карты. Другой барьер – языковой: недостаток путеводителей, карт и гидов, говорящих на китайском, затрудняет самостоятельные путешествия.

Таким образом, ОПОП создает значительные возможности для развития туризма в Беларуси. Успешная реализация этого потенциала зависит от решения различных вопросов, включая адаптацию платежных систем и улучшение языковой поддержки. При грамотном подходе Беларусь может стать одним из ключевых туристических направлений в рамках инициативы, что будет способствовать экономическому росту и укреплению международных связей.

Е. В. Круцько

МЕМОРИАЛЬНЫЙ ТУРИЗМ В КОНТЕКСТЕ СОХРАНЕНИЯ ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ: ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ

В последние десятилетия мемориальный туризм стал важной и актуальной частью туристической индустрии, привлекая внимание исследователей и практиков по всему миру. Благодаря возросшему интересу к мемориальному туризму как к явлению, которое способствует развитию внутреннего и внешнего туризма в разных странах, данный тип туризма сохраняет свою актуальность.

Целью нашего исследования стал анализ современных тенденций и направлений развития мемориального туризма в мировом и национальном контексте.

Термин «мемориальный туризм» (в западной практике – «темный туризм») стал использоваться в языке и изучении туризма с 1996 года благодаря Дж. Леннону и М. Фоли, которые определяли его как «явление, включающее в себя посещение мест убийств и стихийных бедствий, смерти и человеческих катастроф» (J. Lennon, M. Foley, 1996). В настоящее время этот термин используется для обозначения мест и объектов геноцида, холокоста, убийств, преступлений или тюремного заключения, которые могут являться привлекательными посетителей.

Стоит отметить, что рост популярности мемориального туризма можно проследить благодаря необходимости коллективной памяти и примирения, особенно в постконфликтных обществах, где мемориалы служат «местами памяти» трагических событий. Травматические места, являющиеся объектами мемориального туризма, имеют уникальную природу пространств, где личный и коллективный опыт пересекаются, создавая возможности для более глубокого и осмысленного эмоционального и исторического понимания.

В последние несколько лет использование виртуальной реальности (VR) в мемориальном туризме значительно возросло. Важным аспектом его формирования стали образование, разработка мобильных приложений и кастомизация туристического продукта. Еще одной из основных тенденций в данный момент является интеграция с другими видами туризма.

Таким образом мемориальный туризм не ограничивается лишь посещением памятников и мемориалов, но включает в себя целый комплекс культурных, исторических и образовательных аспектов.

Е. Н. Морозова

ТУРИСТИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ ПУХОВИЧСКОГО РАЙОНА

Туристические ресурсы – природные комплексы и объекты, объекты социально-культурного назначения, культурной инфраструктуры, отдыха, удовлетворяющие потребности туристов, экскурсантов. (Ст. 1 Закона Республики Беларусь от 11 ноября 2021 года № 129-З "О туризме").

Объектом исследования данной работы является туристические ресурсы и развитие туризма в Пуховичском районе.

Пуховичский район – это удивительное место, где историческое наследие плавно переплетается с богатой природой. Он находится в Минской области Беларуси и привлекает туристов разнообразием культурных, исторических и природных ресурсов. Здесь можно не только увидеть старинные архитектурные ансамбли, музеи и церкви, но и погрузиться в атмосферу традиционного белорусского быта, сохранившегося на протя-жении веков.

Пуховичский район предлагает множество интересных мест для туристов. Вот несколько ключевых моментов:

Исторические достопримечательности: в Пуховичском районе более 200 памятников истории, архитектуры, археологии. На территории Пуховичского района найдены стоянки древних людей каменного века, а также курганы и могильники IX–XII веков.

Архитектурные объекты: в районе множество архитектурных достопримечательностей. Архитектурные памятники, такие как храм святой Живоначальной Троицы и усадьба Бонч-Осмоловских в д. Блонь, усадьба графа Макова в Марьиной Горке, представляют интерес для любителей истории.

Природные особенности: более 40 % территории района покрыто лесами, а реки, такие как Свислочь и Птичь, создают прекрасные условия для отдыха на природе. В районе находятся четыре биологических заказника республиканского значения.

Этнографические комплексы: особая гордость края – два крупных объекта, пользующиеся огромной популярностью у туристов. Это этнографические комплексы «Дудутки» и «Дукорский маентак», где регулярно проводятся фестивали, народные праздники и гуляния.

Места для отдыха: в районе есть гостиницы, агроусадьбы и рестораны, что делает его удобным для туристов.

Наиболее убедительным аргументом в пользу развития туристической отрасли в Пуховичском районе является ее положительное воздействие на экономику. Оно способствует эффективному использованию природно-ресурсного потенциала, решению проблем занятости населения, привлечению инвестиций в экономику.

Е. А. Павловец

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ РЕЙТИНГА ПОПУЛЯРНЫХ ДЕСТИНАЦИЙ В МИНСКЕ

Город Минск – один из самых популярных туристических центров в Республике Беларусь. В городе представлена сеть исторических дестинаций, которая относится к разных исторических эпохам, индустрия питания на требовательные вкусы посетителей, музеи, выставочные галереи и театрально-зрелищные учреждения с уникальной историей их создания. Чтобы выяснить наиболее популярные туристические места в Минске, мы обрати-лись к записям видео, посвященным экскурсиям по Минску у русскоязычных блогеров. Тип систематизации видеозаписей о Минске – популярность у пользователей социальных сетей, основанная на количестве просмотров. Количество исследуемых видеосюжетов – восемь.

Цель статьи – выявление рейтинга туристических дестинаций города Минска.

Первое место в рейтинге занял исторический центр – «Верхний город». Представленная локация упоминается во всех исследуемых видеосюжетах. Видеоблогеры рассказывают о значительном количестве музейно-выставочных площадок (более десяти) в верхнем город. В вечернее время все сюжеты концентрируются на посещении разнообразных кафе и ресторанов по улице Зыбицкой.

Второе место в рейтинге разделили сразу три дестинации: католический храм святых Симеона и Елены («Красный костел»), сеть кафе национальной белорусской кухни «Васильки» в торговом центре «Галилео» на привокзальной площади и Национальная библиотека Беларуси. Указанные дестинации упомянули в своих видео 75% блогеров.

«Красный костел» был построен в силе неоготики в начале XX века по инициативе общественного деятеля Эдварда Войниловича, в семье которого ушли из жизни сын Симеон и дочь Елена.

В кафе «Васильки» Вы сможете увидеть прекрасную панораму Привокзальной площади со знаменитыми «воротами» Минска.

Здание Национальной библиотеки Беларуси напоминает алмаз. По задумке архитекторов проекта, оригинальная форма символизирует ценность знаний. На верхнем этаже библиотеки есть возможность увидеть город с высоты птичьего полета – обзорная площадка с круговым видом на столицу Беларуси.

На третьей позиции популярности упоминаний в видеосюжетах расположены памятники архитектуры XX в. – «ворота» Минска. После данного архитектурного объекта в рейтинге следуют Комаровский рынок и улица Октябрьская. Они упомянуты в половине видеосюжетов.

На территории Комаровки время словно исчезло: здесь можно торговаться с продавцами, пробовать натуральные продукты прежде, чем купить. Комаровский рынок не отстает от инноваций, у него есть профиль в Инстаграм.

Во II пол. XX в. в Минске по улице Октябрьской располагались только заводы и фабрики. Со временем заводские помещения станкостроительного завода МЗОР начали сдавать в аренду и превратили арт-пространство для занятий спортом, кафе и ресторанов. Сегодня Октябрьская улица, на которой расположились корпусы общежитий БГУ символизирует молодежное культурное пространство с уникальной атмосферой.

Проведенный контент-анализ видеороликов русскоязычных блогеров позволил создать рейтинг популярных туристических дестинаций Минска, демонстрируя эффективность данного подхода для изучения туристических предпочтений. Лидирующая позиция Верхнего города и высокая популярность Красного костела, кафе «Васильки» и Национальной библиотеки Беларуси свидетельствуют о востребованности исторических, гастрономических и культурных объектов города. Представленные результаты контент-исследования могут служить основой для создания стратегий продвижения отдельных дестинаций и дальнейшего изучения популярных локаций Минска в совокупности с использованием других методов и источников информации.

Сунь Линьци

КРАСНЫЙ ТУРИЗМ: ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В данной работе проводится анализ развития «красного» туризма в Китае и его перспективы в международной туристической индустрии.

«Красный» туризм как особый вид туризма возник более семидесяти лет назад в Китае и подразумевает посещение памятных мест, связанных с историей Коммунистической партии и ее лидеров. Отсюда и название данного вида туризма, т.к. именно красный цвет олицетворяет коммунистическую идеологию.

Первый маршрут «красного» туризма были разработаны в середине XX века: трудящимся предлагалось повторить опыт великого похода китайских коммунистов 1934-1936 гг. Расцвет «красного» туризма начался в 2004 как реакция на социально-экономический кризис, возникший на фоне недостаточно эффективной борьбы с острым респираторным синдромом (SARS) и усиливающимся влиянием западных либеральных ценностей на население Китая. Китайским правительством было принято решение разработать специальную программу по патриотическому и идеологическому воспитанию молодежи, включающую себя 30 маршрутов. Наиболее значимыми и по сегодняшний день являются места проведения 1-г съезда Коммунистической партии Китая: Шанхай и Цзясин; дом председателя Мао в деревне Шаошань; Цзиннгашан – центр коммунистического движения в 20-е годы прошлого столетия и Яньань – место, где находилось командование вооруженных сил коммунистов с 1937 по 1945 гг. С приходом Си Цзиньпина к власти в 2012 году интерес со стороны руководства страны к данному виду туризма только вырос, а количество маршрутов увеличилось с 30 до 100. Постепенно добавились сюжеты и маршруты, повествующие об истории «нового Китая» с 1949 по 1977 гг., и маршруты, связанные с политикой реформ и открытости с 1977 г. В результате число поездок, связанных с данным туризмом, в период с 2004 по 2019 годы возросли с 140 мил. Д 1,41 миллиардов. В условиях пандемии COVID-19 «красный» туризм стал основным видом туризма, позволившим восстановить внутренний китайский туристический рынок. Важно отметить, что данным онлайн-агенства Fliggy, 36 % туристов, путешествующих по «красным» маршрутам, ставили молодые люди в возрасте от 18 до 36 лет.

В 2014 г. в рамках совместной Российско-Китайской инициативы был разработан гранд-тур «Красный маршрут», более интересный для людей старшего возраста, включающий в себя посещение Санкт-Петербурга, Москвы, Ульяновска и Казани и стоит для китайских туристов около 1000 амер. долларов. К сожалению, подобных маршрутов в Республике Беларусь не разработано, хотя возможности для этого имеются (можно разработать программу, связанную с историей пребывания китайских коммунистов на территории Советского Союза, начиная с Гражданской войны). В свою очередь Китай предлагает свой аналог «красного» маршрута для туристов стран СНГ, связанного с жизнью и деятельностью Мао Цзэдуна.

Потенциал у «красного» туризма достаточно большой, особенно его экономический аспект, но, для расширения его географии требуется кропотлива и серьезная работа, связанная с созданием комфортной и безопасной среды для пребывания туристов; улучшения научно-информационного и культурного сопровождения туристических поездок; специальная подготовка гидов, экскурсоводов, гид-переводчиков, инструкторов-переводчиков и т.д.

Круглый стол
MEMORY STUDIES В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

А. С. Валуева

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЕРБАЛИЗАЦИИ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ДЕТСТВЕ В ПРОИЗВЕДЕНИИ Ч. ДИККЕНСА «ПРИКЛЮЧЕНИЯ ОЛИВЕРА ТВИСТА»

Цель настоящего исследования – выявление и описание лексических средств, с помощью которых в романе Ч. Диккенса «Приключения Оливера Твиста» вербализуются представления о детстве как социально и эмоционально значимом этапе жизни. Работа направлена на определение того, как посредством лексики автор формирует образ детства в конкретных социокультурных условиях викторианской Англии.

Актуальность темы обусловлена растущим интересом к исследованию концепта детства в литературе как одного из важнейших элементов отражения мировоззрения эпохи. Практическая значимость работы заключается в возможности использовать её результаты в курсах по лингвистике текста, литературоведению и стилистике.

Фактической базой исследования послужил текст романа Ч. Диккенса «Приключения Оливера Твиста» в оригинале. Анализу подвергались лексемы и выражения, характеризующие ребёнка, его эмоциональное состояние, социальное положение, взаимодействие с окружающими. Выбор текста обусловлен его насыщенностью описаниями детства в условиях социальной несправедливости и исключительной ролью лексических средств в формировании соответствующего образа.

Установлено, что в романе активно используются экспрессивно окрашенные лексемы с негативной семантикой для описания детства в условиях бедности, унижения и социальной изоляции. **Например :** *“He was a pale thin child.”* ‘Он был бледным худощавым ребенком.’

Выявлены повторяющиеся лексические поля, связанные с концептами «страдание», «невинность», «уязвимость», «одиночество», через которые автор раскрывает образ ребёнка как жертвы общественного устройства. Например: *“Please, sir, I want some more.”* ‘Пожалуйста, сэр, я хочу ещё.’

Установлена закономерность в употреблении сниженной и грубой лексики взрослыми персонажами по отношению к Оливеру, что подчёркивает контраст между жестоким взрослым миром и хрупким миром детства. Например: *“That boy will be hung,” said the gentleman in the white waistcoat. “I know that boy will be hung.”* ‘Этого мальчишку повесят, – сказал господин в белом жилете. – Я уверен, что его повесят.’

Обнаружена зависимость между повышенной эмоциональной лексикой и ситуациями угрозы и насилия по отношению к ребёнку. Например: *“The master aimed a blow at Oliver's head with the ladle.”* ‘Смотритель черпаком ударил Оливера по голове.’

В результате проведённого исследования было выявлено, что лексические средства в романе Ч. Диккенса «Приключения Оливера Твиста» играют ключевую роль в вербализации представлений о детстве как времени страдания, уязвимости и внутренней силы. Образ детства формируется через контрастное противопоставление детского и взрослого мира, что подчёркивается выбором лексики и стилистическими средствами.

П. В. Давыденко

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ КОНЦЕПТА «ВОЙНА» В АНГЛО-, РУССКО-, ИТАЛОЯЗЫЧНЫХ СМИ

Актуальность данной работы определяется тем, что понимание языковых средств позволяет расширить знания о войнах, а именно: как они описываются и как формируются точки зрения. Кроме того, сопоставительный аспект позволяет выявить сходства и различия в представлении данного концепта в разноязычных источниках, а также помогает в развитии критического мышления и медиа-грамотности.

Целью работы является выявление и сопоставление в исследуемом материале на трех языках особых лексических единиц и стилистических средств, влияющих на целостное восприятие читателем происходящих событий.

В качестве материала для исследования были использованы статьи аналитического характера из англоязычного источника the Guardian, из италоязычного источника Formiche и из русскоязычного источника BBC Русская служба.

В результате проведенного исследования было установлено, что для нападений со стороны Палестины в большинстве случаев использовался термин *attack* (86 %) / *attacco* (100 %) / *нападение* (100 %). Было выявлено, что для обозначения Сектора Газа в статьях на трех языках чаще всего использовался топоним *Gaza* (англ. – 79 %) / *Gaza* (итал. – 50 %) / *Газа* (57 %). Примечательным является невысокая частота употребления топонима *Palestine / Palestina* в англо- и италоязычных статьях – 4 % и 11.8 % соответственно, а в русскоязычных статьях топоним *Палестина* отсутствует. Было установлено, *что во всех источниках для обозначения пленных Палестины использовался только термин prisoners / prigionieri / заключенные, в то время как для пленных Израиля предпочтение отдавалось термину hostages (87.5 %) / ostaggi (93 %) / заложники (100 %).*

В анализируемом материале были выявлены следующие метафорические модели: 1. «война – это экономическая операция»: англ. *to pay a price; to bet; to be at stake;* итал. *costo; ricca;* рус. *сделка, цена;* 2. «война – это дорога»: англ. *to derail; to pave the way;* итал. *percorso; via; traccia;* рус. *шаг; путь; тупик;* 3. «война – это игра»: англ. *start; goal;* итал. *giochi; mosse;* рус. *игрок; туз;* 4. «война – это состояние напряжения»: англ. *pressure;* итал. *peso; pressioni; morsa;* рус. *давление;* 5. «война – это театр»: англ. *to orchestrate; roles;* итал. *attori; protagonista;* рус. *роль*. В англоязычном источнике выла выявлена метафорическая модель «война – это разрушение»: *wave.* В италоязычном – «война – это мир растений»: *seminare il caos; papavero; fruttuoso.*

Таким образом, результаты проведенного нами анализа позволяют заключить, что проанализированные статьи из трех источников имеют достаточно сходств по всем параметрам сравнения, при этом имеются и небольшие различия (отсутствие топонима *Палестина* в русскоязычных статьях, наличие особых метафорических моделей в англо- и италоязычных статьях). Выбор лексических единиц может быть обоснован особенностями языка, личными предпочтениями и мнениями авторов, а также характером описываемых событий.

М. А. Иванова

ИСТОРИЯ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ В НАЗВАНИЯХ УЛИЦ ГОРОДА МИНСКА

Годонимы как названия улиц, проспектов и площадей представляют собой не просто элементы городской навигации, но и важные носители исторической памяти, отражающие ключевые события и идеологические установки разных эпох. Особый интерес в этом контексте вызывают названия, связанные с Великой Отечественной войной, которые в Минске занимают значительное место в городском топонимическом пространстве.

Целью данного исследования является анализ годонимов, связанных с событиями и героями ВОВ, с выявлением их семантических особенностей и роли в сохранении исторической памяти. Объектом исследования выступают 56 улиц двух районов Минска, в названиях которых зафиксирована связь с военной тематикой. Предмет исследования включает принципы номинации, тематические группы и семиотические функции этих годонимов.

В ходе исследования было установлено, что все выявленные годонимы можно разделить на четыре основные группы. Наиболее многочисленную категорию (42,9%) составляют улицы, названные в честь героев войны, такие как *улица Гастелло*, *проспект Машерова* в Центральном районе или *улица Ваупшасова* в Партизанском районе. При этом, если в Центральном районе преобладают имена военачальников и организаторов подполья, то в Партизанском районе особое внимание уделено участникам партизанского движения, что логично соответствует названию района.

Вторую значительную группу (23,2 %) образуют названия, связанные с воинскими частями и объединениями, включая *улицу Гвардейскую* и *проспект Партизанский*. Эти годонимы отражают важность коллективного подвига и сохраняют память о различных родах войск. Культовые события войны запечатлены в 16,1 % названий, среди которых особенно выделяются *проспект Победителей* и *улица Освобождения*, создающие символический каркас военной памяти в городском пространстве.

Отдельного внимания заслуживают годонимы с географической привязкой (17,8 %), такие как *Киевская* или *Мозырская улицы*, которые не только указывают на направления боевых действий, но и связывают городскую топонимику с географией военных операций. При этом анализ динамики переименований показывает, что большинство современных названий было присвоено в послевоенный период, что отражает идеологическую политику советского времени по увековечиванию памяти о войне.

Проведенное исследование демонстрирует, что годонимы Минска выполняют важную мемориальную функцию, сохраняя память о ключевых событиях и героях Великой Отечественной войны. Наблюдаемые различия между районами в тематике названий подчеркивают локальные особенности формирования исторической памяти. Современная городская топонимика ориентирована в первую очередь на сохранение и трансляцию историко-патриотических ценностей, что делает ее важным объектом для дальнейших исследований в области исторической памяти и городской семиотики.

В. В. Котляров

ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ АГРЕССИИ В ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ
(на материале романа Ф. Бакмана "Тревожные люди")

Целью данного исследования является анализ лексических средств выражения агрессии в современном художественном дискурсе на примере романа Ф. Бакмана «Тревожные люди». В рамках работы были рассмотрены понятия «дискурс» и «эмоции», а также проведён анализ и классификация лексических единиц, используемых для выражения агрессии.

Дискурс, как многогранное явление, охватывает различные аспекты лингвистики, социолингвистики и коммуникации. (В.И. Карасик, 2002) Его ключевые характеристики включают использование в разнообразных сферах (общение, наука, бизнес) и связь с такими понятиями, как диалог, обсуждение и убеждение. Эмоции, в свою очередь, представляют собой сложные психические процессы, включающие субъективную оценку ситуации, физиологические реакции, мотивацию к действию и поведенческие отклики. (Е. П. Ильин, 2001)

В результате исследования текста романа было выявлено, что автор активно использует лексические единицы, выражающие агрессию, такие как (*idiot, damn, stupid, hell, bastard, bloody, stuff, lunatic, moron, For God's sake, Good grief, freaking, shit*). Наиболее частотными из них являются: *idiot* (57 случаев использования в тексте), *damn* (35 случаев использования в тексте) и *stupid* (24 случая использования в тексте). Эти слова помогают передать эмоциональное напряжение и внутреннее состояние героев, а также подчеркнуть их характеры. Также следует отметить, что данные лексические единицы имеют разные варианты перевода на русский язык, что отражает различные типы передаваемой агрессии. Например: (*idiot* – 'идиот', 'дурачок', 'болван') или (*stupid* – 'идиотский', 'тупой').

Агрессия в тексте выражается как через прямую лексику, так и через контекстуальное описание действий и поведения персонажей. Например: (*In the police station Jack* ***has nearly lost his voice with rage*** *by this point* – 'В полицейском участке Джек к этому моменту почти **потерял дар речи от ярости**'). Наиболее часто встречающимися типами агрессии в тексте являются: *вербальная, прямая и экспрессивная*.

Методы преодоления трудностей перевода агрессивной лексики включают генерализацию, компенсацию утраченных элементов смысла и прагматическую адаптацию. Эти подходы направлены на сохранение эмоциональной и контекстуальной точности текста при переводе.

Исследование показало, что лексические средства выражения агрессии играют важную роль в создании атмосферы художественного текста, передаче эмоций героев и формировании восприятия читателя. Данное исследование может послужить основой для дальнейшего анализа способов выражения эмоций в литературных произведениях и для более глубокого понимания художественного дискурса.

Д. В. Савчук

ОТРАЖЕНИЕ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В НАЗВАНИЯХ УЛИЦ ГОРОДА ВИТЕБСКА

Названия улиц выражают не только лексическое значение, но несут в себе широкий культурно-исторический подтекст. Рассматривая то, как менялись принципы наименования улиц в различные исторические эпохи, мы можем обнаружить до сих пор скрытые особенности не только во временном, но и в пространственном разрезе, что обусловливает актуальность данного исследования.

Цель данной работы – выявить специфику отражения культурно-исторической памяти, заложенной в названиях улиц города Витебска. Материалом исследования послужили названия 131 улицы, которые представляют собой исторический центр города.

В ходе исследования выяснилось, что в Витебске было несколько основных волн переименований улиц: после Октябрьской революции и после ВОВ. Среди 131 улицы, которые стали объектом исследования, лишь 14,5 % не меняли своего названия до сегодняшнего дня, напр., *Ремесленная, Подольская.* Наиболее частотный вариант – улицы, которые за свою историю имели два названия (47,3 %). Также достаточно много улиц, которые переименовывались дважды (24,4 %). Несколько меньше улиц имели 4 названия за свою историю (9,9 %). Однако самые старые улицы, которые много веков назад образовали Витебск, насчитывают до 11 переименований за всю историю своего существования. Таких улиц в городе 3,8 %.

Семантический анализ материала показал, что самая большая группа годонимов в начале XX в. связана с хозяйственной специализацией улиц, профессиональной принадлежностью жителей и основными хозяйственными объектами (25,2 %): *Канатная, Заводская.* Многочисленная группа наименований связана с религиозной лексикой: названия 16,8 % улиц связаны с названиями церквей, костёлов и монастырей: *Успенская, Покровская, Соборная.* 15,3 % названий улиц связаны с другими населёнными пунктами: *Смоленское шоссе, Полоцкая.* 13,0 % улиц названы в связи с различными природными объектами города: реками и ручьями (*Подвинская, Заду-новская),* горками и холмами (*Юрьевская, Подгорная).* В соответствии с присущими улицам свойствами и качествами были названы 12,2% улиц: *Кривая, Пологая.* В Витебске 1904-го г. антропонимы в качестве названий улиц использовались реже всего (6,9%): *Суворова, Алексеевская.*

Что касается классификации названий тех же улиц в 2025-м году, то распределение коренным образом отличается. Самую крупную группу современных названий составляют антропонимы. В ходе исследования выявлено, что 24,2 % среди них названы в честь революционных деятелей; 21,0 % – писателей и поэтов; 19,4 % – героев ВОВ; 12,9 % – политических и 8,1 % – исторических деятелей; 6,5 % – деятелей искусств*;* 4,8 % – знаменитых лётчиков и космонавтов*;* 3,2 % – учёных.

Исследование подтвердило, что годонимы Витебска отражают культурно-историческую память города, демонстрируя смену идеологических и социальных парадигм. Наблюдается трансформация семантики годонимов: от топографических и профессиональных маркеров к политическим и мемориальным, что отражает смену общественных ценностей.

Ю. А. Толмачёва

НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНАЯ СПЕЦИФИКА УРБОНИМОВ КАК ОТРАЖЕНИЕ ИДЕНТИЧНОСТИ ГОРОДА

Урбонимическое пространство Минска представляет собой сложную и многослойную систему, в которой переплетаются исторические пласты и культурные традиции. Среди урбонимов особый интерес представ-

ляют трофонимы – названия заведений общественного питания, которые не только занимают значимое место на карте города, но и несут в себе культурно-исторический код. На основе лексико-семантического анализа собранного материала в названиях трофонимов были выделены следующие формы проявления лингвокультурологической специфики языковых явлений:

наименования знаковых для истории мест: исторических событий, хранящихся в памяти народа: *Грюнвальд, 1884 D'Europe, Вестфалия;*

наименования культурологических, национально исторических реалий: *Застолица, Славянские традиции, LËN, Комса, Папараць Кветка, Полонез;*

названия, включающие антропонимы (личные имена, фамилии владельцев, совладельцев, основателей): *Кофейня от Николаича, Угрынович, Paul, Тимохин двор, The Dickens, Гоголь;* отмечены случаи с «говорящими» неймами, именами собственными из произведений (аллюзия): *Moby Dick Caffe, Sherlock coffee Hal;*

названия, связанные с местоположением заведения: *Кавярня на Скарыны, Marks (на улице К.Маркса), Вертолёт-кафе (локация Нац.аэропорт), Maslow 6.*

Часто образ, транслируемый урбонимом, является символическим, т.е. воплощает определенную идею, указывает на другой образ, замещая его. Например, *береза* воспринимается как олицетворение России, что зафиксировано в названии ресторана русской кухни «*Берёзка*»; наименование пекарни «*Тьерри*» символизирует французские традиции; а столовая белорусской кухни имеет название «*Славянские традиции*». Символичность приобретают некоторые пространственные образы. Так, в наименовании кофейни «*Райский уголок*» обозначено вымышленное пространство, являющееся символом совершенного покоя и красоты, невинности, безмятежной жизни.

В трофонимах находят отражение положительно или отрицательно оцениваемые характеристики предметов, событий, т.е. ценностные установки, присущие культуре. Абстрактные, позитивные концепции отражены в наименованиях «*Бон Шанс*» (удача), «*Aura*» (атмосфера, энергетика), «*Elementum*» (основа, суть). Среди наименований кофеен также выделяем те, что отражают социальную направленность на семейные ценности и домашний уют, отношение к животным: *Мамслет, Кофта, Little mops coffee; Seadog&Friends*.

Таким образом, каналами трансляции культурных смыслов выступают вербально-семантический, когнитивный и мотивационный уровни урбонима, являющегося сложной семиотической сущностью. Данная особенность позволяет отразить в наименованиях городских объектов культурные смыслы разных типов.

Круглый стол
PROБЛЕМЫ И PROГНОЗЫ. ТЕХНОЛОГИИ ОБЩЕНИЯ В PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Л. Р. Атаджанова

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ С ЗАРУБЕЖНЫМИ ПАРТНЕРАМИ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Современная система образования стремительно выходит за национальные границы, превращаясь в глобальное пространство для обмена знаниями и опытом. В этих условиях сотрудничество с зарубежными партнерами становится не просто полезным дополнением, но необходимым условием развития любого образовательного учреждения. Такое взаимодействие позволит повысить качество обучения и расширить возможности для преподавателей и учащихся, способствуя их профессиональному и личностному росту.

Основные проблемы, с которыми сталкивается учреждение образования в ходе взаимодействия с зарубежными партнерами, таковы: культурные различия, специфика методологии преподавания, несоответствие образовательных стандартов, финансовые ограничения, правовые аспекты. Для решения обозначенных проблем можно предложить следующие меры.

1. Кросс-культурное обучение. Введение программ, знакомящих учащихся и преподавателей с культурными особенностями стран-партнеров, позволит снизить влияние этнокультурных барьеров коммуникации.

2. Языковые курсы. Введение подобной практики позволит учащимся и преподавателям повысить свой уровень иноязычной компетенции и, соответственно, преодолеть языковой барьер.

3. Унификация стандартов. Разработка совместных программ и стандартов обучения поможет гармонизировать образовательные процессы.

4. Поиск финансирования. Активное участие в международных грантовых программах и сотрудничество с частным сектором может привлечь дополнительные материальные средства.

5. Совместные исследования. Развитие коллабораций с зарубежными партнерами в сфере науки способно решить сразу несколько проблем, одна из которых – различия в содержании образовательных программ и методике преподавания.

В заключение подчеркнем, что международное сотрудничество в сфере образования – это не просто дань современной моде, но необходимое условие создания и развития конкурентоспособной системы. Преодоление существующих барьеров требует совместных усилий со стороны образовательного учреждения, государственных структур и международного сектора

деловой среды организации. Инвестиции в кросс-культурный диалог способствуют интеграции национального образования в мировое пространство. Предпосылками успешного будущего в сфере образования являются открытость организации, адаптивность, готовность к сотрудничеству и взаимное обогащение лучшими практиками.

А. А. Бойко

КОММУНИКАТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ ФОРМИРОВАНИЯ БРЕНДА В СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Сетевая коммуникация стала ключевым каналом для построения, укрепления и трансформации бренда.

Существуют различные подходы к классификации стратегий, однако можно выделить несколько ключевых направлений:

1. Информационная стратегия. Цель – донести до целевой аудитории информацию о бренде. Например, компания «Дальневосточный минтай» решила бороться со стереотипом о том, что минтай – это «какая-то странная рыба из советского прошлого». Для этого они создали эффектный сайт с рецептами из минтая, а также сделали интеграцию с фудблогером-миллионником – выпустили фильм о промысле минтая на Дальнем Востоке.

2. Социальная стратегия. Через данную стратегию легче найти контакт с целевой. Например, сервис «Авито» создал ролики с мультгероями, которые научат детей правилам безопасных покупок. Ролики размещены на всероссийской образовательной площадке «Цифровой ликбез», их покажут в школах страны, а значит, у этого проекта будет широкий охват.

3. Стратегия привлечения лидера мнений. Данная стратегия позволяет усилить доверие к бренду и достичь целевых аудиторий более органично. Наример, бренд часов Daniel Wellington построил узнаваемость бренда за счет микро- и макроинфлюенсеров в Instagram вместо традиционной рекламы. Они дарили часы блогерам с условием, что те выложат фото с продуктом; давали персональный промокод с именем блогера, чтобы стимулировать продажи;

3. Стратегия вовлечения целевой аудитории. Направлена на стимулирование активности пользователей. Например: “LEGO Ideas” – платформа, где фанаты предлагают идеи новых наборов. Если проект набирает 10 000 голосов, “LEGO” может выпустить его в продажу. Автор получает 1% от продаж и указание имени на коробке. Так, набор по сериалу "Друзья" – изначально идея фаната, ставшая официальным продуктом.

Таким образом, в разработке коммуникационной стратегии бренда нужно не забывать о сложной траектории, по которой идет потребитель в процессе выбора продукта, и тщательно планировать взаимодействие в точках соприкосновения.

Д. И. Бондарчук

СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ЧАСТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В настоящее время образование представляет собой не только сферу государственной деятельности, но и активно развивающийся рынок, предоставляющий широкий спектр услуг. Образовательные организации сталкиваются с необходимостью внедрения эффективных стратегий для привлечения студентов, преподавателей, инвесторов и партнеров в условиях высокой конкуренции.

Подходы к разработке конкурентной стратегии в государственных и частных учебных заведениях различаются в зависимости от их целей, источников финансирования и организационных структур. К примеру, стратегии государственных учреждений направлены на поддержание стабильного финансирования, соблюдение государственных стандартов и зачисление абитуриентов на основе установленных квот, в то время как частные образовательные организации больше ориентированы на получение прибыли посредством привлечения платежеспособных студентов, создание уникального бренда и активное продвижение своих услуг.

Сравнительный анализ конкурентных стратегий государственных и частных образовательных организаций позволяет выявить сильные и слабые стороны каждой модели. Так, в государственных учреждениях гибкость в принятии решений часто ограничена бюрократическими процедурами и жестким контролем.

Несмотря на высокую конкуренцию, характеризующую рынок образовательных услуг в целом, цели и задачи организаций различаются. К совпадающим целям можно отнести привлечение потенциальных абитуриентов учреждений высшего образования, поэтому и частные, и государственные организации заинтересованы в их подготовке к сдаче экзаменов. Что касается различий, стоит отметить низкую степень заинтересованности государственных организаций в развитии цифровых платформ для оказания услуг, в связи с чем данная часть рынка по-прежнему закреплена за частными организациями.

В завершение отметим, что уровень конкуренции между государственными и частными учреждениями образования будет неуклонно расти. Если ранее их доли рынка были четко разделены, и у каждого типа организации была своя целевая аудитория, то теперь их сферы интересов пересеклись. Активное развитие рыночной экономики и растущие требования клиентов приводят к тому, что оба типа учреждений образования вынуждены быть гибкими и подстраиваться под изменяющиеся условия внешней среды.

Е. А. Булай

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ ЭКСПЕРТНОСТЬ В ИМИДЖЕЛОГИИ

В современном мире имидж играет ключевую роль в восприятии человека или организации. Одним из важнейших компонентов успешного имиджа является «экспертность».

Цель данного доклада – рассмотреть различные подходы к пониманию «экспертности» в рамках такой сферы деятельности, как имиджелогия, обозначить преимущества и недостатки каждого направления.

Практикующие специалисты в сфере PR под экспертностью понимают способность человека или организации авторитетно и убедительно представлять свои знания, навыки и опыт в конкретной области.

Рассматривая понятие экспертность в рамках имиджелогии, представляется возможным выделить следующие подходы к его пониманию: функциональный, компетентностный, интегративный.

В функциональном подходе экспертность рассматривается как способность решать конкретные задачи: формировать, корректировать и управлять имиджем в соответствии с целями клиента. Во главу угла становятся результативность (достижение KPI, узнаваемость, лояльность аудитории), и владение профессиональными инструментами (анализ аудитории, дизайн).

Компетентностный подход рассматривает экспертность как совокупность профессиональных компетенций. Сюда входят глубинные знания теории (психология восприятия, семиотика, маркетинг), практические навыки (создание стиля, управление репутацией в кризисных ситуациях), софт скиллс (эмпатия, креативность, адаптивность).

Суть интегративного (системного) подхода заключается в понимании экспертности как синтеза знаний, навыков и интуиции, направленного на управление имиджем как системой, где все элементы взаимосвязаны (визуальный образ, коммуникация, поведение). Ключевым в данном подходе является холистичность (например, имидж политика включает не только внешнюю составляющую, но и риторику, социальные сети, окружение).

В заключение отметим, что экспертность является важной составляющей имиджа, которая формирует доверие, повышает репутацию и помогает достигать профессиональных целей. Исследование экспертности персоны на основании разных подходов позволяет увидеть комплексность и сложность данного явления. Функциональный и компетентностный подходы за основу берут решение конкретных задач и профессиональные компетенции соответственно, в то время как интегративный подход является системным, во внимание принимаются все необходимые аспекты, но из-за множества переменных затрудняется оценка эффективности.

А. С. Варсоба

ПРАГМАТИЧЕСКАЯ НАПРАВЛЕННОСТЬ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ

В настоящее время мы наблюдаем возрастающую популярность экологической рекламы, которую принято определять как тип социальной рекламы, развивающий экологическое мышление людей и распростра-няющий идеи защиты окружающей среды.

Экологическую рекламу можно разделить на следующие тематические блоки: засорение окружающей среды, переработка и сортировка мусора; любовь к природе, родному краю, сбережение природных ресурсов; взаимоотношение человека и животных.

Социальная коммуникация, к которой относится и Экологическая реклама, имеет три основных функции: информационную, т.е. передачу информации между коммуникантами; экспрессивную, т.е. способность выражать в том числе и оценочную информацию; прагматическую, т.е. способность воздействовать на коммуниканта, предписывая некоторое заданное действие.

Для функционально-прагматического анализа нами в случайном порядке было отобрано 57 примеров экологической рекламы, представляющие собой рекламные баннеры, которые сочетают в себе изображение и текст, т.е. являются креолизованными текстами. Полученный материал был подвергнут следующему анализу: выделены тематические блоки Экологической рекламы и выполняемые ей функции.

Среди тематических блоков наиболее представленная тематика (31 %) – выброс мусора в урну, далее идут темы сохранения природы (23 %), сортировки мусора (20 %), загрязнения окружающей среды (11 %). В наименьшем количестве была представлена реклама, призывающая отказаться от использования пластиковых пакетов, и реклама, призывающая к ответственному отношению к животным (9 % и 6 % соответственно). Функции экологической рекламы распределились следующим образом: экспрессивная функция является основной для 49% примеров, прагматическая – для 37 %, а реклама, обладающая в первую очередь информационной функцией представлена в наименьшей степени (14 %).

Таким образом экологической рекламе в современном обществе отводится большое место. Она призвана привлечь внимание людей к экологическим проблемам и мотивировать к определенным действиям. Поднимая разнообразные темы и выполняя различные функции, экологическая реклама имеет массу путей развития и может найти новые способы воздействия на аудиторию.

А. Е. Васюкович

КЛЮЧЕВЫЕ АСПЕКТЫ ЛОКАЛИЗАЦИЯ ПРОДУКЦИИ НА ЛАТИНОАМЕРИКАНСКОМ РЫНКЕ

Латинская Америка – это многогранный регион, объединяющий страны с уникальной культурой, традициями и языковыми особенностями. Для успешного выхода на этот рынок компаниям необходимо учитывать ряд факторов, поскольку эффективная локализация требует культурной, языковой, юридической, технической и социально-экономической адаптации.

Культурная адаптация – важный аспект маркетинговой стратегии. В регионе существуют уникальные традиции, влияющие на восприятие продуктов и услуг. Так, в Бразилии популярны яркие карнавальные мотивы, а в Мексике большое значение имеют религиозные праздники. Дизайн упаковки и рекламные материалы должны учитывать местные предпочтения, чтобы вызывать доверие и эмоциональный отклик у покупателей.

Языковая адаптация также имеет большое значение. Хотя основными языками региона являются испанский и португальский, существуют диалектные различия. В ряде стран используются и автохтонные языки, такие как кечуа или гуарани. Корректный перевод и адаптация текстов помогут избежать недоразумений и сделать продукт более понятным и доступным.

Не менее важна юридическая адаптация. В каждой стране действуют собственные законы, касающиеся рекламы, сертификации и защиты прав потребителей. Например, в некоторых странах требуется предварительная сертификация электроники. Знание этих норм поможет избежать правовых рисков и упростить выход на рынок.

Технические аспекты также требуют особого внимания компаний. Различия в стандартах электроники, форматах даты, напряжении электросетей и требованиях к упаковке вызывают необходимость модификации продукции.

Социально-экономическая ситуация в регионе существенно влияет на процесс локализации. Уровень доходов в разных странах варьируется, поэтому компаниям следует продумать ценовую политику и предлагать продукты и услуги с учетом платежеспособности целевой аудитории.

Компании, уделяющие внимание культурной, языковой, юридической, технической и социально-экономической адаптации, получают существенное конкурентное преимущество. Понимание региональных особенностей, внимание к деталям и гибкость в подходах помогают завоевать доверие потребителей и добиться успеха на этом перспективном рынке.

А. В. Жибрик

МЕДИЦИНСКАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ВРАЧА И ПАЦИЕНТА
(на материале телесериала «Доктор Хаус»)

Взаимодействие организации со своей целевой аудиторией, независимо от сферы, неизменно вызывает интерес как представителей менеджмента, маркетинга, рекламы, так и простых обывателей. Особого внимания при этом заслуживает медицинская сфера. Цель данного исследования – выявить, как медицинская терминология в сериале «Доктор Хаус» влияет на взаимодействие врача и пациента и, в конечном итоге, на понимание и восприятие здоровья пациентами. Материалом исследования выступили ситуации взаимодействия врача и пациента из 1 сезона сериала “House, M. D.” на английском языке. В частности, были проанализированы медицинские термины в количестве 264 единиц.

При анализе материала исследования были выявлены следующие способы пояснения медицинских терминов: толкование, видеографика и объяснение с помощью сравнений. Также мы выделяем смешанный способ объяснения – одновременное использование 2 или 3 вышеперечисленных способов пояснения (например, сочетание видеоряда и словесного толкования). Самым частотным способом является толкование – 142 примера или 54%. Чаще всего врачи просто поясняют, как действует тот или иной препарат, объясняют последствия и причины назначенного лечения: *We’re treating you for* ***vasculitus, it’s the inflammation of blood vessels in the brain***. Так же было выявлено, что объяснение при помощи сравнений довольно распространено (58 случаев или 21,5%), поскольку обычному человеку, не связанному с медициной, проще понять какую-то медицинскую терминологию с помощью известных ему вещей: *We inject gadolinium into a vein. It distributes throughout your brain and acts as a contrast material. Basically, whatever is in your head,* ***highlights like a Christmas tree.*** Видеографика, наряду с использованием смешанного толкования, оказались менее употребительными (по 12 % соответственно).

Таким образом, неотъемлемой частью взаимодействия врача и пациента является использование различного рода медицинских терминов, для пояснения которых в телевизионном сериале в качестве модели поведения врача предлагается использование толкования, сравнения либо видеографики, что повышает эффективность коммуникации.

К. Н. Каминская

ЯЗЫКОВЫЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ СОЛИДАРИЗАЦИИ В КОРПОРАТИВНЫХ МЕДИА

Тема солидарности приобретает все большую актуальность в жизни современного общества. Самые разные предприятия проявляют интерес к формированию единства интересов и сплоченности коллектива, что является одной из важнейших задач корпоративных медиа современных компаний.

По нашему мнению, если солидарность – это состояние, при котором наблюдается общность интересов, единомыслие, совместная ответственность, то солидаризация – это процесс проявления единодушия, согласия, иными словами, процесс выражения своей солидарности. Солидарность возникает как результат совместной деятельности и общего творчества, общего стремления к достижению поставленных целей.

Стратегия солидаризации реализуется при помощи целого комплекса языковых средств. Сюда входят как эксплицитные средства, призванные создать впечатление единства взглядов и интересов (местоимения первого лица и лексические единицы с семантикой общности), так и те, которые выражают эту идею косвенно (вопросы, сравнения и проч.).

Главенствующая роль в формировании идей солидаризации принадлежит местоимениям. Использование местоимений первого лица позволяет читателю ощутить вовлеченность в общее дело, почувствовать себя частью целого. Также важна лексика, связанная с понятием солидаризации, например, описывающая высокие результаты труда, достижение успеха, выполнение планов (например, *растет эффективность работы, активно набирает обороты, очередная гордость предприятия, все специалисты грамотные и ответственные, любые трудности по плечу* и т.д.)

Помимо лексических средств выражения солидаризации, существует множество грамматических способов передачи идей общности и вовлеченности, в частности, вопросительные высказывания, повелительные конструкции и т.д. (например, *Не упустите свой шанс!, Конкуренции не боимся!*). Их использование позволяет превратить сообщение в эмоциональный диалог с читателем, способный вызвать у него ощущение сопричастности, воодушевление и отклик, что несомненно будет способствовать укреплению чувства принадлежности к коллективу.

Таким образом, анализ способов выражения идей солидаризации в корпоративных медиа современных предприятий, помогает установить целый комплекс языковых средств, способствующих формированию общности интересов, что позволит максимально использовать возможности всех членов коллектива для индивидуального и общего блага.

Ю. Д. Карпенко

ИНТЕРВЬЮ И STORYTELLING КАК ВИДЫ КОММУНИКАТИВНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА

В современном мире мода стала не просто индустрией одежды, а важным элементом культуры и самовыражения. Бренды стремятся не только продавать продукцию, но и выстраивать эмоциональные связи со своей аудиторией. Одним из эффективных инструментов в этом процессе является *storytelling* – способ передачи философии бренда через истории, вызывающие отклик у публики. Помимо этого, важную роль в формировании имиджа играют интервью с создателями, дизайнерами и амбассадорами бренда. Они раскрывают личность основателя, миссию компании и создают доверие у клиентов.

Jacquemus – яркий пример бренда, использующего *storytelling* для формирования уникального имиджа. Основатель марки Симон Порт Жакмюс выстраивает коммуникацию на личных воспоминаниях и семейных ценностях. Так, коллекция «*La Bomba*» (2018), посвящённая матери, передавала атмосферу южного лета, свободы и счастья. Во время пандемии была представлена коллекция «*L'Amour*», в которой акцент был сделан на любви и близости. Показ прошёл в пшеничном поле и транслировался онлайн, что усилило ощущение интимности. Кроме того, Симон активно делится личными историями в соцсетях, публикуя образы Прованса и моменты из повседневной жизни, делая *storytelling* частью бренда.

Jacquemus также эффективно использует интервью. В беседе с *The Fader* (2013) Симон делился личной историей, что помогло сформировать имидж бренда как честного, душевного и искреннего. В интервью для *Numéro* (2019) он предстал как стратег и независимый предприниматель, рассказав о цифровом фокусе бренда и важности самостоятельности. В результате сформировались новые имиджевые черты: *Jacquemus* воспринимается как продуманный, самостоятельный бренд, а Симон – как человек с чётким видением и уважением к культуре. Интерактивный формат интервью, например, ответы в *Instagram Stories*, делает бренд доступным и живым.

Таким образом, *storytelling* и интервью позволяют *Jacquemus* выстраивать сложный, многослойный имидж: это бренд, сочетающий эмоциональность, независимость, культурное уважение и стратегическое мышление. Он ассоциируется с личной искренностью, креативностью и профессионализмом. Эти черты усиливают доверие, формируют лояльность аудитории и укрепляют позиции в индустрии. В цифровую эпоху подобные инструменты становятся ключевыми элементами успешной коммуникации бренда.

Э. А. Козлова

НЕВЕРБАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА ЭКСПЛИКАЦИИ ИНДЕНТИЧНОСТИ В СЕТЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ

Сетевые коммуникации стали неотъемлемой частью нашей повседневной жизни, оказывая значительное влияние на то, как мы выражаем свою идентичность. В условиях ограниченного физического взаимодействия пользователи интернета находят альтернативные способы выразить свою индивидуальность. Визуальные элементы, такие как фотографии, аватары и оформление профилей, играют ключевую роль в онлайн-коммуникации. Рассмотрим Instagram Беллы Хадид как пример.

Проанализировав аккаунт Беллы, я выявила процентное соотношение ее постов по смысловому содержанию. Модные показы и сотрудничество с брендами (40 %) – это посты, посвященные показам, рекламным кампаниям и сотрудничеству с известными брендами. Что подчеркивает профессиональную идентичность как модели и инфлюенсера. Личная жизнь и путешествия (30 %) – поездки с друзьями, старые и новые семейные фото, моменты с животными на ее ферме. Так же в аккаунте множество постов об политической ситуации в Палестине, т.к. Белла причисляет себя к этой национальности и глубоко переживает события связанные с страной. Социальные и благотворительные инициативы (15 %). Образ жизни и здоровье (10 %) -посты о фитнесе, уходе за собой. Мода и искусство (5 %) - посещение культурных мероприятий в поддержку дизайнеров.

Аватары и оформление профиля также важны. Например, её аватарка - абстрактная бабочка/орхидея, что говорит о том, что аккаунт больше о её личности, чем о профессионализме. Эмодзи и стикеры добавляют эмоциональный контекст в общение. Белла использует их в развлекательных постах, но избегает в серьёзных темах, подбирая эмодзи в зависимости от содержания.

В целом, аккаунт Беллы Хадид отражает её как многогранную личность, совмещающую профессионализм и стремление к самовыражению. И это только несколько из многочисленных примеров того, как современные интернет-технологии открывают возможности для яркого проявления индивидуальности и самопрезентации.

Е. А. Лещенко

КАК НЕ УПУСТИТЬ ПОКУПАТЕЛЯ, ИЛИ ЗАЧЕМ НУЖНА КАРТА ПУТИ КЛИЕНТА

В условиях современного динамичного рынка, характеризующегося высокой конкуренцией и высокой информированностью потребителей, удержание клиентов становится ключевым фактором успеха для любого

бизнеса. Привлечение новых покупателей важно, но уже не является достаточной стратегией для долгосрочного процветания. Необходимо глубокое понимание потребностей клиента на каждом этапе его взаимодействия с компанией, чтобы оптимизировать бизнес-процессы, персонализировать предложения и повысить лояльность, превращая случайных покупателей в постоянных. Именно для достижения этой цели и служит карта пути клиента (CJM- Customer journey map).

CJM – это мощный инструмент визуализации и анализа клиентского опыта. Она представляет собой отображение всех этапов взаимодействия клиента с компанией, начиная от первого контакта, который может произойти через рекламу, рекомендацию знакомых или поиск в интернете, и заканчивая послепродажным обслуживанием, включая получение обратной связи и, в идеальном случае, повторные покупки. Таким образом, CJM обеспечивает «бесшовную коммуникацию» между организацией и ее клиентами, то есть передачу информации между платформами, устройствами, приложениями или отделами организации без прерываний или потери данных. Карта детализирует каждый шаг, который предпринимает клиент, описывая его действия, мысли и эмоции на каждом этапе, что позволяет компаниям понять мотивацию, ожидания и трудности клиента, с которыми он сталкивается на пути к покупке и после нее. Выявление «болевых точек» – моментов, где клиент испытывает неудобства, разочарование или затруднения, – является одной из важнейших функций CJM. Анализ и последующее устранение «болевых точек» позволяет компаниям улучшить клиентский опыт, повысить уровень удовлетворенности укрепить лояльность. Наглядные примеры эффективности CJM можно найти в самых разных отраслях. Интернет-магазины используют карты для оптимизации процесса оформления заказа, улучшения навигации на сайте и персонализации рекомендаций товаров. Банки применяют CJM для упрощения процедуры получения кредита, повышения эффективности работы службы поддержки и предложения клиентам более удобных способов управления своими финансами.

В современных реалиях, где клиентский опыт становится одним из определяющих факторов конкурентоспособности, внедрение и активное использование карты пути клиента является необходимым условием для успешного развития любого бизнеса, стремящегося не только привлечь, но и удержать своего покупателя.

М. В. Матиевская

ДОМИНАНТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ИМИДЖА ВИДЕОБЛОГЕРА

В последние десятилетия видеоблогеры стали влиятельными фигурами в цифровом пространстве, формируя общественное мнение и тренды. Цель работы – проанализировать ключевые характеристики успешного имиджа видеоблогера и влияние социальных сетей на его формирование.

Продвижение в социальных сетях основывается на креативном маркетинге, который, помимо продаж, нацелен на создание эмоций у пользователей. Важно, чтобы контент запоминался, побуждая зрителей возвращаться за новыми видео. На имидж блогера влияют:

- Внешность: природные данные, стиль одежды и прическа.
- Стиль поведения: речь, жесты, мимика и манера общения.
- Профессиональные характеристики: наличие экспертных знаний.
- Личностные качества: нравственные ценности, интересы и хобби.
- Упоминания в СМИ: частота и контекст упоминаний влияют на репутацию.

Каждая социальная сеть фокусируется на разном контенте. Для видеоблога лучше выбирать Instagram, TikTok или YouTube, так как X (бывший Twitter) ориентирован на текстовые посты. Анализ сообщений блогеров Катю Клэп и Mr.Beast позволил выявить следующие характеристики.

Катя Клэп:

- Подписчики: YouTube - 7,21 млн, TikTok - 1 млн.
- Контент: развлекательные челленджи и влоги для аудитории 16-25 лет.
- Частота: YouTube - раз в месяц, TikTok - неактивен с 2022 года.
- Внешность: конвенционально красивая с ярким стилем.
- Стиль поведения: харизматичная, использует юмор и активную мимику.
- Упоминания в СМИ: редкие из-за низкой активности.

Mr.Beast:

- Подписчики: YouTube - 385 млн, TikTok - 115,2 млн.
- Контент: масштабные челленджи и благотворительность.
- Частота: YouTube - 1-2 раза в месяц, TikTok - 2-3 раза в неделю.
- Внешность: классически красивая.
- Стиль поведения: дружелюбный, взаимодействует с участниками и зрителями.
- Упоминания в СМИ: частые благодаря провокационному контенту и масштабным проектам, включая волонтерство.

Исследование имиджа видеоблогеров выявило ключевые характеристики успешных контент-креаторов: харизма, которая формируется благодаря частоте взаимодействия с подписчиками и уникальности контента. Эти характеристики формируют личный стиль блогера и его место в цифровом пространстве. Будущие исследования могут углубить анализ влияния культурных и социальных факторов на имидж видеоблогеров и изменения в восприятии аудитории.

К. А. Мендрик

ВИЗУАЛЬНЫЕ СРЕДСТВА СЕНСОРНОГО МАРКЕТИНГА В ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА

Современные коммуникационные стратегии всё активнее используют возможности сенсорного влияния на потребителя. Исследования показывают, что около 90% информации человек воспринимает именно через зрительный канал, что делает визуальные компоненты особенно значимыми при продвижении бренда (Долженкова В. И., 2015).

При этом сенсорный маркетинг не ограничивается только визуальными образами. Звуковое и ароматическое воздействие также играют важную роль в формировании целостного восприятия бренда. Узнаваемый джингл (как у McDonald's) или звуковой логотип (например, Netflix) усиливают запоминаемость. Запах свежеиспечённого хлеба в супермаркете или фирменный аромат в бутиках (как у Massimo Dutti) формируют устойчивые ассоциации с брендом с помощью аромамаркетинга.

Однако именно визуальные элементы остаются основой сенсорного воздействия. А. Н. Лебедев-Любимов (2002) определяет сенсорный маркетинг как способ создания устойчивых ассоциаций через мультисенсорное восприятие, где визуальные элементы играют первостепенную роль. К ним относятся фирменная айдентика (логотипы, цветовые решения, шрифты), дизайн упаковки и цифровые технологии.

Яркий пример визуального воздействия – компания Coca-Cola, чья красная цветовая гамма и динамичная лента в логотипе стали всемирно узнаваемыми символами. Как отмечает Котлер Ф. (2022), цветовая палитра бренда способна увеличивать узнаваемость, что показывает практика этого глобального бренда.

Особое значение имеет дизайн упаковки, где цветовое варьирование становится мощным коммуникационным инструментом. McDonald's использует красный и жёлтый цвета, которые, по данным исследований (М. В. Лесниченко-Роговская, 2022), стимулируют аппетит и способствуют пищеварению. И как показывает практика Nike, даже простой графический элемент ("галочка") при последовательном использовании может стать мощным определителем бренда.

С развитием цифровых технологий визуальные средства сенсорного маркетинга вышли на новый уровень. Виртуальная и дополненная реальность, используемая такими компаниями как IKEA (приложение для "примерки" мебели) или L'Oréal (виртуальные "примерки" макияжа), создают интерактивный визуальный опыт, значительно усиливающий вовлечённость потребителей.

Видеоконтент, анимированные логотипы (Google), интерактивные упаковки тоже становятся частью коммуникационной стратегии ведущих мировых брендов. Особое внимание уделяется созданию целостного визуального опыта – от упаковки продукта до интерфейса мобильного приложения.

Таким образом, визуальные, звуковые и ароматические средства служат мощным инструментом коммуникации, способным влиять на восприятие и тем самым на продвижение бренда. Их эффективность подтверждается как теоретическими исследованиями, так и практическими кейсами ведущих мировых брендов. Развитие этого направления, вероятно, будет связано с более глубокой интеграцией новых технологий и персонализацией сенсорного контента.

А. С. Рабцевич

ЖАНРОВЫЙ АСПЕКТ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ВИДЕОБЛОГЕРА

Жанровая специфика видеоблогов играет ключевую роль в формировании имиджа их авторов, помогая привлечь аудиторию и создать устойчивый образ.

Общие черты видеоблогеров включают персонифицированную подачу информации, активную мимику и жестикуляцию, а также выразительное интонирование.

Однако жанр определяет дополнительные особенности имиджа.

Персонифицированные жанры, такие как обзоры и сравнения, строятся на экспертности и эмоциональной вовлеченности. Хейтинг отличается резкостью, а комментарии – близостью к аналитическим форматам традиционных медиа. В рецензиях акцент делается на культурный анализ.

Диалоговые жанры – интервью, троллинг, опросы – формируют имидж через взаимодействие с аудиторией или гостями. Интервью могут быть дружелюбными или провокационными, троллинг – агрессивным, а опросы создают эффект близости к зрителю.

Демонстрационные жанры, включая лайфстайл, челленджи, анпакинг и летсплеи, зависят от предмета демонстрации. Они требуют личной открытости и эмоционального вовлечения, создавая ощущение непосредственного присутствия зрителя (Е.А.Баранова, 2014).

Образовательные жанры (фитнес, бьюти, кулинарные блоги, лайфхаки) предполагают демонстрацию компетентности и навыков, а профессиональные блоги укрепляют экспертный статус авторов.

Синтетические жанры, такие как скетч-шоу и новостные блоги, объединяют различные творческие форматы, требуя актерского мастерства или журналистских навыков.

Таким образом, жанровые особенности видеоблогов не просто определяют стиль контента, но и являются стратегическим инструментом формирования устойчивого имиджа в цифровой среде.

М. А. Савельева

ИГРОВЫЕ СТРАТЕГИИ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

Сегодня, в эпоху цифровых технологий, люди все чаще используют свои электронные устройства для поиска информации и общения друг с другом. Такая коммуникация представляет собой общение в интернете, не требующее контакта в реальной жизни. Такой вид общения имеет преимущества: у пользователя появляется шанс предстать перед собеседником именно таким, каким он мечтал быть всю жизнь.

Понятие «самопрезентация» определяется как умение подавать себя, привлекать к себе внимание при помощи акцентирования внимания на своих качествах, которые актуализируются на основе использования особых технологий и стратегий.

В интернете у человека открываются возможности для создания своего идеального образа, формирующего его сетевую идентичность. Поэтому публикуемый контент не всегда олицетворяет того, кто его создает. Таким образом, каждый аккаунт в интернете - это точно спланированная кампания, где люди стараются выразить свои наилучшие качества в надежде обретения популярности или поиска новых контактов.

Самопрезентацию можно рассматривать как совокупность установок, направленных на самого себя. Эти три установки можно конкретизировать следующим образом:

1) образ Я – представление индивида о самом себе;

2) самооценка – аффективная оценка этого представления, которая может обладать различной интенсивностью, поскольку конкретные черты образа Я могут вызывать более или менее сильные эмоции, связанные с их принятием или осуждением;

3) потенциальная поведенческая реакция, то есть те конкретные действия, которые могут быть вызваны образом Я и самооценкой.

Игровые стратегии самопрезентации в социальных сетях представляют собой сложный и многогранный процесс, который влияет на восприятие личности пользователей. Понимание этих стратегий может помочь в более глубоком осмыслении взаимодействия в цифровом пространстве и его влияния на индивидуальную и социальную идентичность.

Д. Д. Самофалова

ДОМИНАНТНАЯ СТРАТЕГИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ АТМОСФЕРЫ ОБЩЕСТВА В КРИЗИСНОЙ СИТУАЦИИ

15 декабря 2024 года в результате крушения двух танкеров в Керченском проливе произошло загрязнение Черноморского побережья. Помимо экологического ущерба, катастрофа вызвала широкий общественный резонанс и стала испытанием для психоэмоциональной устойчивости населения. В таких ситуациях особенно важно понимать роль эмоциональной атмосферы как инструмента снижения тревожности и паники.

При проведении анализа рассматривались модели российского профессора М. Ю. Урнова, отражающие инструменты, доминирующие в конструировании эмоциональной атмосферы. На основании этих моделей выделяются следующие коммуникативные стратегии формирования эмоциональной

атмосферы общества: стратегия формирования ощущения безопасности, солидарности и моделирования оптимизма, основная задача которых ‘создать и поддерживать «морально-психологическое единство» населения или однородную эмоциональную атмосферу общества’ (М.А. Гладко, 2023).

В проанализированных статьях доминантную роль имеет стратегия формирования ощущения безопасности. При освещении катастрофы СМИ использовали стратегию формирования ощущения безопасности, ключевой тактикой которой является тактика демонстрации защиты и контроля. В публикациях подчёркиваются действия властей: *«Восполняя нехватку* ***защитных*** *спецсредств, мы помогаем сохранить* ***здоровье*** *добровольцев и ускорить работу по* ***спасению природы*** *побережья Анапы»* (АСИ, 20.01.2025); активно используется акциональная лексика с семантикой развития *разработали*, *запустили*, реализовали: *В Чёрном море* ***запущен*** *проект „Морские экофермы“…* (Эксперт ЮГ, 16.01.2025).

Фокус внимания адресата смещается на текущие усилия: ***Намечен*** *план будущих морских экспедиций, а на побережье* ***безостановочно идут*** *очистительные работы* (1tv.ru, 06.02.2025). Использование настоящего времени и генерализованных высказываний усиливает ощущение контроля и действий: ***Всё*** *необходимое — силы, средства, техника — есть. Работы будут продолжаться и днём, и ночью* (АСИ, 13.01.2025).

Таким образом, медиадискурс направлен на формирование чувства защищённости, укрепление доверия к власти и специализированным службам, что важно в условиях кризиса. Стратегия формирования ощущения безопасности, реализуемая через позитивные образы, имеет ключевую роль в стабилизации эмоционального состояния общества.

Е. А. Свистун

ФОРМИРОВАНИЕ ПОНЯТИЯ БРЕНДА ВИДЕОИГР

Бренд - это совокупность элементов (название, визуальный стиль, ценности, репутация, эмоции), которые формируют уникальный образ продукта, компании или услуги в сознании аудитории. Это не просто логотип или название, а идентичность, которая отличает объект от конкурентов и создаёт устойчивую связь с потребителями. Проще говоря, бренд – это «личность» продукта или компании, которая живёт в головах людей и влияет на их выбор. Бренд видеоигр – это совокупность элементов, которые идентифицируют игру или серию игр, формируя её уникальность, репутацию и эмоциональную связь с аудиторией. Конструирование бренда, как отмечалось выше, не ограничивается разработкой логотипа или названия, формирование бренда видеоигры предполагает воплощение ценностей, опыт взаимодействия с игрой, ожидания, эмоции и доверие игроков.

Сила бренда, как единица его измерения, определяет долгосрочный успех игры, и выполняет ряд значимых функций: во-первых, повышение узнаваемости игры через создание у клиентов ассоциаций с ней. Потенциаль-

ные покупатели знакомятся с игрой и запоминают бренд, когда у них возникает определённая потребность, они сразу обращаются к тому, что уже им знакомо или находиться на слуху. Во-вторых, создание (укрепление) лояльности со стороны покупателей к продукту. Люди прислушиваются к тем, кто постоянно поддерживает с ними контакт, рассказывает полезные вещи, и тем, кого считают профессионалами. В-третьих, увеличение вирального охвата. Люди склонны делиться тем, что они находят полезным и качественным, что способствует увеличению вирального охвата и узнаваемости бренда, что как следствие увеличивает спрос на их продукты.

При конструировании бренда видеоигры представляется возможным выделить три основные группы лингвистических средств, на которых фокусируются игровые организации – это средства создания названия игры, определенная игровая терминология и инструменты локализации видеоигры.

Таким образом, хорошо подобранное название игры, богатая и интересная игровая терминология в совокупности с грамотным переводом, который является частью локализации, являются основными лингвистическими средствами, которые игровые компании используют для успешного конструирования бренда видеоигр. Благодаря этим средствам компании создают свою уникальную идентичность, которая отличает их продукты от конкурентов, создают устойчивую связь с потребителями, что определяет долгосрочный успех в индустрии.

Н. А. Счастная

К ВОПРОСУ О ТИПОЛОГИИ ТИМБИЛДИНГА КАК СПОСОБА ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ

Формирование эффективной корпоративной культуры является одним из ключевых факторов устойчивого развития организации. Она определяет ценностные ориентиры, нормы поведения и стили взаимодействия между сотрудниками. Однако для её укрепления недостаточно лишь декларативного обозначения миссии и принципов — необходимы действенные механизмы практического внедрения. Одним из таких механизмов выступает тимбилдинг.

Под тимбилдингом (от англ. *team building* — построение команды) понимается комплекс мероприятий, направленных на сплочение коллектива, совершенствование внутрикорпоративной коммуникации, выявление и преодоление барьеров во взаимодействии между сотрудниками, а также повышение уровня мотивации. В научной литературе отмечается, что тимбилдинг способствует идентификации неформальных лидеров, формированию чувства принадлежности к команде и закреплению корпоративных ценностей.

Существует несколько направлений тимбилдинга: бизнес-тренинги, творческие и спортивные мероприятия, корпоративные праздники, психологические практики и экстремальные активности. Каждый из видов решает

определённые задачи. Так, бизнес-тренинги обеспечивают профессиональное развитие и адаптацию сотрудников к новым условиям, а творческие форматы способствуют раскрытию потенциала и нестандартному мышлению. Спортивные и экстремальные мероприятия ориентированы на развитие доверия и устойчивости к стрессу, что особенно важно в условиях высокой конкуренции.

Применение тимбилдинга целесообразно на этапах формирования новых коллективов, проведения организационных изменений, а также при наличии признаков снижения эффективности коммуникаций или роста внутригрупового напряжения. Для повышения результативности мероприятий предварительно проводится диагностика коллектива: выявляются актуальные проблемы, определяются цели и критерии оценки эффективности. Важно также получение обратной связи после реализации программ, что позволяет корректировать подходы к командообразованию в будущем.

На современном этапе развития управленческой практики возрастает интерес к адаптивным и персонализированным формам тимбилдинга, учитывающим специфику корпоративной среды, ментальные особенности сотрудников и актуальные вызовы внешней среды. Это открывает перспективы для дальнейших исследований в области стратегического управления персоналом и организационного поведения.

М. Г. Тимофеева

UX/UI КАК ИНСТРУМЕНТ ДОВЕРИЯ БРЕНДУ

В условиях цифровой конкуренции доверие пользователя превращается в ключевой актив любого бренда. UX (User Experience) и UI (User Interface) – это не просто инструменты для создания удобных интерфейсов, а стратегические элементы, которые формируют лояльность аудитории. UX охватывает весь опыт взаимодействия – от логики навигации до скорости загрузки страницы. UI отвечает за визуальную составляющую: цвета, шрифты, анимацию. Вместе они работают как «лицо» бренда. Например, минимализм Apple через простые формы и интуитивные функции транслирует ценности инноваций и удобства.

Консистентность – основа узнаваемости. Единый стиль кнопок, иконок и тона коммуникации создает целостный образ. Например, Google с помощью Material Design объединил все свои сервисы, сделав их визуально согласованными. Нарушение этого единства (например, разные шрифты на сайте и в мобильном приложении) рождает диссонанс: клиент перестает понимать, кому и зачем доверяет. Успешные кейсы подтверждают эту связь. Airbnb увеличил конверсию на 25 %, упростив процесс бронирования до нескольких кликов. Банк Monzo внедрил функцию отображения баланса в реальном времени – это снизило тревожность пользователей, укрепив

репутацию прозрачного сервиса. Еще один важный аспект – доступность. Инклюзивные решения, такие как высокая контрастность текста или голосовое управление, показывают, что бренд заботится о всех клиентах, включая людей с ограниченными возможностями.

Инвестиции в UX/UI – это инвестиции в репутацию. Доверие, сформированное через удобство, эстетику и прозрачность, конвертируется в лояльность и прибыль. UX/UI становится мостом между компанией и клиентом, превращая случайных посетителей в постоянных адвокатов бренда. В эпоху, когда цифровое взаимодействие преобладает, такой подход – не просто тренд, а необходимость для выживания на рынке.

М. С. Турко

РЕАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ ПОДДЕРЖАНИЯ КОНТАКТА В АУДИОВИЗУАЛЬНОЙ МЕДИА-КОММУНИКАЦИИ

В последние годы исследование поликодовых текстов, особенно аудиовизуальных, становится все более актуальным. Аудиовизуальный текст, как форма медиа, подразумевает комплексное восприятие трех основных кодовых систем: вербальной, иконической и музыкальной. Эти системы объединены общей направленностью и коммуникативной целью, что делает их особенно подходящими для реализации стратегии поддержания контакта в аудиовизуальной медиа-коммуникации.

В этом контексте стратегия поддержания контакта может быть эффективно реализована через взаимодействие вербальных и иконических элементов. Вербальные компоненты передают основную информацию, в то время как иконические элементы усиливают визуальное восприятие и эмоциональную связь с аудиторией. Таким образом, анализ поликодовых текстов позволяет более полно понять механизмы, которые способствуют успешной медиа-коммуникации и поддержанию контакта с реципиентом.

Яркие примеры успешного применения поликодовости можно наблюдать в рекламе и социальных медиа, где вербальные и иконические элементы активно взаимодействуют. В рекламных роликах визуальные образы, сопровождающие текстовые сообщения, не только иллюстрируют продукт, но и создают эмоциональный контекст, который усиливает восприятие информации. Это помогает зрителям лучше запомнить ключевые идеи и формирует более глубокую связь с брендом. Аналогично, в социальных сетях, таких как Instagram, использование ярких изображений вместе с лаконичными подписями привлекает внимание и побуждает пользователей к взаимодействию, создавая интерес к представленному контенту. Например, как поликодовость проявляется в Instagram-аккаунте New Yorker Magazine. Здесь визуальный и текстовый контент создают уникальное взаимодействие с аудиторией: яркие иллюстрации и фотографии

отражают культурные и социальные темы, привлекая внимание и задавая тон обсуждаемым вопросам. Текстовые подписи добавляют контекст и глубину, акцентируя ключевые идеи и побуждая пользователей к дальнейшему чтению. Это подчеркивает, как эффективное использование различных кодов поддерживает интерес к культурным и социальным вопросам.

Таким образом, реализация стратегии поддержания контакта в аудиовизуальной медиа-коммуникации, основанная на поликодовости, представляет собой мощный инструмент для создания устойчивого диалога с аудиторией. Эффективное сочетание вербальных и иконических элементов позволяет не только передавать информацию, но и формировать эмоциональные связи, что в конечном счете способствует успешной коммуникации и вовлеченности зрителей. В условиях современного медиа-пейзажа, где конкуренция за внимание становится все более острой, понимание и использование поликодовости является ключевым элементом успешной медиа-стратегии.

А. Г. Шукало

"ИНТЕРПРЕТАЦИЯ И АДАПТАЦИЯ МЕДИАОБРАЗА В РАЗНЫХ КУЛЬТУРНЫХ КОНТЕКСТАХ"

.

В проведенном нами исследовании показано, как конкретные стратегии и тактики формирования медиаобраза отражают культурные особенности стран происхождения деловых лидеров и как они адаптируются для международной аудитории. В качестве примеров рассмотрены Илон Маск и Аркадий Добкин и их проявление согласна тому или иному компоненту медиаобраза:

1. Фрагменты реальности (биография, достижения) – Илон Маск применяет стратегию самопрезентации через демонстрацию профессиональных достижений, используя следующие тактики: активное использование Twitter (X) для анонсирования проектов Tesla и SpaceX; применение футуристических образов и технических терминов; публикация фото и видео материалов о запусках ракет. Эти тактики соответствуют американской культуре, где высоко ценятся инновационность, индивидуальный успех и публичность. Примером может служить его твит от 13 августа 2024 года с описанием миссии SpaceX. Аркадий Добкин использует другую стратегию: публикация аналитических статей в LinkedIn; дача интервью деловым СМИ; акцент на профессиональных достижениях без излишней эмоциональности. Такой подход отражает белорусскую деловую культуру, где важны скромность, профессионализм и рациональность. Яркий пример – его интервью The Bell в 2023 году о создании EPAM Systems. **2. Мировоззренческие установки и ценности –** В ценностном позиционировании Илон

Маск применяет: эмоциональные призывы к глобальным изменениям; обсуждение тем колонизации Марса; заявления о готовности решать мировые проблемы. Эти тактики соответствуют американскому нарративу о "спасении мира" и лидерстве. Например, его твит 2021 года о готовности продать акции Tesla для решения проблемы голода. Аркадий Добкин выбирает другие методы: акцент на исторической памяти; поддержка социальных проектов; упоминание о связи с родиной. Это отражает коллективистские ценности и уважение к истории, характерные для Беларуси. Пример – его участие в презентации книги о Минском гетто в 2023 году. **3. Психологические качества (харизма, эмоциональный интеллект)** – Илон Маск применяет стратегию привлечения внимания через: самоиронию; создание мемов; провокационные заявления. Эти тактики хорошо работают в американской культуре, где ценится индивидуальность и неформальность. Пример – его вирусные твиты 2024 года. Аркадий Добкин использует: сдержанную харизму, профессиональный стиль выступлений; деловой тон общения. Такой подход соответствует ожиданиям белорусской аудитории. Говоря об **адаптации**, для международной аудитории Илон Маск: локализует контент (переводы твитов); участвует в местных ивентах; сохраняет основной стиль, но добавляет местные элементы. Аркадий Добкин адаптирует свой образ через: использование LinkedIn как универсальной платформы; сохранение делового тона; учет интересов международных партнеров.

Таким образом, стратегии формирования медиаобраза Илона Маска и Аркадия Добкина глубоко укоренены в культурных нормах их стран. Маск использует провокацию и эмоциональность, что соответствует американским ценностям, тогда как Добкин придерживается сдержанного профессионализма, характерного для Беларуси. Их подходы к адаптации для международной аудитории демонстрируют важность баланса между культурной идентичностью и глобальной универсальностью в современном медиапространстве.

Л. М. Явкина

ОБЪЕКТЫ ДИСКУРСА ТОЛЕРАНТНОСТИ В АМЕРИКАНСКОЙ ПРЕССЕ

Американская пресса демонстрирует широкий спектр объектов дискурса толерантности, варьирующихся от традиционных (расовые, этнические группы, ЛГБТ сообщество), отражая эволюционирующую природу американского общества и его понимания инклюзивности.

Слово *толерантность* происходит (от латинского tolerantia – терпение) и означает отношение с пониманием к чужому мнению, поведению, чувствам, установкам, мировоззрению другого человека.

Мы можем наблюдать, как многие издания (печатные, электронные) освещают проблемы толерантности по отношению к разным группам людей. Например, газета “The New York Times” 11 апреля 2025 года написала статью о том, что Военно-воздушная академия изменила свою политику, чтобы соответствовать новому указу Трампа. Это заведение прекратило учитывать классовое разнообразие (раса, пол или этническая принадлежность) при приёме абитуриентов.

Также “The New York Times” пишет о том, что администрация Трампа обещала прекратить финансирование государственных школ, которые разрешают программы DEI (разнообразие, равенство и инклюзивность). В эти программы входят дискуссии на тему трансгендерной идентичности с учащимися, поддержка только чернокожих школьников, создание групп единомышленников одной расы и т.д.

Издание “Employment Practices Solutions” опубликовало статью о том, что Губернатор штата Мичигана Гретхен Уитмер подписала директиву, призванную помочь увеличить число мужчин, поступающих в колледж или регистрирующихся на программы профессиональной подготовки, чтобы уравнять количество образованных людей мужского и женского пола.

Проблемы гендерной идентичности также освещаются по-разному в различных газетах и журналах. Например, газета “The Washington Post” написала о выступлении адвоката Памелы Бонди. В нём говорилось о том, что Министерство юстиции подаёт в суд на штат Мэн за отказ соблюдать запрет на участие трансгендерных спортсменов в женских видах спорта.

Эти примеры иллюстрируют то, что понимание толерантности в американской прессе находится в процессе постоянной эволюции и зачастую служит платформой для выражения противоположных мнений и политических взглядов.

Круглый стол
СЛОВО В ЯЗЫКЕ И РЕЧИ

П. А. Богушевич

ОЙКОНИМЫ, ХОРОНИМЫ И КРАТОНИМЫ В СОСТАВЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ РУССКОГО И НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКОВ

Цель исследования – установить степень фразеологической активности ойконимов, кратонимов и хоронимов в русском и немецком языках.

Методом сплошной выборки из ряда лексикографических источников были получены корпусы фразеологических единиц, в состав которых входят ойконимы (названия населенных пунктов), кратонимы (наименования стран) и хоронимы (наименования административных единиц). Корпус русского языка составил 60 ФЕ, немецкого языка – 32 ФЕ.

В корпусе русских фразеологизмов обнаружены 23 ойконима (*Астрахань, Барнаул, Вавилон (вавилонский), Валдай (валдайский), Иерусалим, Калуга, Караганда, Киев, Кострома, Ленинград, Магадан, Москва, Марафон (марафонский), Нарым, Париж, Полтава, Рим, Ростов, Смоленск (смоленский), Рязань, Содом, Тамбов (тамбовский), Тула);* 3 кратонима (*Америка, Россия, Русь)* и 6 хоронимов (*Кавказ, Камчатка, Колыма, Крым, Сахалин, Сибирь).*

В немецком языке круг ойконимов представлен 11 лексемами: *Rom*, *Athen*, *Babylon*, *Basel*, *Damaskus*, *Kassel*, *Madrid*, *Nürnberg*, *Peking*, *Warschau*, *Waterloo*; кратонимы – 10 наименованиями: *Spanien*, *England*, *China*, *Polen*, *Ägypten*, *Dänemark Frankreich*, *Holland*, *Indien*, *Schweden*; хоронимы – 2 лексемами: *Böhmen*, *Kanossa*.

Рассматриваемые наименования проявляют разную степень фразеологической активности: наиболее представленным во фразеологическом фонде русского языка оказалась лексема *Москва* с очень высокой степенью ФА (23 ФЕ (34.33%)): *Кисло – аж* ***Москву*** *видать; В* ***Москве*** *всё купишь, кроме отца с матерью; В* ***Москву*** *– разгонять тоску* и др. Высокую степень ФА (5 ФЕ (7.46%)) имеет наименование *Крым*. Средняя степень активности – у лексем *Калуга, Киев, Русь, Сахалин, Содом* (по 2 ФЕ (2.99 %)) и *Колыма, Нарым* (по 3 ФЕ (4.49 %)): *Без жены дом –* ***Содом****;* ***Нарым*** *– не Крым.* Остальные наименования проявляют низкую степень ФА, поскольку отмечены только в 1 ФЕ (1.49%)), например: ***Париж*** *стоит мессы,* ***Америку*** *не откроет, И в* ***Иерусалиме*** *собаки есть*.

Среди немецких ойконимов, кратонимов и хоронимов также преобладают лексические единицы с низкой ФА (73.91%). Около 17% немецких наименований имеют среднюю степень ФА (*Englisch*, *China*, *Polen (polnische)*, *Ägypten (ägyptische)* – по 3 ФЕ). Высокую степень ФА (8.7%) проявили два наименования – *Rom*, *Spanien*, например: *In* ***Rom*** *gewesen sein*

und den Papst nicht gesehen haben – побывать в Риме и не увидеть папу римского, ***Rom*** *ist [auch] nicht an einem Tag erbaut worden* – Рим [тоже] не за один день строился, *Zustände wie im alten* ***Rom*** – условия, как в Древнем Риме, *Alle/viele Wege führen nach* ***Rom*** – все/ многие пути ведут в Рим.

М. В. Ган

ИМЕНА ИСТОРИЧЕСКИХ ЛИЧНОСТЕЙ КАК МЕТАФОРА ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕЧИ

Имена исторических личностей, используемые в политической речи, представляют собой мощный инструмент для создания метафорических образов, вызывающих у аудитории определенные ассоциации и эмоциональные отклики. Прецедентные имена – имена реально существовавших исторических фигур, получившие устойчивую культурную и политическую окраску, – занимают особое место в речи политиков.

Часто прибегал к использованию прецедентных имен для создания ярких образов российский политик В.Ф. Жириновский: *«Я – русский* ***Клинтон****. То же образование, те же манеры, тот же возраст. Я незлопамятный и очень добрый человек, я могу уже через полчаса с вами со всеми обниматься и целоваться взасос, как Брежнев, чтобы задохнулись в моих объятиях».* Прецедентное имя Клинтон в данном контексте используется для создания ассоциаций с известной личностью, которая обладает определёнными характеристиками и качествами. В данном случае, Жириновский сравнивает себя с Биллом Клинтоном, который известен своим обаянием, умением общаться с людьми и политической харизмой. Следующая метафора представляет собой гиперболизированное противопоставление имён исторических завоевателей в контексте современной внешней политики США: *«В любом случае всем надо понять, что* ***Америка – это сегодня хуже, чем Наполеон и Гитлер*** *во много раз».* Упомянутые прецедентные личности олицетворяют агрессию и разрушительные войны, что позволяет автору выразить свою точку зрения о политике современной Америки.

Из речи Д. Трампа: *У нас есть катастрофа, которую мы называем большой ложью:* ***Обамакэр. Обамакэр****…* (*We have a disaster called the big lie:* ***Obamacare. Obamacare****...*). Д. Трамп использует выражение *большая ложь* в негативном ключе, чтобы подчеркнуть, что система *Obamacare* вводит американцев в заблуждение. Использование прецедентного имени *Obamacare* образно сообщает, что реформа здравоохранения основана на ложных обещаниях и не работает так, как было заявлено.

Использование имен исторических личностей позволяет политикам обращаться к коллективной памяти общества. Политики могут использовать их для создания образа себя или своих оппонентов. Кроме того, метафоры на основе имен исторических личностей помогают упростить сложные идеи и сделать их более доступными для широкой аудитории, донести свою мысль до слушателя быстро и эффективно.

П. П. Герцева

ЛЕКСЕМЫ ИНДИЙСКОГО ПРОИСХОЖДЕНИЯ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Предметом данного исследования является количественный и качественный состав индуизмов в русском языке, их графическая и грамматическая адаптация к системе принимающего языка, а также частотность употребления индуизмов в письменных русскоязычных текстах. Материалом исследования послужили лексемы индийского происхождения, заимствованные из ряда языков индийской группы: санскрита (*карма*), хинди (*хаки*), урду (*пижама*), бенгали (бенгальского) (*асана*), отобранные из лексикографических источников русского языка**.**

Корпус индуизмов в русском языке составляют 102 лексемы. Эти наименования являются представителями 17 лексико-семантических групп, из которых наибольшее количество заимствований из индийских языков представлено в группе «Наименования философских и религиозных понятий» (37,25 % от общего числа), н-р: *Будда, Шива, дхарма, Веды.* Второе место занимают индуизмы группы «Наименования титулов и обращений» (8,82 %), н-р: *махараджа, раджа, сагиб.* Третью позицию представляет группа наименований языков и систем письменности (7,84 %) (*санскрит, хинди, пракрит, пали, деванагари)*.

Лексемы индийского происхождения прошли графическую адаптацию в русском языке, поскольку оформлены в русскоязычных текстах посредством кириллической графики. Н-р: *Кто-то любит* ***йогу****, кто-то — атлетику.* [Т. Гурова, И. Лукашов. Регулярный фитнес // «Эксперт]. Ср. योग («йога» на хинди).

Среди индуизмов присутствуют лексемы с разной степенью грамматической освоенности в русском языке. Так, в систему склонения русского языка включились лексемы *чакра, йог, аюрведа, мантра, нирвана, пижама, сутра*: *Женщина заговорила про открытую* ***чакру*** *ее сына, про то, что у обычных людей аура белая, а у ее сына синего цвета.* [А. Б. Сальников. Петровы в гриппе и вокруг него // «Волга», 2016]. Другие функционируют как несклоняемые: *гуру, сари, бинди, хаки.* При грамматической адаптации слов индийского происхождения в русском языке также встает вопрос о присвоении рода существительным. В языке хинди различают только 2 рода: мужской и женский, и, например, наименование *бунгало* в хинди относится к словам мужского рода, а в русском языке оно используется как несклоняемое существительное среднего рода.

Анализ данных Основного подкорпуса Национального корпуса русского языка показал, что наибольшую частотность употребления среди индуизмов демонстрируют такие слова, как *сахар* (5250 документов), *веранда* (1352), *джунгли* (862), *Будда* (692), *пижама* (602) и *шаман* (509).

Я. А. Городкова

СПЕЦИФИЧЕСКИЕ СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ПРИЁМЫ ЮРИДИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ НА РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Юридические тексты обладают функцией воздействия, осуществление которой достигается разнообразными грамматическими и лексическими средствами.

На грамматическом уровне одной из ключевых стилистических особенностей юридических текстов на английском языке является широкое использование пассивных конструкций. Такой приём обеспечивает предложению безличность и объективность. Например: *It is established by the court* ‘это устанавливается судом’

Безличность и отстранённость в русских текстах достигается с использованием конструкций в страдательном залоге: «направлен», «допускается».

Многие англоязычные правовые тексты обладают сложной синтаксической структурой с множеством придаточных предложений. Части сложных предложений объединены пунктуационным знаком запятой или точкой с запятой.

В русскоязычных юридических текстах используются простые предложения, осложненные причастным оборотом, и сложносочиненные предложения, где союзы передают разные смысловые отношения (соединительные: *также, тоже*; разделительные: *или, либо*).

На лексическим уровне русскоязычные тексты отличаются использованием лексических повторов, которые выражаются через регулярные повторения клише в языке права: *в соответствии с…, на основании вышеизложенного, в силу положений*.

Существуют значительные различия в сопоставляемых языках в употреблении модальности. В английских юридических текстах широко используются модальные глаголы: *shall*, *may*, *must*. В русском языке модальность чаще выражается лексическими средствами – *обязан, вправе, необходимо*.

В английском юридическом языке сохраняется значительное количество архаизмов, заимствований из латыни и старофранцузского: *whereas* ‘поскольку’, *hereinafter* ‘в дальнейшем’. В русском правовом языке используются выражения латинского происхождения, такие как *de jure* ‘юридически’, *de facto* ‘фактически’.

В русском языке права присутствует множество устоявшихся канцеляризмов, которые относятся к разряду штампов – устойчивых выражений (Суд первой инстанции не мог по собственной инициативе произвести снижение размера неустойки**.** В таком случае имеют место разовые сделки купли-продажи).

А. В. Дейко

ЖАНРЫ ОБЩЕНИЯ В ИГРОВОМ ДИСКУРСЕ

Диалог играет важную роль в нашей жизни. Он является основой коммуникации и установления контакта между людьми как в реальной жизни, так и в виртуальной. Диалог позволяет погрузиться в игровой процесс путем частичной или полной симуляции реальности.

В качестве материала для исследования были использованы диалоги 4 персонажей игры “Stardew Valley”. Взаимодействие игрока с неигровыми персонажами осуществляется посредством инициирования диалога, в котором вопрос или фраза игрока часто не эксплицируются, но контекстуально реконструируется на основе ответной реплики. В процессе исследования классификация диалога по Н. Д. Арутюновой была интерпретирована в соответствии с игровой спецификой.

В ходе исследования было проанализировано 156 единиц. Самой распространенной группой являются праздноречивые жанры – 51,9 %, из которых 61,7 % составляет эмоциональный диалог: *Dad's coming back soon! I hope he brings me some toys;* 27,2 % – интеллектуальный: *I'm reading a book about a sailor who washes up on a deserted island. I wonder what I would do in that sort of a situation?*; 7,4 % – артистический: *Why try? Life's just a roll of the dice. When they rolled mine, the dice fell off the table*; 3,7 % – смешанный: *I've been reading a book about the ocean. It accounts for most of the area of the world, and yet we hardly know anything about it!*

Второй по показателям группой является смешанный тип – 30.1 %: *Wow, a birthday present! I love it!* Можно сказать, что в данном примере совмещены прескриптивный диалог, диалог-унисон и эмоциональный диалог.

Следующей по количеству единиц является группа диалогов, имеющих целью установление или регулирование межличностных отношений. Всего 12,8 %, из которых 65 % – диалог-унисон: *Thanks for fixing the community center back up. I guess you're kind of a town hero*; 35 % – диалог-диссонанс: *Well it's definitely unique... how did you get it so rubbery?*

4,5 % отводится прескриптивному жанру. Например, отказ персонажа от предложения игрока потанцевать на празднике при низком уровне дружбы.

Самой малочисленной группой является информативный диалог – 0,7 %: *Oh...Are you looking for Aunt Marnie?*

Большое количество диалогов праздноречивых жанров обосновано повседневным характером игры, однако стоит отметить, что результаты зависят также от личностных особенностей персонажей, так как процентное соотношение их реплик в каждом из жанров разное. Исследование показывает важность диалогов не только как источника информации, но и как инструмента погружения в игровой процесс.

Д. П. Дьячков

КОННОТАЦИИ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ *СОБАКА* В РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И КИТАЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Фразеологизмы заключают в себе знания человека о мире, определяют национальное лицо языковой картины мира.

В работе проанализированы фразеологизмы с опорным компонентом *собака* и выявлен их оценочный потенциал. Материалом исследования послужили 40 фразеологизмов в русском языке, 72 в английском языке, 34 в китайском языке (всего 146 фразеологизмов).

На основе анализа были выделены три группы фразеологизмов.

1) Фразеологизмы с отрицательной оценкой (95 ед.). Фразеологические единицы данной группы чаще всего выражают признаки, ассоциирующиеся с негативными характеристиками человека: С*обака на сене* ‘сам не пользуется и другим не дает’, *Жить как собаки* ‘постоянно ссориться, жить в бедности’; *Dog’s dinner* ‘презренный, ничтожный человек’, *A dead dog* ‘бесполезная вещь, человек от которого нет никакой пользы’; ***.狗咬吕洞宾*** **gǒu yǎo Lǚ Dòngbīn (‘Собака кусает Люй Дунбиня’) – ‘неблагодарность’,** ***丧家之狗*** **sàng jiā zhī gǒu (‘Собака, потерявшая дом’) – ‘жалкий бесприютный человек’.**

2) Фразеологизмы с нейтральной оценкой (26 ед.). Такие ФЕ часто отражают закономерности и связи различных событий: *Собака лает, ветер носит* ‘не стоит обращать внимание на ругань, сплетни, слухи’, *Вот где собака зарыта* ‘указание на подлинную причину происходящего’; . *吠犬不咬人* fèi quǎn bù yǎo rén (‘Лающие собаки не кусаются, кусачие собаки не лают’) — ‘громкие угрозы часто не предвещают никакой опасности’, *鸡犬升天* jī quǎn shēng tiān (‘даже куры и собаки возносятся в небо’) — ‘человек получает высокую должность и всё его окружение поднимается по служебной лестнице вместе с ним’;

3) Фразеологизмы с положительной оценкой (25 ед.). Фразеологические единицы данной группы выражают признаки, ассоциирующиеся с положительными характеристиками человека или событиями, имеющими положительную окраску: *Собаку съел* ‘очень хорош в чем-либо’; *A clever dog* ‘умница, ловкий малый’; ***狗不嫌家贫*** **gǒu bù xián jiā pín (‘собака не презирает бедного хозяина’) –** ‘преданность и верность даже в трудных обстоятельствах’.

На основании проведенного анализа можно утверждать, что фразеологические единицы во всех трех языках носят оценочный характер с преобладанием отрицательных коннотаций. В английском и русском языках, это связано с акцентом на страданиях животного (*die like a dog, собачья жизнь*) или уничижительных сравнениях (*собачий холод*). В китайском языке это объясняется традиционным восприятием собаки как животного низкого ранга.

Д. И. Завитаева

СЕМАНТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ НАИМЕНОВАНИЙ ГРАФИЧЕСКИХ ЗНАКОВ В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ

Цель исследования – установить, какие наименования букв и знаков препинания в немецком языке приобрели переносные значения и какие из рассматриваемых лексем стали компонентами фразеологических единиц. Учитывались как видовые, так и родовые наименования (например, слова *das Buchstabe* (буква) и *das Delta* (название буквы *дельта)*).

Материал для исследования отбирался из Толкового словаря немецкого языка: Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache (DWDS.DE). Корпус исследуемых единиц составили 20 однословных наименований графических знаков: 9 названий букв и их совокупностей (*das Buchstabe* (буква), *das Alphabet/ABC* (алфавит), *das Delta, A, das Alpha α, das Omega Ω, F, B, O*) и 11 названий знаков препинания: *das Bindestrich* (дефис), *der Punkt* (точка), *das Komma* (запятая), *das Semikolon* (точка с запятой), *der Auslassungspunkt/ der Drehpunkt* (многоточие), *das Doppelpunkt* (двоеточие), *die Anführungszeichen* (кавычки), *das Fragezeichen* (вопросительный знак), *das Ausrufezeichen* (восклицательный знак), *der Gedankenstrich* (тире), *die Klammern* (скобки). Анализ лексикографических толкований показал следующее:

Выступают только в одном лексико-семантическом варианте 7 наименований графических знаков (35% от общего числа рассматриваемых лексем): *das Doppelpunkt*, *das Bindestrich*, *die Anführungszeichen*, *das Semikolon*, *der Gedankenstrich*, *die Klammern*, *der Auslassungspunkt/ der Drehpunkt*.

Одна лексема стала базой для метафорического переноса, при этом у слова сформировалось новое значение: *Das Delta* «4-я буква греческого алфавита» и «устье реки в виде Δ».

50% рассматриваемых наименований включаются в состав фразеологических (в том числе и паремиологических) единиц: *das Buchstabe*; *A, das a; das Alphabet/ABC*, *das Komma*, *der Punkt*, *das Alpha α*, *das Omega Ω*; *F, das f; das Fragezeichen*, *das Ausrufezeichen*. Наиболее высокий семантический потенциал – у лексем *das Buchstabe* и *der Punkt* , каждая из которых входит в состав 4 устойчивых сочетаний, например: *auf den Punkt bringen* «обобщать, сформулировать», *auf den Punkt kommen* «определить проблему, обсудить», *der Punkt auf dem i* «расставить все точки над и», *toter Punkt* «мёртвая точка (тупиковая ситуация)».

Лексические единицы *das O* и *das B* используют свой потенциал в двух направлениях: приобретают новые значения и участвуют в образовании фразеологических единиц, например: *O, das O* 1. пятнадцатая буква алфавита. 2. *das A und O* – син. От альфы до омеги. 3. *O-Bein* – кривые ноги в виде буквы О (*er hat O-Beine*); *O-förmig* – округлое отверстие (*eine o-förmige Öffnung*).

К. В. Казаченко

ВЕРБАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПТА «良心» («СОВЕСТЬ») В КИТАЙСКОЙ ФРАЗЕОЛОГИИ

Цель настоящего исследования заключается в выявлении особенностей вербализации концепта «良心» («совесть») в китайской фразеологии. Концепт «良心» занимает важное место в китайской языковой картине мира, отражая глубинные этические и моральные представления китайской культуры.

Семантический анализ 70 ФЕ с компонентом «良心», извлеченных из Национального корпуса китайского языка, позволил выявить следующие их группы: 1) ФЕ, содержащие понятие «обман»: 瞒心昧己 (mán xīn mèi jǐ) – ‘обманывать сердце, предавать себя’; 欺天诳地 (qī tiān kuáng dì) – ‘совершать преступление против неба и губить землю (мошенничать)’. Эти фразеологизмы отражают конфуцианскую идею о том, что человек должен быть честен не только перед людьми, но и перед мирозданием; 2) ФЕ, выражающие значение потери совести: 丧尽天良 (sàng jìn tiān liáng) – ‘потерявший всякую совесть’; 昧己瞒心 (mèi jǐ mán xīn) – ‘не осознавать себя и скрывать свое сердце’. Данные выражения показывают, что утрата совести в китайской культуре приравнивается к моральной деградации; 3) ФЕ со значением ‘бессовестный’: 狼心狗肺 (láng xīn gǒu fèi) – ‘волчье сердце и собачьи лёгкие’ (‘бессовестный’). Встречающиеся во фразеологизмах зоонимы (волк, собака) отражают китайскую традицию ассоциировать аморальность с животными инстинктами; 4) ФЕ со значением ‘чистая совесть’: 问心无愧 (wèn xīn wú kuì) – ‘спросить сердце – нет стыда’; 心安理得 (xīn ān lǐ dé) – ‘спокойное сердце и ясный разум’. Доминирование данной группы отражает синтез конфуцианских (самосовершенствование, гармония), даосских (врождённая добродетель) и буддийских (изначальная чистота) традиций; 5) фразеологизмы, связанные с гражданской и общественной совестью: 廉洁奉公 (lián jié fèng gōng) – ‘честный и преданный службе’; 忧国忧民 (yōu guó yōu mín) – ‘беспокоиться о стране и народе’ (патриотическая совесть). Эти выражения отражают конфуцианский идеал «благородного мужа» (君子), который ставит долг перед обществом выше личных интересов. Совесть здесь не только личное, но и социальное понятие; 6) ФЕ о совестливом отношении к труду: 死而后已 (sǐ ér hòu yǐ) – ‘работать до самой смерти’ (отдаваться делу полностью); 克己奉公 (kè jǐ fèng gōng) – ‘сдерживать себя и служить обществу’ (целиком посвящать себя общему делу). В китайской культуре труд – это моральный долг, а работа на совесть – признак добродетели.

П. В. Логвин

СПЕЦИФИКА ВТОРИЧНОЙ НОМИНАЦИИ НА БАЗЕ НАИМЕНОВАНИЙ ОДЕЖДЫ В РУССКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ

Цель исследования – выявить, какие наименования из лексико-семантической группы «Одежда» выступают базой для развития новых значений и установить особенности такой вторичной номинации в русском и немецком языках.

По лексикографическим источникам установлены корпусы наименований-полисемантов в ЛСГ «Одежда», куда вошли наименования деталей одежды: *рукав, козырёк, карман, манжета; die Halskrause, der Fingerling, der Kragen* и др.*;* наименования плечевой одежды: *жилет*, *майка*, *рубашка; das Kleid, das Hemd, der Blaser, der Habit* и др.; наименования поясной одежды: *штаны, юбка; der Beinling, die Hose, der Rock* и др.; наименования нательного белья: *гольф; die Mieder;* наименования верхней одежды: *пончо*, *шуба; der Caban, die Feldbinder, der Mantel, die Kutte* и др.; наименования головных уборов: *шляпа, шапка*; *der Eisenhut, der Helm, der Kolpak, der Hut* и др.; наименования чулочно-носочных изделий: *чулки, гольфы;* наименования перчаточных изделий: *перчатки;* наименования обуви: *каблук, валенок, сапог; der Bundschuh, der Galoschen, der Holzschuh, der Mokossine, die Overknie;* наименования народной одежды: *сарафан, туника, пончо;* наименования аксессуаров: *die Krawatte, der Gürtel, der Obi*. Корпус многозначных наименований в русском языке представлен 25 ЛЕ, в немецком – 45 ЛЕ.

Наименования-полисеманты имеют разный семантический объем: от 2 лексико-семантических вариантов (у 50% слов от общего числа как в русском, так и в немецком языках) до 6 ЛСВ в русском языке (*рубашка*) и до 8 в немецком (*das Mantel*). У полисемных наименований вторичные значения образованы путем различных семантических процессов: **расширением** ЛЗ слова (н-р, слово *пончо* первоначально «плащ из прямоугольного куска ткани с отверстием в середине для головы, носимый индейцами Центральной и Южной Америки», а затем «любая сшитая или вязаная накидка такого фасона»; *Der Holzschuh «*деревянная обувь, которую раньше часто носили крестьяне», сейчас это «любая обувь с деревянной подошвой»); **сужением** ЛЗ слова (н-р, слово *платье* изначально – родовое наименование «одежда, носимая поверх нательного белья», затем стало применяться как видовое «женская одежда»; то же для немецкого *das Kleid*)*;* путем **метафорического** переноса (н-р, *волан* 1. Деталь женской одежды – оборка из лёгкой ткани или кружева. 2. Шарик с оперением или широким волнистым ободком для игры в бадминтон; *die Airitte* 1. Украшение для волос или шляпы в виде пучка перьев, собранного в кольцо из драгоценного металла. 2. Элемент фейерверков букетообразной формы); путем **метонимического** переноса (н-р, *юбка* 1.

Женская одежда, облегающая фигуру от талии книзу. 2. *пренебр*. О женщине как предмете ухаживания, увлечения мужчин. *Побежит за первой встречной юбкой*).

П. А. Макарова

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ФЛОРИСТИЧЕСКИМ КОМПОНЕНТОМ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ: СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Материалом для исследования послужили 143 фразеологизма русского языка с флористическим компонентом, извлеченных методом сплошной выборки из фразеологических словарей русского языка.

По данным проведенного исследования можно сделать вывод о том, что для русского языка характерно превалирование фразеологических единиц в форме словосочетаний (65% выборки). Доминирующими в русском языке являются фразеологические единицы, образованные по моделям: «имя прилагательное + имя существительное» (*божий одуванчик*); «глагол + имя существительное» (*разводить бобы*); «имя существительное + имя существительное» (*яблоко раздора*). Фразеологизмы в форме предложения составляют 35 % от общего количества проанализированных единиц и в большинстве своем представлены простыми двусоставными полными предложениями (*Черти горох молотили на лице*).

С семантической точки зрения все исследованные фразеологизмы с флористическим компонентом можно разделить на следующие группы, содержащие: признаковый характер (*одного поля ягода* – ‘схожие друг с другом люди’), предметный характер (*земляное яблоко* – ‘картофель’), процессуальный характер (*почивать на лаврах* – ‘пользоваться плодами своего успеха’).

При исследовании частотности флористических компонентов по данным выборки все фразеологические единицы условно можно разделить на четыре группы – фразеологизмы с флористическими компонентами, обозначающими: 1) овощи; 2) деревья и их листву; 3) плоды деревьев; 4) обозначающими цветы, травы и ягоды.

Наибольшую репрезентативность среди всех фразеологизмов по данным выборки проявили фразеологизмы с компонентами *горох* (*плести горохом* – ‘фантазировать’, *считать горох* – ‘быть старым’), *орех* (*расколоть орех* – ‘выпить спиртного’, *чернильный орех* – ‘бюрократ’), *дуб* (*вводить в дуб* – ‘заставлять кого-либо сердиться’, *за три дуба* – ‘далеко’), *цветок* (*цветок асфальта* – ‘городской ребенок’, *голубой цветок* – ‘несбыточная мечта’), *трава* (*китайская трава* – ‘чай’, *порасти травой забвения* – ‘забыться’).

В. А. Марченко

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С ОПОРНОЙ ЛЕКСЕМОЙ «ГОД» В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

Время является универсальной категорией человеческого бытия. Манифестантом времени в языке выступает темпоральная лексика. К ней относятся слова со значением времени, а также слова, связанные с его осмыслением, измерением и свойствами.

В основе данного исследования – пять русских фразеологизмов с опорной лексемой *год* и их репрезентации в английском языке, а также пять английских фразеологизмов с опорной лексемой *year* и их репрезентации в русском языке.

В ходе анализа были выявлены различия словарных значений слов *год* (рус.)*, age* и *year* (англ.). В сочетании с порядковыми числительными *год* означает промежуток времени в пределах десятилетия; *year* может означать период времени, отличный от календарного года; *age* может означать конкретное время жизни. Также присутствуют различия в образуемых этими лексемами синонимических рядах. Эти различия находят свое отражение в переводе фразеологических единиц: *в годах, в летах – is getting on in years*, *x is advanced in years*, *x is no youngster*; *без году неделя – (only) a very short time, next to no time, just a brief while.* Репрезентация некоторых русских фразеологизмов в английском языке может и вовсе не включать в себя темпоральной лексики: *обещанного три года ждут – between promising and performing a man may marry his daughter, promises are made / meant to be broken, promises demand patience*.

Среди десяти выбранных для анализа фразеологизмов четыре имеют значение старости, один – молодости, два – несвоевременности, два – давности, один – недавности. В ходе анализа этимологической составляющей были выявлены фразеологизмы, для понимания которых необходим исторический контекст: *in the year dot – очень давно*; *dog's years – целая вечность*, что также отражается на переводе (отсутствует соответствующий исторический контекст). В ходе анализа семантической составляющей были выявлены различия в коннотациях: *dog's years* (нейтральная) – *целая вечность* (чаще негативная); *обещанного три года ждут* (негативная) – *promises are made / meant to be broken* (ярко негативная), *promises demand patience* (акцент на терпении); *годы вышли* (ярко негативная, ностальгическая) – *x is past / has passed the age limit / the cutoff age*, *x is overage / too old (for sth.)* (нейтральная, негативная).

Таким образом, наблюдаются различия в переводе темпоральной лексики и в образовании синонимических рядов лексемы *год* в русском и английском языках, различия в коннотациях фразеологизмов, в их этимологической составляющей: наблюдаются фразеологизмы, происхождение которых связано со схожими явлениями и представлениями: *(one's) autumn years – осенние годы*, и такие, которые значительно различаются: *dog's years – целая вечность*.

Я. А. Резниченко

ОБОЗНАЧЕНИЕ СОЦИАЛЬНЫХ ФУНКЦИЙ ПЕРСОНАЖЕЙ В РОМАНЕ М. БУЛГАКОВА «МАСТЕР И МАРГАРИТА» ИХ ПЕРЕВОД НА АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Социальная роль представляет собой набор ожиданий, связанных с поведением индивида, занимающего определённое положение в обществе. Эти роли могут быть профессиональными (*учитель*), статусными (*чиновник*), идеологически окрашенными (*пролетарий*) или бытовыми (*домработница*). В литературе обозначение социальной роли часто используется для типизации персонажа, отражая его место в социальной иерархии и позволяя автору выражать мнения о культурном или политическом контексте.

Целью данного исследования является анализ передачи социальных ролей персонажей романа Булгакова в трёх основных переводах на английский язык: Майкла Гленни, Ричарда Пивера и Лариссы Волохонской, а также Хью Аплина.

В качестве материала анализа используются реплики, ремарки и описания персонажей в романе «Мастер и Маргарита», содержащие указание на социальную, профессиональную или статусную принадлежность героев.

В ходе исследования было отобрано 23 номинации представителей московской литературной и чиновничьей среды (*редактор, поэт, директор, председатель и т.д*), а также 46 номинаций представителей так называемого «бытового слоя» (*дворники, домработницы, швейцары, официанты, медработники*).

Среди трудностей, с которыми столкнулись переводчики, можно выделить непереводимую культурную специфику (*Массолит – Massolit*), передачу иронии и сатирического подтекста (*Проклятый переводчик – That snake of an interpreter,* стилистические особенности (*беллетрист* переводится как *belletrist, essayist*).

В романе встречались непереводимые единицы: к*улачок – kulak*; условно переводимые (*безумный преступник – a criminal lunatic*) и эквивалентные единицы (*поэт – a poet, доктор – a doctor*).

Из проведённого анализа следует, что каждый из переводчиков вносит свою интерпретацию в передачу социальных ролей персонажей «Мастера и Маргариты». Различия в переводах демонстрируют, что язык и культурный контекст могут влиять на восприятие текста. Несмотря на различные подходы, в переводах сохраняются основные значения и функции социальных ролей героев передаются адекватно, хотя иногда отмечается утрата смысловых оттенков, связанных с историческим контекстом.

Е. С. Степура

СПОСОБЫ И МЕХАНИЗМЫ АДАПТАЦИИ ИСПАНИЗМОВ В РУССКОМ ЯЗЫКЕ

Испанизмы – это заимствованные из испанского языка слова, попавшие в русский через дипломатические, торговые и культурные контакты, а также благодаря литературе. Они адаптировались различными способами, включая фонетические и семантические модификации. Так, в романе Исабель Альенде ‘Дом духов’ выявлено 90 испанизмов, охватывающих названия одежды, еды, географических объектов и имена известных личностей.

Строгая транслитерация — самый распространённый способ перевода, при котором каждый знак исходного текста заменяется одним знаком другой письменности, как в словах *mistela* ‘мистела’ и *junta* ‘хунта’.

Некоторые слова передаются через ослабленную транслитерацию, заменяя знаки исходного текста сочетаниями других букв. К ним относятся слова с дифтонгами *ai, ei, oi, au, eu*, где в испанском один компонент слабый, а другой сильный, но в русском оба произносятся как сильные. Примеры: *cumbia* ‘кумбия’, *zarzuela* ‘сарсуэла’, *patio* ‘патио’.

Слова *jerez* ‘херес’ и *bolero* ‘болеро’ демонстрируют фонетическую адаптацию, при которой ударение смещается. В русском языке ‘херес’ произносится с ударением на первом слоге, а ‘болеро’— на последнем, что отличается от испанского произношения. В слове conquistador ‘конкистадор’ в русском языке закреплены оба ударения: конкистадóр и конкистáдор.

Некоторые испанские слова адаптированы в русском языке посредством апокопирования, то есть сокращения последних звуков или слогов, как в *alcalde* ‘алькальд’, *tabaco* ‘табак’. Также происходят графические изменения, например, передача сочетания ‘к’ и ‘и’ через три графемы *qui*: *Reconquista* ‘Реконкиста’, *mosquito* ‘москит’.

Испанские сочетания *ll* и *ñ* передаются в русском языке мягкими согласными [л'] и [н'], как в *manzanilla* ‘мансанилья’ и *señor* ‘сеньор’. В словах *azar* ‘азарт’ и *llama* ‘лама’ наблюдаются процессы добавления или выпадения звуков. Некоторые испанизмы изменили коннотации, например, лексема *азарт* приобрела эмоциональную окраску, *конкистадор* ассоциируется с испанской историей, а *альпаргатас* – с модой.

Испанизмы в русском языке подвергаются лингвистическим и смысловым трансформациям, при которых большинство слов претерпевают минимальные изменения, а модификации ударения, явления парагога и апокопирование отразили естественную адаптацию языка к заимствованиям.

В. А. Федосенко

ФРАЗЕОЛОГИЗМЫ С НАИМЕНОВАНИЕМ ФРУКТОВ И ЯГОД В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ: СЕМАНТИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Фразеологизмы с наименованиями фруктов и ягод занимают особое место благодаря своей символической насыщенности, метафорической значимости и культурно-историческим коннотациям. Эти выражения не только делают нашу речь образной, но и выполняют функцию передачи культурных ценностей, закрепленных в языке.

Настоящее исследование посвящено семантическому анализу фразеологизмов с наименованиями фруктов и ягод в английском языке. В результате анализа корпуса из 62 фразеологических единиц было выявлено 27 устойчивых сочетаний с признаковой семантикой (*apple-pie order* – ‘идеальный порядок’; *as red as a cherry* – ‘красный как вишня’), 23 случая с процессуальной семантикой (*to go bananas* – ‘прийти в ярость, выйти из себя’; *polish the apple* – ‘подхалимничать, подмазываться’) и 12 случаев с предметной семантикой (*the apple of your eye* – ‘зеница ока/услада для глаз’; *a rotten apple* – ‘гнилое яблоко’).

Анализ фразеологизмов показал, что устойчивые сочетания с наименованием фруктов встречаются значительно чаще, чем ФЕ с наименованием ягод. Из общего количества фразеологизмов 49 примеров содержат название фруктов, тогда как только 13 примеров связаны с ягодами.

Анализ репрезентативности фразеологических единиц с наименованиями фруктов и ягод в английском языке выявил их разнообразие и символическую значимость. Наиболее частотными оказались компоненты *apple* и *banana в составе ФЕ, например, apple of your eye* – ‘зеница ока/услада моих глаз’; *go bananas* – ‘выйти из себя, прийти в ярость’. Менее популярными оказались компоненты *peach, lemon, cherry*, *fig*, *gooseberry, plum, melon, pear* и *orange*, например, *as pretty as a peach* – ‘загляденье, очень красивый, миловидный’; *buy a lemon* – ‘купить кота в мешке / купить что-то, что оказалось несправным или плохого качества’; *cherry on top* – ‘вишенка на торте’; *not worth a fig* – ‘не стоить ни гроша’; *to play gooseberry* – ‘оказаться третьим лишним’.

Наименьшую частотность проявили единицы *raspberry*, *blackberry*, *huckleberry*, *strawberry*, *pineapple*, *lime* и *grape,* например, *to blow a raspberry* – ‘наплевать, выразить свое пренебрежение’; *as plenty as blackberries* – ‘хоть пруд пруди, в изобилии’; *to be a huckleberry above the persimmon* – ‘быть лучшим среди подобных’; *like giving a donkey strawberries* – ‘совершать бессмысленные, бесполезные действия’.

П. Е. Чукова

МЕТЕОРОНИМЫ В СОСТАВЕ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

Целью исследования было выявление фразеологической активности наименований атмосферных явлений (метеоронимов) в английском языке.

Основными источниками фактического материала были “Англо-русский фразеологический словарь” А. В. Кунина и Оксфордский идиоматический словарь. Корпус фразеологизмов английского языка, в состав которых входят метеоронимы, составил 175 единиц. Отметим, что термин *фразеологическая единица* взят в данном исследовании широко, т.е. в круг рассматриваемых включаются не только устойчивые сочетания слов, но и паремиологические единицы (пословицы и поговорки).

Было установлено, что в анализируемых английских ФЕ используется 21 лексическая единица, обозначающая природные явления: *air, cloud, dawn, dust, fog, freeze, frost, ice, lightning, mist, rain, smoke, snow, storm, sun, sunshine, thaw, thunder, weather, whirlwind, wind***.**

Среди исследуемых метеоронимов представлены наименования таких метеорологических групп, как гидрометеоры (*rain, snow, ice, fog, cloud, mist*), литометеоры (*dust, wind, storm, whirlwind, smoke*), оптические явления (*dawn*), электрические явления (*lightning*) и неклассифицированные явления (*thaw, thunder, freeze, frost, sun, sunshine, weather, air*). Наиболее частотными являются ФЕ, в состав которых входят неклассифицированные явления (8 ЛЕ – 38,1%) и гидрометеоры (6 ЛЕ – 28,57%). Также распространены ФЕ с литометеоронимическим (5 ЛЕ – 23,81%) компонентом. Фразеологические единицы с конвективными явлениями в английском языке не встречаются.

Установлено, что среди английских фразеологических единиц наиболее частотными являются ФЕ с наименованием *wind* ‘ветер’ (48 ФЕ – 27,43%): *Raise the* ***wind*** «раздобыть денег», *be/go down the* ***wind*** «быть в упадке», *whistle for a* ***wind*** «ждать удобного случая», на втором месте находятся ФЕ с наименованиями *sun* ‘солнце’ (21 ФЕ – 12%): *go round the* ***sun*** *to meet the moon* «делать крюк», *the morning* ***sun*** *never lasts a day* «ничего не вечно», *rise with the* ***sun*** «вставать ни свет ни заря», на третьем месте – ФЕ с наименованием *air* ‘воздух’ (20 ФЕ – 11,43%): *clear the* ***air*** «разрядить атмосферу», *come up for* ***air*** «отдохнуть». Наименее частотными являются фразеологизмы с метеоронимами *dawn* ‘заря’, *dust* ‘пыль’, *freeze* ‘мороз’, *mist* ‘туман’, *snow* ‘снег’, *thaw* ‘оттепель’ (по 1 ФЕ – 0,57%).

Круглый стол.
ПЕРЕВОДГОТОВКА ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ

Д. А. Бильдюкевич

ТИПОЛОГИЯ ОШИБОК НЕЙРОННОГО МАШИННОГО ПЕРЕВОДА (на материале статей о машиностроении из журнала «Mechanical Engineering Magazine»)

Машинный перевод – это технология автоматического перевода текста с одного языка на другой, приобретающая все большее значение в современном мире. Заметный скачок в развитии машинного перевода произошел благодаря внедрению нейронных сетей, которые широко применяются в современных системах автоматического перевода.

Тем не менее, несмотря на очевидные преимущества, машинный перевод порождает ряд этических и профессиональных проблем. В частности, остро встает вопрос о точности передачи узкоспециализированной терминологии. Терминология данной отрасли включает в себя уникальные термины и часто используется в виде аббревиатур, затрудняющих точный перевод.

В рамках проведенного исследования нами выделены пять основных групп ошибок, характерных для нейросетевого перевода технической терминологии:

1) ошибки в выборе термина в языке перевода, возникающие в результате замены узкоспециализированного термина на более общий с точки зрения профессионального контекста, что искажает смысл оригинала;

2) ошибки, вызванные неоднозначностью, т. е. выбор некорректного варианта перевода многозначного термина без учета контекста;

3) опущение терминов, при котором из перевода исчезают значимые технические единицы или конструкции;

4) лексическое калькирование – передача терминов с сохранением их формы и структуры на исходном языке без учета существующих эквивалентов в языке перевода, что может привести к нарушению норм употребления профессиональной терминологии.

5) ошибки в передаче аббревиатур, вызванные неточным или слишком буквальным переводом аббревиатур без учета их отраслевой специфики и принятых переводческих стандартов.

Таким образом, несмотря на высокий уровень развития современных переводческих технологий, нейросетевые системы все еще недостаточно надежны при работе с узкоспециализированными техническими текстами, что требуют профессионального контроля и постредактуры, особенно в случаях, когда точность передачи терминологии критически важна.

М. Д. Бородич

ВЛИЯНИЕ АНГЛИЦИЗМОВ НА РАЗВИТИЕ ФРАНКО-КАНАДСКОГО ДИСКУРСА МОДЫ

Изучение дискурса моды позволяет понять, как язык *haute-couture* отражает современные социальные и культурные тенденции. Особое внимание заслуживает использование заимствований, т. к. они становятся важной частью профессиональной коммуникации в сфере моды.

Согласно классификации французского лингвиста Кристиана Лубьера, заимствования делятся на полные, гибридные, ложные и синтаксические.

В процессе анализа публикаций франко-канадских изданий о моде выявлено, что полные заимствования составили 76,07 %. Столь высокая доля свидетельствует о глубокой интеграции англицизмов в повседневный дискурс моды под влиянием языкового большинства Канады. Примером служат такие слова, как *streetwear* ‘уличный стиль одежды’, *make-up* ‘макияж’, которые активно используются во франкоязычных текстах о моде без перевода.

Гибридные заимствования составили 16,56 % и представлены сочетанием англоязычных элементов с французскими суффиксами и артиклями, что позволяет им органично функционировать в рамках местной языковой системы, например, *shoppeur* ‘мужчина-покупатель’, *jogginer* ‘заниматься бегом’.

Ложные заимствования встречались значительно реже (4,91 %), однако представляют особый интерес, поскольку создают ошибочные аналогии между языками и могут приводить к недопониманию в процессе межкультурной коммуникации. Иллюстрацией данного типа являются *brushing* ‘укладка феном’, *pressing* ‘химчистка’. Эти термины внешне напоминают английские лексемы, но либо вовсе не существуют в таком значении в английском языке, либо означают совсем иное, что особенно важно учитывать при переводе.

Синтаксические заимствования оказались наиболее трудными для точного выявления и составили 2,45 %. Не всегда можно однозначно определить, являются ли определенные конструкции результатом англоязычного влияния или представляют собой естественные варианты, соответствующие французской языковой норме. Примерами могут служить выражения *développer une stratégie de marketing* ‘разработать маркетинговую стратегию’ вместо *élaborer une stratégie de marketing*, *être sur le marché de la mode* ‘присутствовать на рынке моды’ вместо *être dans le monde de la mode*.

В контексте проведенного исследования можно говорить о многообразии путей проникновения английской лексики в «модный» дискурс, а также о все большей степени гибкости французского языка в ее заимствовании и адаптации.

В. В. Иванова

СТАНДАРТЫ ПЕРЕДАЧИ КОРЕЙСКИХ ОЙКОНИМОВ В МЕЖДУНАРОДНО-ПРАВОВЫХ ДОКУМЕНТАХ

Перевод ойконимов – сложный процесс, требующий особого внимания в контексте международно-правовых отношений, где точность передачи имен и названий имеет первостепенную значимость. Ойконимы обозначают не только названия населенных пунктов (объектов, территорий), но и несут в себе важную культурно-историческую информацию.

Транскрипция корейских ойконимов, как правило, опирается на фонетическую запись, которая учитывает особенности корейского языка. Наиболее распространенной системой, принятой в международной переводческой практике, является новая система романизации корейского языка (Revised Romanization of Korean, 2000). Этот стандарт является официальным как в Корее, так и за ее пределами, и является важным инструментом для достижения согласованности и единства при передаче корейских названий.

В корейском языке существуют звуки, которые трудно передать в английской транскрипции, особенно учитывая, что корейский алфавит (*Hangul* ‘Хангыль’) имеет уникальные графемы и соответствующие правила чтения. Например, корейский звук «ㅇ» (*ingyeo* ‘иын’), который часто представляет собой нулевой согласный в начале слога, в английской транскрипции становится «*ng*» или просто опускается, что может привести к неоднозначности в прочтении ойконима.

Несмотря на наличие общепринятого стандарта романизации, остаются проблемы, связанные с историко-политическими факторами. В контексте дипломатических споров страны могут использовать различные стандарты транскрипции, что приводит к правовым коллизиям. К примеру, некоторые объекты могут иметь различные наименования в зависимости от того, в каком языке они встречаются. Группа островов *Токто* ‘одинокие острова’ (по-корейски 독도) или *Такэсима* ‘бамбуковые острова’ (по-японски 竹島) имеет разные названия в Корее и Японии и служит предметом длительного территориального спора. Примечательно, что в англоязычной топонимике эта область суши обозначена на картах по-другому – *Liancourt Rocks* ‘скалы Лианкур’. Такого рода расхождения могут привести к напряженности в отношениях, поскольку каждая страна считает себя вправе использовать свой вариант названия.

Общепринятая система романизации корейских топонимов, которая является частью руководства ООН по написанию географических названий, способствует установлению единообразия в международно-правовых документах. Однако следует помнить, что, несмотря на единые нормы, в межнациональном диалоге всегда присутствует элемент культурно-исторической чувствительности, который необходимо учитывать.

Д. А. Латушкина

СТРАТЕГИИ ПЕРЕВОДА ПОНЯТИЙ В ОБЛАСТИ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ

Среди переводческих трансформаций, выделенных в своей классификации В. Н. Комиссаровым, наиболее частотными способами передачи терминов в области нейросетевых технологий являются транслитерация, калькирование и описательный перевод. Их использование позволяет учитывать лексико-семантические особенности каждой единицы.

Транслитерация используется в тех случаях, когда важно сохранить визуальную форму оригинального термина, особенно если он уже закрепился в профессиональном сообществе, например, *dropout* ‘дропаут’ (метод временного отключения нейронов в процессе обучения), *overfitting* ‘оверфиттинг’ (переобучение модели). Такие заимствования становятся частью профессионального жаргона, способствуя быстрой коммуникации между специалистами.

Калькирование применяется при буквальном переводе, благодаря которому сохраняется ясность и однозначность понятия: *neural network* ‘нейронная сеть’, *deep learning* ‘глубокое обучение’. Этот способ используется, когда структура термина позволяет точно передать его значение средствами переводящего языка без искажения сути.

Описательный перевод используется при необходимости пояснить содержание термина или передать его функциональные особенности, например, *fine-tuning* ‘повторная (тонкая) настройка модели’, *tokenization* ‘разбиение текста на токены (элементарные единицы обработки)’. Такой способ особенно полезен при работе с широкой аудиторией, не имеющей профессиональной подготовки.

Кроме того, в переводческой практике часто используется комбинированный способ – транслитерация с лексическим добавлением. Такой подход помогает сохранить графическую форму термина и одновременно разъяснить его суть, например, *embedding* ‘эмбеддинг данных в виде числовых векторов’, *backpropagation* ‘бэкпропагация ошибки при обучении нейросети’. Такого рода добавления помогают лучше понять значение лексемы и ее роль в конкретном техническом контексте.

Таким образом, перевод терминов в области нейросетевых технологий требует от специалиста не только лингвистической подготовки, но и технической осведомленности. Успешный перевод достигается благодаря сочетанию точности, учета контекста и использования справочных материалов. Специалист должен обладать языковой гибкостью и глубокими знаниями предметной области, что позволит ему сохранить баланс между доступностью содержания и эквивалентностью перевода технического текста.

А. А. Марченко

МЕХАНИЗМЫ АДАПТАЦИИ КОРЕЯНИЗМОВ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ СРЕДЕ

Современная языковая картина мира формируется под воздействием глобализации, миграции и культурного взаимодействия. Одним из наиболее заметных явлений последних десятилетий стала «Корейская волна» (한류 ‘hallyu’), которая охватывает разнообразные области массовой культуры, от музыки и кино до моды и гастрономии. Это привело к проникновению корейских слов и выражений, известных как «кореянизмы», в английский язык.

Кореянизмы представляют собой заимствованные слова и выражения, отражающие уникальные аспекты корейской культуры. Поскольку кореянизмы становятся неотъемлемой частью глобального лингвистического пространства, важно понимать, как они адаптируются к нормам принимающего языка. Основные лингвистические механизмы, способствующие их успешной интеграции в английскую языковую систему, включают:

Фонетическая адаптация означает изменения в произношении заимствованных слов для соответствия звуковой системе переводящего языка. Примером может служить слово김치 ‘kimchi’ [ˈkɪm.tʃi] (традиционное корейское блюдо из овощей), в котором ударение смещается на первый слог в английском языке.

Семантическая адаптация касается смысловой трансформации лексемы. Например, 한복 ‘hanbok’ (традиционная корейская одежда) в англоязычном контексте уже обозначает корейский национальный стиль моды.

Грамматическая адаптация проявляется в том, что кореянизмы обычно функционируют как неизменяемые существительные или прилагательные. Например, 막걸리 ‘makgeolli’ (рисовое вино) используется как существительное; **한식 ‘hansik’** (корейская кухня) может играть роль **прилагательного, как в словосочетании** *hansik restaurant* ‘ресторан корейской кухни’. Это демонстрирует высокую степень грамматической гибкости кореянизмов.

Социолингвистические аспекты также играют важную роль, поскольку кореянизмы активно используются в молодежной среде, фан-клубах и социальных сетях. Такие слова как 애교 ‘aegyo’ (милое поведение), 바이어스 ‘bias’ (любимый участник группы) уже стали неотъемлемой частью молодежного сленга.

Исследование процесса адаптации корейских слов в английском языке показывает, что они не просто заимствуются, а активно изменяются в соответствии с нормами английского языка. Это способствует эффективному межкультурному общению в условиях глобализации.

А. М. Свистун

ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В КОНТЕКСТЕ ФЭНТЕЗИЙНОГО МИРА

Перевод имен собственных (онимов) в литературе жанра фэнтези представляет собой сложную задачу, поскольку они могут не только номинировать объекты и явления, но и нести в себе глубокую символику. Процесс их передачи сопряжен с рядом трудностей. Во-первых, лексические проблемы возникают из-за отсутствия аналогов в переводящем языке. Например, имена, происходящие из вымерших языков или мифологии, могут быть трудны для понимания и перевода. Во-вторых, культурные аспекты играют важную роль: имена могут содержать отсылки к историческим событиям или культурным традициям, которые отсутствуют в другой культуре. Сохранение звучания онима также может вызвать затруднения, особенно если переводящий язык имеет совершенно другую фонетическую систему. В таких случаях переводчику необходимо найти баланс между точностью и сохранением звучания.

Именно поэтому такие случаи должны рассматриваться в контексте произведения, иначе они теряют свое значение. В серии романов Дж. Р. Р. Мартина «Песнь льда и пламени» топонимы не только обозначают места, но и несут в себе ряд явных ассоциаций. Например, название замка *the Eyrie* переводится как ‘Орлиное гнездо’. Это имя помимо указания на расположение крепости на вершине горы говорит о величии и недоступности каменного сооружения. Другим примером является *the Isle of Faces* ‘Остров Ликов’, который, сохраняя семантическую нагрузку, информирует о наличии изображений лиц на островных объектах. Важно отметить, что такие переводы помогают понять контекст и особенности мира фэнтези.

В работе переводчика всегда имеет место дилемма: сохранить национально-культурное своеобразие повествования или адаптировать его для русскоязычного читателя. В случае с произведениями жанра фэнтези правильный выбор стратегии перевода становится критически важным. Перевод имен собственных, несущих дополнительную символическую коннотацию, требует учета контекстуального значения и культурных особенностей.

Перевод онимов из мира фэнтези представляет значительную переводческую проблему. Имена, обладающие дополнительной символикой и являющиеся «говорящими», требуют от переводчика глубоких фоновых знаний и творческого подхода к их интерпретации. Сохранение национально-культурного колорита и раскрытие значений ономастических единиц – это две стратегии, которые переводчик должен использовать, чтобы обеспечить адекватное восприятие текста носителем другой культуры. Успешный перевод таких имен может существенно повлиять на эмоционально-эстетическое восприятие произведения, что, в свою очередь, определяет его успех.

К. Д. Ситникова

ПРОЦЕСС ОБОГАЩЕНИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО РУССКОЯЗЫЧНОГО СЛОВАРЯ АНГЛИЦИЗМАМИ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ПЕРЕВОДА

Сравнительный анализ наименований кулинарных блюд в разных языковых системах является одним из давних направлений исследований как в английском, так и в русском языках. Глубокое изучение кулинарных терминов, или кулинаронимов, позволяет проследить взаимосвязь между языком, культурой и гастрономическими традициями различных стран.

Для наиболее точного анализа передачи английских кулинаронимов на русский язык была использована переводческая классификация приемов лексических трансформаций Е. А. Мисуно и И. В. Шаблыгиной, к которым, в частности, относятся транскрипция, транслитерация, калькирование и лексические замены (конкретизация, генерализация, добавление, опущение).

С опорой на названную классификацию наше исследование показало, что наиболее частотными приемами передачи британских кулинаронимов на русский язык являются транскрипция (26 %) и калькирование в сочетании с транскрипцией (26 %). Транскрипция передает слова путем воспроизведения его звукового облика средствами языка-реципиента, например, *Mulligatawny* ‘Маллигатони [суп]’, *Worcestershire sauce* ‘Вустерширский соус’. Перевод с помощью калькирования в сочетании с транскрипцией позволяет сохранить национальный колорит кулинаронима, например, *Chelsea bun* ‘булочка Челси’, *Treacle tart* ‘тарт с патокой’. Собственно калькирование (20 %) является оптимальным приемом передачи иностранных кулинаронимов: *Cauliflower cheese* ‘цветная капуста с сыром’, *Beef Casserole* ‘запеченная говядина’.

В меньшей степени встречаются сочетание калькирования с приемом лексического добавления (8 %), транслитерация (6 %), калькирование в сочетании с транслитерацией (6 %), калькирование с приемом конкретизации (6 %), а также транскрипция с лексическим добавлениям (2 %).

Частота их использования во многом определяется тем, содержат ли названия блюд информацию о входящих в них ингредиентах, способах приготовления, видах и личных именах, указывающих на известных личностей, географические объекты и другие культурно-исторические аспекты.

Основная задача переводчика – не только передать смысл, но и сохранить культурные и исторические особенности блюда, а также донести до читателя его ароматы и вкусовые нюансы. Благодаря этому в словарь русского языка постоянно добавляются новые гастрономические реалии, которые постепенно становятся частью повседневной жизни.

А. С. Утрата

УПОТРЕБЛЕНИЕ ДИСФЕМИЗМОВ В РЕЧАХ ПРЕДВЫБОРНОЙ КАМПАНИИ Д. ТРАМПА

Дисфемизмы, как лингвистическое средство, используются для создания негативного образа объекта речи и противопоставляются эвфемизмам, которые, напротив, смягчают высказывание. В политическом дискурсе, особенно в контексте предвыборной кампании, дисфемизмы становятся важным инструментом речевого воздействия, направленным на дискредитацию оппонентов и мобилизацию электората.

Речи Д. Трампа, в прошлом кандидата в президенты США, а ныне – действующего главы государства, насыщены примерами подобной риторики. Он периодически прибегает к дисфемизмам по отношению к политическим противникам, социальным группам, иммигрантам и даже зарубежным союзникам. Анализ речевой практики Д. Трампа позволяет выделить несколько ключевых функций дисфемизмов в политическом дискурсе. Во-первых, они служат инструментом создания образа «человека из народа», что способствует установлению доверительных отношений с электоратом, например, *rigged system* ‘продажная система’ (выражение, которым Трамп описывает систему как предвзятую и враждебную к интересам простых граждан). Во-вторых, дисфемизмы используются для дискредитации политических оппонентов через такие тактики, как прямое оскорбление (*Sleepy Joe* ‘Сонный Джо’); уничижительные сравнения (*like a dog* ‘как пес’ применительно к поверженным противникам); намеренное упрощение сложных политических вопросов, как в случае с лозунгом *Build the wall* ‘Построим стену’, сводящему к примитивному решению проблемы нелегальной миграции.

Особенностью риторики Трампа является использование разговорных и просторечных выражений, придающих высказываниям экспрессивность и эмоциональную окраску. Иллюстрацией служит метафорическое выражение, обозначающее борьбу с коррупцией в Вашингтоне, *We're going to drain the swamp!* ‘Мы осушим это болото!’. Табуированная лексика, усиливающая агрессивный характер высказываний, также употребляется избранным президентом США, например, *They’re rapists* ‘Они – насильники’ (высказывание о мигрантах, провоцирующее страх и негативную реакцию у аудитории). Контекстуальные дисфемизмы, приобретающие негативную окраску в конкретных речевых ситуациях, также актуальны для речей Д. Трампа: *They’re eating the pets* ‘Они едят домашних животных’ (высказывание, направленное на демонизацию иммигрантов через апелляцию к культурным страхам и отвращению).

Подобная риторика подчеркивает манипулятивную природу предвыборной коммуникации и демонстрирует, как языковые средства служат идеологическим и прагматическим целям. В этом контексте дисфемизмы придают речи на только экспрессивность, но и выполняют мобилизационную функцию, способствуя формированию в сознании избирателя четкой оппозиции «свой-чужой».

П. А. Филиппова

УПОТРЕБЛЕНИЕ ДИСФЕМИЗМОВ В ТЕКСТАХ ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА
(на материале выступлений лидеров британских партий)

Язык не только служит для передачи информации, но и является мощным инструментом влияния на общественное сознание, отражая и формируя идеологические установки. В данном контексте особое внимание следует уделить дисфемизмам – лексико-семантическим единицам с ярко выраженной негативной окраской, которые противопоставляются эвфемизмам.

Опираясь на классификацию К. Аллен и К. Барридж, мы провели анализ речей лидеров британских партий и выделили несколько типов дисфемизмов, которые наиболее часто встречаются в политическом дискурсе Великобритании: собственно политические (45 %), метафорические (35 %), эвфемистические (15%) и оскорбительные (5 %).

Политические дисфемизмы направлены на дискредитацию оппонентов и формирование образа некомпетентной власти. Примеры таких выражений, как *government of chaos* ‘правительство хаоса’, *betrayal of the people* ‘предательство народа’, иллюстрируют намеренное использование экспрессивно-негативной лексики.

Метафорические дисфемизмы основаны на одноименном переносе, при котором объект обозначается через образ с негативным значением, например, а *showman with nothing left to show* ‘шоумен с одним трюком’, *a party of inaction* ‘партия бездействия’.

Такие эвфемистические дисфемизмы, как *they are out of touch* ‘они далеки от реальности’, *a party clinging to power without a plan* ‘партия, которая держится за власть, не имея плана’, призваны завуалированно выразить негативную оценку, иронию или пренебрежение к объекту высказывания.

Менее употребительными оказались оскорбительные (прямые) дисфемизмы, например, *shameful record* ‘позорный рекорд’, *untrustworthy leaders* ‘ненадежные лидеры’, что говорит о некоторой сдержанности и нежелании местных политиков переходить на личности.

В последнее время риторика политических деятелей Великобритании претерпела заметные изменения. От сдержанной аргументации она перешла к более острым и эмоциональным высказываниям, что проявляется в использовании дисфемизмов, направленных на дискредитацию политических оппонентов. Такие дисфемизмы усиливают критику, мобилизуют избирателей и способствуют поляризации мнений на политической арене. В совокупности это подчеркивает необходимость критического подхода к языковым практикам в политике и демонстрирует, как дисфемизмы становятся важным инструментом для интерпретации и конструирования окружающей реальности.

С. П. Чечетко

ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В СТАТЬЯХ О МОДЕ РУССКОЯЗЫЧНЫХ ИЗДАНИЙ

Англоязычные заимствования в модном дискурсе отражают глобальные процессы в индустрии и усиливают тенденцию к профессиональной унификации терминологии. Актуальность данной темы обусловлена необходимостью системного анализа и классификации англицизмов, активно используемых в русскоязычных медиа, а также пониманием их влияния на структуру и стиль современного текста об индустрии моды.

С опорой на классификацию Л. П. Крысина нами выделены устойчивые лексико-семантические группы англицизмов в русском модном дискурсе, охватывающие не только названия предметов одежды и трендовых стилей, но и маркетинговые, технологические и социальные аспекты индустрии:

- 40 % – собственно термины модной индустрии (*streetwear* ‘стритвир’, *archive collections* ‘архивные коллекции’);
- 25 % – бизнес-лексика (*collab* ‘коллаб’, retail ‘ретейл’);
- 20 % – люксовый сегмент (*exclusive* ‘эксклюзив’, *limited edition* ‘лимитед-эдишн’);
- 12 % – социальные медиа (*stories* ‘сторис’, *highlight* ‘хайлайт’).

Употребление англицизмов обусловлено не только отсутствием точных русскоязычных эквивалентов, но и стремлением к краткости, актуальности и стилистической выразительности.

При этом английские заимствования характеризуются различной степенью адаптации в языке-реципиенте:

- 50 % заимствований полностью интегрированы в морфологическую систему языка (*brand* ‘бренд’, *podium* ‘подиум’);
- 40 % сохраняют оригинальную форму (*FBS (Fulfillment by Seller)* ‘фулфилмент на стороне продавца’, *MIV (Media Impact Value)* ‘медийный вклад’);
- 10 % сосуществуют с русскими аналогами (*resale* ‘ресейл’ или ‘перепродажа’, *outfit* ‘аутфит’ или ‘образ’).

Англицизмы в текстах об индустрии моды выполняют преимущественно номинативную и оценочную функции, а также способствуют стилистическому оформлению материала, подчеркивая его вовлеченность в глобальный контекст.

Таким образом, заимствования служат инструментом интеграции русскоязычного медиапространства в глобальный модный дискурс, сохраняя баланс между профессиональной точностью и стилистической актуальностью. Они не только обогащают лексику, но и формируют особую стилистическую модель изложения, отражающую динамику современной модной индустрии.

А. В. Шавейко

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЭВФЕМИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Язык – это основное средство общения, с помощью которого люди передают информацию, выражают мысли и эмоции. Он отражает культурные ценности и нормы, будучи не только коммуникативным инструментом, но и частью мировоззрения общества. В связи с существованием табуированных тем во всех языках, люди часто используют эвфемизмы – смягченные и завуалированные выражения.

Опираясь на классификацию М. А. Корчевской, нами выделены следующие функции эвфемизации: нейтральная (без воздействия на аудиторию) и суггестивная (оказывающая воздействие на аудиторию); последняя подразделяется на маскирующую, оправдательную и аргументативную функции.

Нейтральная функция эвфемизма обеспечивает вежливое, тактичное и ненапряженное общение, не затрагивая чувствительные или потенциально конфликтные темы, как в примере: *Challenges to Trump hit roadblocks – and speed bumps* ‘Те, кто хочет воспрепятствовать Трампу, наталкиваются на преграды’ (The USA Today).

Суггестивная маскирующая функция состоит в способности замаскировать нежелательную, проблемную информацию с целью отвлечения внимания аудитории от истинного смысла дискурса: *Conversion therapy harms young people, including by increasing the risk of depression and suicide* ‘Конверсионная терапия наносит вред молодым людям, в том числе увеличивая риск депрессии и самоубийства’ (The USA Today).

Суггестивная оправдательная функция призвана очистить определенное явление от потенциальной или существующей негативной оценочной реакции: *[Administration] is instructing migrants living in the U.S. to use it [an app] to self-deport* ‘[Администрация] инструктирует мигрантов, проживающих в США, использовать его [приложение] для переезда зарубеж’ (The USA Today).

В рамках реализации суггестивной аргументативной функции негативная составляющая полностью вытесняется положительным аргументом, который должен убедить в обоснованности и целесообразности исходного явления, например, *The abortion industry … actively opposes health and safety standards* ‘Представители индустрии абортов... активно выступают против стандартов здравоохранения и безопасности’ (The USA Today).

Эвфемизмы играют ключевую роль в английском политическом дискурсе, не только смягчая высказывания и делая их социально приемлемыми, но и оказывая манипулятивное воздействие на восприятие читателей. Их использование в СМИ показывает, как язык может формировать восприятие событий, интерпретируя или искажая реальность в зависимости от выбранных формулировок.

К. В. Шиленко

ПЕРЕДАЧА ОНОМАСТИЧЕСКИХ РЕАЛИЙ В РУССКОЯЗЫЧНОМ ПЕРЕВОДЕ СКАЗКИ-ПРИТЧИ «МАЛЕНЬКИЙ ПРИНЦ» А. ДЕ СЕНТ-ЭКЗЮПЕРИ

Антуан де Сент-Экзюпери написал сказку-притчу «Маленький принц» в 1943 г., ставшую культовым произведением мировой литературы. Она наполнена философскими размышлениями о жизни, любви и человеческих отношениях. Ее уникальная особенность – органичное сочетание глубокого философского содержания с легкостью и простотой повествования. Одним из важных аспектов передачи философской сущности сказки является правильная передача ономастических реалий, т. е. имен собственных и географических наименований, встречающихся в тексте. Ономастические единицы, используемые автором, несут большую смысловую нагрузку и помогают раскрыть основную идею произведения. Именно поэтому правильная передача ономастической составляющей является важнейшей задачей переводчика, стремящегося сохранить авторские замыслы и культурные коннотации текста.

В произведении имена персонажей и географические названия не только выполняют функцию идентификации, но и несут в себе глубокую символику. Например, имя *Le Petit Prince* ‘Маленький принц’ указывает на невинность, чистоту и детскую мудрость. Другие персонажи, такие как *Le Renard* ‘Лис’ и *La Rose* ‘Роза’, также имеют свои символические значения: Лис олицетворяет дружбу и мудрость, а Роза – любовь и уязвимость. Большинство топонимов передано практически без изменений. Например, *La France* переведена как ‘Франция’, *Le Sahara* – как ‘Сахара’. Наиболее яркий пример *les baobabs* ‘баобабы’ – непосредственно связан с центральной идеей произведения: угроза, которую представляют баобабы для планеты, интерпретируется как предупреждение об опасности пренебрежительного отношения к собственному дому. Русскоязычный перевод передает не только фактическое наименование дерева, но и сохраняет его символическую нагрузку: название «баобабы» остается неизменным, позволяя легко воспринять содержащийся в нем смысл.

Перевод онимов в литературном произведении требует не только владение языком, но и глубокого понимания культурной специфики текста. Особенно важным аспектом становится сохранение символов и ассоциаций, характерных для оригинала. Правильная передача всех типов ономастических реалий способствует полному погружению в созданный автором художественный мир, обогащая читательский опыт. Качественный перевод «Маленького принца» был невозможен без тщательного анализа всех компонентов, включающих правильное понимание каждого имени, города, звезды и временных рамок. Только такой подход позволит почувствовать всю силу притчевых смыслов и духовную красоту одной их самых известных сказок XX века.

А. В. Дорох

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ СРЕДСТВА ПЕРЕДАЧИ СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЙ В РОМАНЕ М. ХЭДДОНА «ЗАГАДОЧНОЕ НОЧНОЕ УБИЙСТВО СОБАКИ»

Современная проза стремится к реалистичному изображению действительности и раскрытию сложных человеческих характеров. При этом, как справедливо отмечают исследователи, мельчайшие подробности взаимоотношений героев и их манера общения играют ключевую роль в развитии конфликтов, определяя специфику повествования.

В XXI веке, в эпоху стремительных перемен и множества вызовов, личностная стабильность и целостность становятся особенно хрупкими. Именно поэтому в литературе все большую ценность приобретают образы неординарных личностей: индивидуалистов, мыслящих нестандартно, и людей с нейроотличием, таких как Кристофер Бун, главный герой романа Марка Хэддона «Загадочное ночное убийство собаки» (*The Curious Incident of the Dog in the Night-Time*, 2003). Уникальный взгляд подобных персонажей на мир помогает читателю выйти за рамки привычного, расширить горизонты восприятия и стать терпимее к иному. М. Хэддон блестяще погружает читателя в сложный и противоречивый мир, используя богатый арсенал художественных средств, чтобы передать взгляд человека с аутизмом.

Отсутствие обилия эпитетов, гипербол и метафор в тексте М. Хэддона – не случайность, а сознательный художественный выбор, поскольку языковая компетентность Кристофера и его способность к абстрактному мышлению ограничены. Так, автор использует повествование, которое, в свою очередь, становится мощным художественным инструментом для репрезентации особого восприятия мира человеком, отличным от так называемых нейротипичных людей, и для осмысления места таких людей в современной реальности.

Детальные описания предметов от лица главного героя, например, акцент на материале их изготовления, у М. Хэддона не случайны. Кристофер постоянно замечает обилие пластиковых изделий – зеленые пластмассовые ручки, пакеты, оправы очков, что отражает всепроникающее использование пластика в современном мире и подчеркивает его негативное влияние на экологию в наших современных реалиях. В романе также отражаются такие реалии, которые сегодня уже устарели. Например, упоминание стационарного телефона как необходимого атрибута жизни.

Подводя итоги, анализ специфики передачи реалий современного мира в романе М. Хэддона показал более полное понимание изменений окружающей нас действительности. В романе имеется множество реалий, актуальных на начало XXI века, например, вопрос о детях с особенностями развития, безответственности их родителей и экологических проблем.

П. М. Грынчак

ТРАГИЧЕСКИЕ ОБРАЗЫ ГЕРОЕВ РОМАНОВ Э. ХЕМИНГУЭЯ «И ВОСХОДИТ СОЛНЦЕ» И Ф. С. ФИЦДЖЕРАЛЬДА «ПО ЭТУ СТОРОНУ РАЯ»: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В современной литературе понятие художественного образа играет первостепенную роль. Это специфический для искусства способ освоения и постижения действительности, преломленный сквозь чувства и мысли художника. Именно в контексте художественного образа можно более полно понять трагизм как все то, что отражает столкновение личности с жестокой реальностью, сопровождающееся страданиями и утратой идеалов. Это особенно ярко проявляется в произведениях Э. Хемингуэя и Ф. С. Фицджеральда, чьи герои – часть «потерянного поколения». Жизненный опыт авторов отразился в судьбах их персонажей. Э. Хемингуэй, участник Первой мировой войны, в романе «И восходит солнце» показал Джейка Барнса – мужчину, утратившего возможность быть с любимой и страдающего от одиночества. Ф. С. Фицджеральд в произведении «По эту сторону рая» рисует Эмори Блейна – молодого интеллектуала, разочарованного в любви и утратившего личные и социальные ориентиры. Герои ищут смысл существования и ведут активную светскую жизнь, но ощущают себя чужими в мире, где их идеалам больше нет места.

Особый интерес вызывают женские образы Розалинды и Бретт. Обеих девушек объединяет внутренний конфликт. Розалинда выбирает стабильность вместо чувств, разрушая веру Эмори в любовь. Бретт, которая не может быть с Джейком из-за его травмы, теряется в мимолётных связях. Обе – отражение новой эпохи, в которой они не находят подлинного счастья.

Второстепенные персонажи подчёркивают черты главных героев. У Э. Хемингуэя контраст между Джейком, Робертом Коном и Майком подчёркивает стойкость и самообладание Джейка. У Ф. С. Фицджеральда друзья Эмори отражают его внутренние стремления, а образы Алека и Дика помогают раскрыть конфликт между восхищением элитой и осознанием её духовной пустоты.

Таким образом, трагизм в романах Э. Хемингуэя и Ф. С. Фицджеральда раскрывается через внутренние конфликты героев, их одиночество, разочарование и попытки найти смысл в мире, где разрушены прежние ориентиры. Это не просто личные истории, а отражение поколения, потерявшего веру в стабильность и идеалы.

Д. В. Лысковец

КРИЗИС ИДЕНТИЧНОСТИ В РОМАНЕ Д. КИЗА «ЦВЕТЫ ДЛЯ ЭЛДЖЕРНОНА»

Роман Дэниела Киза «Цветы для Элджернона» (1966) является одним из наиболее значимых произведений в жанре научной фантастики и психологической прозы. Актуальность исследования кризиса идентичности заключается в необходимости понять, как изменения в сознании главного героя Чарли Гордона отражают более широкие вопросы, касающиеся самоидентификации и человеческого существования.

В центре повествования находится Чарли Гордон – мужчина с умственными особенностями, который становится участником экспериментальной операции, направленной на увеличение его интеллекта. Начав свой путь как человек, стремящийся к принятию и любви, Чарли поступает на операцию, которая изменяет его жизнь. Как только его интеллект начинает расти, он сталкивается с новыми проблемами и внутренними конфликтами. Рост его интеллекта приводит к радости от новых возможностей, но сопряжен с болезненными открытиями о каждом аспекте окружающего мира. Чарли осознает свою ценность как личности, однако параллельно он переживает неизбежное одиночество, так как становится все более изолированным от окружающих.

В романе процесс формирования и трансформации идентичности главного героя Чарли Гордона проходит через несколько ключевых этапов. Каждый из этих этапов отражает изменения в его восприятии себя, окружающего мира и отношений с другими людьми. Основные этапы идентичности: начальная идентичность (до операции), интеллектуальное пробуждение после операции (пик интеллекта), регрессия (завершение и принятие идентичности).

Структура романа позволяет глубже понять внутренний мир Чарли через дневниковые записи, которые он ведет до и после операции. Этот подход создает ощущение непосредственного участия в его внутренней борьбе и трансформации.

В результате проведенного анализа было установлено, что кризис идентичности в романе Дэниела Киза «Цветы для Элджернона» является многослойным и глубоко проработанным аспектом, который отражает не только личные переживания главного героя, но и более широкие социальные проблемы. Автор затрагивает темы и проблемы, как предвзятость общества к людям с различными умственными способностями, важность самопринятия и человеческих отношений, а также значимость эмоциональной зрелости наряду с интеллектуальными достижениями

В. О. Токаревская

СИСТЕМА ОБРАЗОВ В РОМАНЕ ДЖЕЙН ОСТИН ГОРДОСТЬ И ПРЕДУБЕЖДЕНИЕ

Художественный образ в литературе – это не просто описание персонажа или предмета, а средство выражения идей, чувств и авторского замысла. Он многослоен: сочетает содержание и форму, связан с культурным и историческим контекстом, и существует лишь в диалоге с другими образами и в восприятии читателя. Система образов в произведении – это совокупность всех художественных средств, через которые раскрываются идеи, эмоции и эстетика автора.

В романе Джейн Остин «Гордость и предубеждение» система образов особенно ярко проявляется через персонажей. Элизабет Беннет предстает умной, живой и ироничной героиней. Её характер раскрывается постепенно: через реплики, поведение, отношение к окружающим. Её речь эмоциональна, насыщена ироничными замечаниями, что подчёркивает остроту ума и независимость мышления. В противоположность ей, мистер Дарси поначалу изображён как гордый и холодный человек, но в процессе развития сюжета его образ усложняется. Переломным моментом становится сцена визита Элизабет в Пемберли: именно там, через впечатление от дома и его обстановки, она начинает воспринимать Дарси иначе, видит в нём благородного и глубокого человека. Комические персонажи, такие как миссис Беннет и мистер Коллинз, также важны: они не просто второстепенные герои, а носители определённых социальных черт, разоблачаемых автором через иронию и особенности речи.

Природные описания у Остин редки и сдержанны, но несут символическую нагрузку. Они создают атмосферу и подчёркивают внутренние состояния героев. Например, зима в Лонгборне ассоциируется с эмоциональным застоем, тогда как пейзаж Пемберли символизирует гармонию и способствует изменению восприятия Дарси. Интерьеры и архитектура также выполняют характерологическую функцию: Пемберли – отражение вкуса и достоинства, Лонгборн – уют, но ограниченность, Росингс – пустое величие.

Особую роль играют письма: они позволяют героям раскрыться, выразить то, что не может быть сказано вслух. Письмо Дарси к Элизабет – один из важнейших элементов автопортрета героя. Язык в романе – это не только средство общения, но и отражение внутреннего мира: у Элизабет он живой и ироничный, у Дарси – сдержанный, у мистера Коллинза – напыщенный и канцелярский, у миссис Беннет – суетливый и эмоциональный.

Таким образом, система образов в романе неразрывно связана с композицией, стилем и речевой индивидуализацией персонажей. Джейн Остин создаёт глубокую, правдивую картину провинциального общества, раскрывая не только характеры героев, но и их место в социальной и нравственной структуре своего времени.

М. О. Хаецкая

ХУДОЖЕСТВЕННАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЭПОХИ В РОМАНАХ ХИЛАРИ МАНТЕЛ «ВОЛЧИЙ ЗАЛ» И РОУЗ ТРЕМЕЙН «РЕСТАВРАЦИЯ»

Анализ произведений «Волчий зал» и «Реставрация» показал, что оба автора придают исключительное значение принципу исторической достоверности, но используют его не как ограничение, а как точку опоры для художественного переосмысления прошлого. В романах факты не отвергаются, но интерпретируются через призму авторского замысла, что позволяет по-новому осветить события и фигуры, хорошо известные читателю. Х. Мантел создает масштабную картину Англии эпохи Тюдоров, где частное неотделимо от политического, в то время как Р. Тремейн предлагает камерный, психологически насыщенный портрет эпохи Реставрации, в котором акцент перенесён на внутренний мир героя.

Нарративные стратегии, используемые писательницами, при всей стилистической разнице, сходятся в стремлении актуализировать историю, сделать её предметом переживания. У Мантел это достигается с помощью третьего лица, настоящего времени и внутренней фокализации, создающих эффект присутствия, «камеры за плечом героя». У Тремейн – через первое лицо и исповедальный тон, позволяющие читателю вжиться в эпоху сквозь призму личного восприятия. Эти разные техники работают на одну цель: передать историческую правду как живой опыт.

Сравнение образов главных героев наглядно демонстрирует, как эпоха формирует личность и как личность влияет на эпоху. Кромвель в «Волчьем зале» у Мантел выступает как активный участник исторических событий и главный двигатель политических перемен: его образ выстроен через тщательно подобранные фрагменты внутренней перспективы и лаконичный, строгий синтаксис, подчёркивающий его рациональность. В то же время Меривел у Тремейн предстает скорее наблюдателем своей эпохи: его повествование от первого лица, насыщенное барочными оборотами, самоиронией и длинными, насыщенными деталями, отражает его личную неустойчивость и постепенный нравственный рост.

Обе писательницы поднимают универсальные вопросы: о природе власти, о религии, о духовной трансформации человека в условиях исторических потрясений. К примеру, власть у Мантел – сила, способная как созидать, так и разрушать, у Тремейн – нравственное испытание. В обоих случаях история перестаёт быть декорацией и становится полноценным участником повествования.

И в «Волчьем зале», и в «Реставрации» прошлое во всей сложности. Произведения не только реконструируют исторические периоды, но и побуждают читателя к размышлениям о фундаментальных аспектах человеческого существования сквозь призму времени

А. Д. Лобков

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ РОМАНА ДЖ. ДЖОЙСА «ПОМИНКИ ПО ФИННЕГАНУ» КАК КОМПОНЕНТ ЕГО НАЦИОНАЛЬНОГО СВОЕОБАЗИЯ

Роман Джеймса Джойса «Поминки по Финнегану», являющийся последним в творчестве писателя, разительно отличается от всех предшествующих ему произведений автора с точки зрения как его структурной, так и лингвистической организации. В частности, можно отметить цикличность сюжетной композиции (первое предложение романа *riverrun, past Eve and Adam's, from swerve of shore to bend of bay, brings us by a commodius vicus of recirculation back to Howth Castle and Environs* есть конец последнего *A way a lone a last a loved a long the* и наоборот), использование и комбинацию элементов примерно 65 языков, изобилие авторских неологизмов, разнообразие форм текста и полифонизм. Результатом подобной комплексной структуры следует считать особый авторский стиль, имитирующий фрагментированное и искажённое сознание человека, сложности в дифференциации персонажей и их принадлежности или непринадлежности к определённой нации. Вследствие этого ряд исследователей считают, что «Поминки по Финнегану» – произведение об «универсальном человеке» (как писал сам Джойс, *Everyman or Noman, manorwombanborn*).

В то же время нельзя не отметить факт наличия в тексте определённым образом выраженного национального компонента, т. е. элементов текста, отражающих национальную специфику (в рамках данного романа – конкретно ирландской нации), выраженную средствами языка. Такими элементами являются: ирландские топонимы разных типов (*Kongdam Coombe, Burke's mobility, La Roseaie, Ailesbury Road*), аллюзии, отсылающие читателя к различным характерным для Ирландии феноменам вроде названий присущих Изумрудному острову брендов алкоголя *(O'Connell's famous old Dublin ale, Guiness's or Phoenix brewery, from Bushmills to Enos)* и объектам исторического и культурного наследия, таким как музыкальные композиции (*and wet your feet maybe with the foggy dew's abroad*), народные баллады (а именно народная баллада о погребении разнорабочего Финнегана, лежащая в основе одной из сюжетных линий романа) и литературные произведения (например, народное стихотворение «Draherin O Machree»), а также исторические личности вроде короля Бриана Бору (*a praises be and spare me days for Brian-the Bravo*), политического деятеля Чарльза Парнелла (*Are Parnellites Just towards Henry Tudor?*) и Даниела О'Коннелла, сторонника экспансии католической веры на территории Ирландии (*the O'Conner Dan, so promonitory himself that he was obliffious of the headth of hosth that rosed before him*).

Я. И. Чижик

РОМАН Х. МАНТЕЛ «ЛЮБОВНЫЙ ЭКСПЕРИМЕНТ» КАК РОМАН ВОСПИТАНИЯ

Роман воспитания традиционно рассматривается как повествование о стадиальном развитии личности персонажа, которое, как правило, прослеживается с детских (юношеских) лет и связывается с опытом познания окружающей действительности («Литературная энциклопедия терминов и понятий», 2001). Характерными особенностями этого поджанра считаются стадиальность сюжета, моноцентризм и вспомогательная роль второстепенных персонажей (В. Н. Пашигорев, 2005), а также реалистический фон повествования, автобиографичность, обучение героя (получение образования и морально-этическое), влияние наставника, мотивы поиска, испытания и скитания, душевный конфликт, дидактическая функция (Махмудова, 2021).

В романе британской писательницы и литературного критика Х. Мантел «Любовный эксперимент» обнаруживаются характерные черты романа воспитания. Композиция романа представлена системой ретроспектив, отсылающих читателей к разным этапам жизни главной героини, Кармел МакБейн. Повествование в романе, хоть и не организовано в хронологической последовательности, характеризуется стадиальностью, что является одной из ключевых жанровых доминант романа воспитания, и представляет собой рассказ о таких этапах жизни Кармел МакБейн, как детство, подростковые годы, вступление во взрослую жизнь и зрелость. Каждый из перечисленных жизненных этапов связан с определенным опытом познания главной героиней окружающей действительности и характеризуется нравственным и психологическим развитием ее личности. Так, подростковый период характеризуется началом самоопределения главной героини, обретением и утратой веры, а университетский этап – сепарацией от авторитарной матери и активным выражением политических взглядов. Не только окружающий мир, но и другие персонажи являются катализаторами развития Кармел. На примере собственных подруг Джулианны и Карины она знакомиться с социальными различиями, а тотальный контроль матери и постоянное сравнение Кармел с Кариной приводят к низкой самооценке главной героини, однако именно мотивация матери всегда подталкивала Кармел учиться лучше. В романе присутствуют и значительным автобиографические элементы, характерные для романа воспитания. Среди них – совпадающие год и место рождения героини и автора, их происхождение, образование, отношения с отцами, а также политические взгляды.

Исследование романа Х. Мантел «Любовный эксперимент» как романа воспитания помогает глубже понять затрагиваемые в нем темы поиска идентичности, религии и социального неравенства.

СОДЕРЖАНИЕ

ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ И ПРИКЛАДНАЯ КУЛЬТУРОЛОГИЯ. ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ И ПОИСК НОВЫХ ПАРАДИГМ

Богрова В. А. Арабские заимствования в русский и белорусский. Культурный аспект 3
Бондарович Е. С. Загадки древних цивилизаций: необъяснимые феномены острова пасхи 4
Езерский А. А. Интерактивное кино как жанр и культурное явление 5
Кузнецова Н. А. Белорусская этническая культура: свадебные традиции 6
Лопухина Д. М. Мастерство и философия китайской каллиграфии с точки зрения современной эстетики 7
Медведская Т. А. «Современная китайская чайная церемония как способ психофизиологической регуляции» 8
Скалабан А. А. Инфлюенсеры как новые культурные иконы: влияние на потребительское поведение современного человека 9
Таркачёва М. А. Витражное искусство готического периода на примере леонского собора (Испания, XIII – XIV) 10

ПЕРЕВОД И ОБУЧЕНИЕ ПЕРЕВОДУ

Абрагимович М. П. Языковые особенности романа «Дюна» Фрэнка Герберта в аспекте перевода 11
Абражевич С. Д. Культурно-специфическая лексика в медийных текстах: вызовы и решения для переводчиков 12
Автушко А. Д. Специфика перевода медицинских терминов в инструкциях к лекарственным препаратам 13
Азевич А. А. Интервью как инструмент формирования имиджа публичной персоны 14
Александрович Р. А. Перевод английских терминологичеких словосочетаний в текстах инструкций на русский язык 15
Астюкевич А. А. Прием генерализации в переводе публицистических текстов с английского языка на русский язык 16
Бабосова А. С. Форенизация и доместикация в переводе русской народной сказки на английский язык: преимущества и недостатки 17
Балуш Н. А. Учет особенностей переводческой ситуации в ходе осуществления аудиовизуального перевода 18
Бань Д. И. Перевод песен из англоязычных мюзиклов 19

Барбутько Д. И. Субтитры как способ адаптации текста при аудиовизуальном переводе 20
Белькевич К. Д. Перевод лексики искусственного интеллекта в медийном дискурсе 21
Бердник А. Д. Средства репрезентации отрицательных эмоций в видеоинтервью: переводческий аспект 22
Бондарева-Барсук А. А. Перевод текстов правового дискурса: специфика и стратегии 23
Бородынич К. А. Термины предметного поля «киберспорт» 24
Буй В. Д. Переводчики произведений р. Брэдбери на русский язык 25
Бутрим А. Н. Лексические средства репрезентации концепта *хоккей* в повести Э. Сигала «История любви» 26
Вашукевич А. Н. Лингвокультурологический аспект значения в профессиональном переводе 27
Вечорко А. Ю. Особенности перевода англоязычных многофункциональных служебных слов 28
Войцеховская Е. И. Перевод сленга в американском кинодискурсе (на материале сериала “The boys”) 29
Волосюк В. А. Речевые формулы вежливости в англоязычных социальных сетях 30
Вольщук А. А. Мотивированность английских и русских антропонимов 31
Вышников В. А. Терминологии хоккея с шайбой в англоязычных и русскоязычных спортивны СМИ: сравнительная классификация 32
Ганевич Д. И. Сравнительный анализ способов выражения отрицания в английском и русском языках 33
Гирко Д. С. Лексика сохранения мира в структурно-семантическом и переводческом аспектах 34
Гмырак В. А. Оценочная лексика в англоязычных социальных сетях как способ речевого воздействия 35
Гончар Д. Д. Экспрессивный синтаксис в англоязычных и русскоязычных социальных сетях 36
Градович В. И. Образы персонажей в романе Холли Блэк «Жестокий принц» и специфика их перевода на русский язык 37
Дайнеко А. С. Перевод английской лексики видеоигр в современной медиасфере 38
Данилова Д. Д. Передача грамматических особенностей корейских дорам на русский язык 39
Добринец Л. Л. Речевой акт «антикомплимент» в кинодискурсе: проблемы и стратегии перевода 40

Доронда Д. Н. Семантическая специфика компаратов образных сравнений в рассказах у. С. Моэма..... 41
Дроянкова Е. В. Некоторые особенности перевода визуальных новелл с русского языка на английский 42
Дудко А. А. Названия картин М. Шагала в переводе на английский язык..... 43
Жук А. Ю. Концепт «Счастье» в менталитете англичан..... 44
Иванчик А. Ж. Структурно-композиционные характеристики устного перевода политической пресс-конференции..... 45
Ильюшенко И. В. Структурные и семантические особенности английских образных сравнений в романе Э. Резерфорда «Лондон» 46
Каранкевич Д. Д. Особенности перевода английских образных сравнений в рассказах а. К. Дойля на белорусский язык..... 47
Кисляк Д. Д. Способы перевода англоязычных названий фильмов различных жанров на русский язык 48
Ковель Д. Д. Французские фразеологизмы с темпоральным компонентом: особенности и перевод..... 49
Козак Д. Н. Языковые средства конструирования заголовков англоязычных научно-популярных журнальных статей экономической тематики 50
Козловская А. А. Особенности перевода фразеологизмов в сказках Оскара Уайльда..... 51
Колесникова У. С. Стратегии передачи акцентной речи в переводе 52
Колосовская М. С. Лексико-стилистические средства в англоязычных рекламных слоганах и их перевод 53
Кондрасюк А. Л. Терминосистема машиностроения: опыт составления глоссария специальной лексики 54
Копейка К. В. Филибастеринг как стратегия политической риторики.... 55
Короткевич М. В. Экспрессивная лексика англоязычных песенных текстов музыкальной поп-культуры..... 56
Красницкая Е. К. Локализация и интернационализация в переводе англоязычных рекламных и маркетинговых материалов в сфере бьюти-индустрии 57
Крачина Е. Е. Особенности перевода пьес Уильяма Шекспира на белорусский язык 57
Крот В. Ю. Лексико-семантическое поле «Исследование Арктики»: в аспекте структуры и перевода»..... 58
Кузьмина Н. С. Персонаж с расстройством аутистического спектра: переводческий аспект (на примере романа М. Хэддона «Загадочное ночное убийство собаки») 60
Лащенко И. А. Специфика идиолекта Т. Свифт на примере ее песенной лирики..... 61

Лемешонок В. А. Тематическая метафора в медиадискурсе: когнитивная и манипулятивная функции 62
Лис А. А. Актуализация интертекстуализмов в англоязычных и русскоязычных социальных сетях 63
Лобков А. Д. Лингвистическая организация романа Дж. Джойса «Поминки по финнегану» как компонент его национального своеобазия 64
Лычковская К. С. Лексико-стилистические экспрессивные средства формирования образа женщины-политика в англоязычной и русскоязычной электронной прессе 65
Ляшкова В. А. Перевод средств выражения категоричности в текстах по охране труда 66
Мазовка А. И. Англоязычные пословицы и поговорки с компонентом-цветообозначением: семантика и перевод 67
Максименко А. Д. Имидж успешного человека: что это значит? 68
Мартынюк В. М. Гендерные стереотипы в пословицах и поговорках английского и русского языков: сопоставительный анализ 69
Мемус А. С. Модальные глаголы в англоязычных публицистических текстах: семантический и транслатологический аспекты 70
Миляева А. В. Правила транскрипции и транслитерации в переводе художественных произведений с английского языка на русский язык 71
Михайловская Д. Ю. Трудности перевода английских эвфемизмов 72
Міхайлава П. У. Вобразы галоўных герояў у рамане Донны Тарт «Таемная гісторыя»: перакладчыцкі аспект 73
Мухлядо М. Ю. Функционирование и перевод разговорной лексики в социальных сетях 74
Некрасова В. С. Американский поэт-песенник Боб Дилан: от фолк-музыки к року 75
Нижевич Я. А. Тематическая организация заголовков статей о футбольных трансферах на портале sky sports 76
Николаевич В. В. Переводческие приемы в «мужских» и «женских» переводах (на материале русскоязычных переводов произведения М. Твена «Приключения Тома Сойера») 77
Новикова В. С. Учет лингвокультурных особенностей аудитории при переводе инвестиционного предложения 78
Одинцова А. А. Анализ эффективности синхронного перевода пресс-конференций 79
Остапович Е. С. Лексические средства манипулирования в англоязычных сми: особенности и перевод 80
Острога Д. И. Синтаксические характеристики типа текста «Информация для пациентов» в аспекте перевода 81

Пагирницкая А. Д. Языковые средства репрезентации
базовых концептов культуры 82
Пугач У. И. Англоязычные компьютерные игры жанра стратегия
с элементами компьютерной ролевой игры:
вопросы локализации 83
Радюк А. В. Приёмы и трудности перевода юмора
(на материале англоязычных видеофрагментов стендап-шоу) 84
Размук А. К. Перевод метафоризированной
англоязычной компьютерной терминологии 85
Ракавец Э. А. Праблема лакалізацыі гульняў стылю экшн 86
Расолько Е. В. Средства вербального воздействия
в англоязычной социальной рекламе
(на материале видеороликов на тему домашнего насилия) 87
Ратушева С. Функционирование и перевод
терминов предметных областей 88
Русак П. А. Языковые средства конструирования
англоязычных слоганов косметических средств 89
Рыжик В. Д. Англоязычная терминология электорального дискурса
(на материале электронной прессы) 90
Саботковская К. П. Прием ненадежного рассказчика
в романе Дэниела Киза «Цветы для Элджернона» и его передача
в переводе на русский язык 91
Савицкая О. С. «Шоу Трумана» как источник языковой метафоры:
вопросы идентификации и перевода 92
Савостьянчик А. А. Лексико-грамматические характеристики
англоязычного политического дискурса: аспект перевода 93
Садковская Е. В. Структура, семантика и сложности перевода англоя-
зычных существительных, производных от фразовых глаголов 94
Самусева А. Е. Эмфатические конструкции
в англоязычном худо-жественном тексте: особенности и перевод 95
Седляр Е. В. Англоязычный сленг: структура, семантика и перевод 96
Сергей В. В. Функционирование инфинитива
в англоязычных научных текстах и специфика его перевода 97
Сидорович А. В. Культурная адаптация метафор Льюиса Кэрролла 98
Симонова А. С. Функционирование причастия и причастных оборотов
в англоязычных научных текстах и их перевод 99
Скиндер З. В. Локализация англоязычных компьютерных игр
жанра приключенческий боевик 100
Смальцер Д. Д. Особенности перевода
англоязычных пассивных конструкций в текстах разных стилей 101
Соловей С. А Эллипсис как способ передачи имплицитной информации
в англоязычных социальных сетях 102

Стреж В. А. Лексические средства репрезентации концепта *шляхта* в переводе повести В. Короткевича «Дикая охота короля Стаха» на английский язык 103
Стреха А. В. Способы перевода медицинских терминов с английского языка на русский язык 104
Суслова В. С. Адаптация перевода медицинских текстов с английского языка на русский как проблема межкультурной коммуникации 105
Сушко А. Ю. Реалии белорусской культуры и быта в переводческом аспекте 106
Сысоева Д. П. Перевод сленга в молодежных сериалах: новые слова, социально-культурный контекст, характеристика героев и другие вызовы..... 107
Сыченкова А. Н. Передача игры слов в переводе с английского языка на русский язык..... 109
Талюк Е. Я. Безэквивалентная лексика и приемы ее передачи при переводе текстов институционального дискурса (на материале документов УВКБ ООН) 110
Тарасикова Е. В. О маркерах имплицитности всообщениях американских политиков в социальных сетях 111
Татаринова Р. В. Визуальность в художественной литературе 112
Терешко А. Б. Передача молодежных сленгизмов при переводе на русский язык англоязычных фильмов..... 113
Тихомирова П. В. Колоративная лексика в англоязычных художественных текстах: семантика и перевод..... 114
Тишкевич Е. А. Вежливость как национально-культурная категория: «Ппозитивность» русских и «Негативность» англичан..... 115
Трацевская К. И. Жанровое разнообразие спортивного дискурса..... 116
Турко Д. С. Особенности освещения стихийных бедствий в новостных статьях би-би-си..... 117
Усс Д. В. Метафоризация лексики англоязычного дискурса о выборах политических лидеров..... 118
Федосевич В. И. Трудности передачи скрытых смыслов и отсылок при переводе интервью..... 119
Холупова Е. С. Локализация англоязычных компьютерных игр (на примере игр Genshin Impact и Honkai: Star Rail) 120
Чепелов И. Е. Англоязычные междометные фразеологизмы: особенности и перевод..... 121
Чижик Я. И. Роман х. Мантел «любовный эксперимент» как роман воспитания 122
Шабалина А. О. Лексический аспект перевода англоязычной художественной прозы 123

Шевцов Е. И. Интернет-рецензия как специфическая форма отзыва на литературное произведение 124
Широкий А. С. Особенности перевода городской легенды как жанра современного фольклора 125
Шумарова Д. Ю. Особенности перевода креолизованных текстов 126
Шумская Е. Н. Изменение значения терминологической лексики ООН в контексте перевода 127
Юркова Я. С. Функции синонимичных паронимов в текстах различных типов (offenbar-offenkundig-offensichtlich) 128
Язвинская Я. С. Перевод англоязычных мемов: культурологический и лексический аспекты 129
Янковенко А. В. Англоязычные пословицы с числовым компонентом как лингвистическое и переводческое явление 130
Янковская П. В. Передача комического в переводе на русский язык на материале фильма «Easy virtue» 131
Янушкевич К. Д. Манипулятивный потенциал фразеологизмов в испаноязычном политическом дискурсе 132
Яцкевич Е. А. Образ гувернантки в романе Энн Бронте «Агнес Грей» 133
Яцукевич Е. В. Эмоциональная информация в тексте туристической рекламы 134

БЕЛАРУСКАЯ МОВА І ЛІТАРАТУРА

Амрэйчык А. У. Інтэрпрэтацыя міфалагічных архетыпаў у беларускай і англійскай паэзіі XIX стагоддзя 135
Варанецкая А. П. Пераклад архаічных граматычных форм у паэтычным дыскурсе 136
Гаўрыловіч Д. В. Беларускамоўныя дымінутывы як сродак прагматыкону ў дыскурсе месенджараў 137
Грыгарук Д. С. Генералізацыя як спосаб элімінацыі лакун (на матэрыяле перакладу на кітайскую мову аповесці В. Быкава «Знак бяды») 138
Духовіч А. В. Адметнасці гістарызму ў рамане “Каласы пад сярпом тваім” У. Караткевіча і “Пачварная герцагіня” Л. Фейхтвангера 139
Жураўлевіч Д. М. Адметнасці лексічных трансфармацый пры перакладзе фільма "Хаціка" на беларускую мову 140
Зубрык В. А. Поўныя фразеалагічныя эквіваленты з кампаратыўным кампанентам у беларускай, англійскай і іспанскай мовах 141
Іванюшава А. Д. Семантыка мадальнасці неабходнасці парэмій з кампанентам *трэба* ў беларускай мове 142

Іваскевіч У. В. Фразеалагічныя адзінкі з кампанентам *брат* у беларускай і кітайскай мовах 143
Калеснікава С. І. Сацыяльныя стэрэатыпы старасці ў беларускай і кітайскай лінгвакультурах (на матэрыяле фразеалагічных адзінак) 144
Кочнева Е. Д. Праблемы перакладу адлюстраваных у кітайскай паэзіі рэалій на рускую і беларускую мовы 145
Лабкоўская П. А. Праблема дачыненняў святара і ўлады ў беларускай і англійскай парэміялогіі 146
Літош Г. С. Праблемы перакладу адлюстраваных у паэзіі лі цінчжаа кітайскіх рэалій на беларускую мову 147
Лучанкова В. А. Семантычная спецыфіка беларускіх устойлівых параўнанняў з найменнямі рыс характару 148
Ляшкова К. П. Праблема выкарыстання неалагізмаў усучаснай беларускай мове 149
Макарэвіч А. А. Аўтарская казка ў сучаснай іспанскай і беларускай літаратурах 150
*Пархімовіч К. Д.*Фразеаўтваральны патэнцыял назваў сталіц у беларускай мове 151
Рудзьман Т. Д. Транскрыпцыя як спосаб перакладу беларускіх прагмонімаў на кітайскую мову 152
Сапожнікава Д. А. Адметнасці лексічных трансфармацый пры перакладзе мультфільма “Прыгажуня і пачвара” на беларускую мову 153
Серада В. А. Беларускія і англійскія транспазіцыйныя вытворныя ў словаўтваральных гнёздах эматыўных дзеясловаў з семай ‘страх’ 154
Сергіеня Д. І. Аксіялагічная праблематыка дзіцячай прозы Цёткі і Бін Сінь 155
Антоненка В. Б., Скалковіч А. У. Асаблівасці перакладу безэквівалентнай лексікі з кітайскай на беларускую мову (на прыкладзе мультыплікацыйнага серыяла “Агенты часу”) 156
Тананка І. М. Міфалагічныя вобразы ў казках Я. Баршчэўскага і В. Гаўфа 157
Тракала Д. А. Вобраз новай жанчыны кітая ў творы Чжан Айлін «Сысціся на час» 158
Хіневіч Г. С. Вобраз маці-зямлі ў беларускай літаратуры 159
Цілігузава Д. А. Фразеалагізмы з каларатыўным кампанентам *белы* ў беларускай, англійскай і іспанскай мовах 160
Чырко В. В. Этнаграфічныя аспекты перадачы колераў у вершах Максіма Багдановіча 161
Шчатко Д. А. Афіксальныя дзеясловы са значэннем адмоўнага завяршэння дзеяння ў беларускай і нямецкай мовах 162

ГІСТОРЫЯ І БЕЛАРУСАЗНАЎСТВА. ЯК МІНУЛАЕ ФАРМІРУЕ СУЧАСНАСЦЬ

Балкаров М. А. Роль керенского в событиях 1917 г.: анализ мемуаров «Гатчина» 164
Дубровка А. В. Волковыск в составе польского государства в 1921-1939 годах 165
Завішаў Л. П. Нацыянальны дыскурс на старонках “нашай нівы” з 1912 па 1915 год 166
Игнатчик М. А. Советский союз в исторической памяти Беларуси 167
Климович Д. В. Проблема полонизации шляхты на белорусских землях в XVI–XVIII вв. 168
Лобанов Я. Д. Газета «Наша ніва» и ее роль в развитии белорусского национального движения 169
Музыка Д. В. Геноцид мирного населения в беларуси (1941–1944) (на примере Пуховичского района) 170
Прыходзька А. А. Жанчыны Беларусі ў выпрабаваннях Вялікай Айчыйнай вайны (на прыкладзе Таццяны Андрэеўны Бароўскай) 171
Рудова А. С. Красный берег: место памяти и объект мемориализации 172
Рылач А. А. Политика белорусизации в контексте советской национальной политики 1920-х годов 173
Сысоева С. А. Забытое наследие: творчество художников гродненщины в контексте исторической эпохи 174
Травіна А. У. Шляхецкая дэмакратыя як асноўная прычына заняпаду Рэчы Паспалітай 175
Шукалович А. Ю. Партизанская борьба в западной Беларуси (1921 – 1925) 176

ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА

Березовская А. Г. Британская анималистическая проза XIX–XX веков: этапы становления 177
Бессонова Я. В. Сложный культурно-эстетический и политический контекст творчества Кристы Вольф 178
Гавриленко А. А. Художественные приемы выражения иронии в детективных романах сан-антонио 179
Градобоева М. С. Символизм времени и пространства в сценарии Алена Роб-Грийе “L’annéé Dernière à Marienbad” 180
Дорох А. В. Функции иронии в романе «Благие знамения» Н. Геймана и Т. Пратчетта 181

Лежнюк Е. Ю. Система композиционных форм речи
в романе Б. Кингсолвер «Демон Копперхед» 182
Лысогорова Е. В. Основные мотивы
произведения Бернхарда Шлинка «Чтец» 183
Михайлова В. Р. Визуализация поэтического слова.
От стиха к созвездию 184
Мохарева А. Р. Формы экологического сознания
в романе Б. Кингсолвер «Flight Behavior» 185
Симонович С. А. Специфика реализации мифа об Эдипе
вкачестве прецедентного текста
во французской драматургии XX века 186
Фоменок К. Л. Семантика “нереального”
в новелле Ги Де Мопассана “Le Horla” 187
Черняк Д. А. Характеристики пространсвенной организации
романа Дж. Филлипс «Исчезающая земля» 198
Шалоник Н. П. Средства характеристики персонажей
в романе К. Стокетт «Прислуга» 190
Якимов С. Д. Феминистическая перспектива
в эссе Вирджинии Вульф «Своя комната» 191

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И ПРАВО В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Бондарева А. А., Мажанкова Е. И. Правовое регулирование оборота
криптовалюты для физических лиц в Беларуси 192
Галузо М. С., Гвоздевская К. Л. Юридическое закрепление
авторских прав переводчика в Республике Беларусь 193
Кулага А. І., Качан Г. А. Роля духавенства
ў падпольным і партызанскім руху Беларусі
ў гады Вялікай Айчыннай вайны на прыкладзе сям'і Хільтовых 194
Микульчик С. В. Суд короны как элемент
судебной системы Великобритании 195
Пиманкин М. В. Правовое регулирование деятельности судов США ... 196

ФИЛОСОФИЯ

Балюнова Ю.Ю. Культурная вариативность в формировани личности ... 197
Бирулин А. Ю. Мультикультурализм и тенденции
развития переводческой деятельности 198
Боярчук Д. П. Mind-body problem
в контексте современной философии сознания 201
Владыковская В. Ю. Философия языка
как методология лингвистических исследований 202

Востокова М. М. Трансформация системы ценностей
под воздействием “искусственного интелекта” 203
Галузо М. С. Искусственный интеллект
как революция социальной сферы: потенциал и проблемы 204
Гвоздевская К. Л. Искусственный интеллект
как инструмент визуального творчества:
возможности и этические вопросы 205
Екторова Е. А. Основные идеи типологии личности
в учении К. Г. Юнга в современном обществе
знаний и ценностей образования 206
Жуковец Т. Д. Сравнительный анализ западной и восточной
антропологических парадигм 207
Завадко А. М. Различие подходов к осмыслению ценностей
в религиозной и нерелигиозной литературе 209
Зеньчик Д. С. Человеческая природа в философии Эриха Фромма 210
Игнатовская Д. А. Субкультуры молодежи –
формы ее ценностной ориентации 211
Ильянкова Д. О. Влияние идей «Логико-философского трактата»
Л. Витгенштейна на становление лингвистических исследований 212
Кисляк Д. Д. Лингвистическая методология
в «Философских исследованиях» Л. Витгенштейна 213
Кондратьева-Соколовская Е. Е. Роль парадокса
в формировании мысли: Ж. Делёз 214
Кононович А. С. Лингвистическая проблематика в философии 215
Кочнева Е. Д. Философия человека в культурной традиции востока 216
Кухарев А. С. Тема моральных добродетелей
в диалогах платона раннего периода творчества 218
Матарас П. В. Понятие истины в аналитической философии 219
Медвецкая А. А. Волонтерство – добротворческая духовно-нравственная
деятельность студенческой молодежи 220
Миркина С. Э. Судьба человека по Жан-Полю Сартру
и судьба женщины по Симоне де Бовуар 221
Мицкевич А. В. Самобытность славяно-русского
культурно-исторического типа
в труде н. Я. Данилевского «Россия и Европа» 222
Савчук И. В. Духовно-нравственные ценности
современной белорусской молодежи 223
Сазонова А. С. Философия любви
у Эриха Фромма и Бертрана Рассела 224
Щербо Б. Ю. Антиутопия и негативная оценка
(на материале немецкоязычных романов «Туннель» Б. Келлермана,
«Гелиополь» Э. Юнгера и «Клетка для орхидей» Г. В. Франке) 225
Фицкевич В. Д. Да пытання аб перажытках язычніцтва
ў культуры беларусаў 226

Хвасько К. А. Педагогическая профессия –
мой выбор служения обществу 227
Щербо Б. Ю. Критический анализ социально-философских концепций
«Человека массы» 228
Юшкевич Е. Ю. Философия субъективной свободы
в атеистическом экзистенциализме Ж.-П. Сартра 229
Ярошевская А. А. От мифа к логосу:
единство и различие философии и мифологии 230

ЭКОНОМИКА

Бачило Я. Имидж региона как фактор повышения его
конкурентоспособности (на примере г. Минска) 232
Клишевич Н. Проблемы рзвития совместных предприятий
в Республике Беларусь в условиях экономических санкций 233
Курилина М. С. Особенности формирования
клиентоориентированности компании в цифровой среде 234
Малашкевич М. Д. Зарубежный опыт развития индустриального туризма ..235
Павлик Е. А. Инструменты мобильного маркетинга 236
Семиджанов А. Проблемы перехода Республики Беларусь
к модели цифрового государства 237
Смильгина Д. И. Роль цифровых технологий
в развитии внешнеэкономической деятельности 237
Ткачук Д. И. Мировой рынок нефти в условиях санкционных шоков .. 239

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИЙ И КРИЗИСОВ. УРОКИ И СТРАТЕГИИ

Джампу Джиеджип Нелли Блондин Преспективы развития
международного туризма в Камеруне 240
Дранговская О. Д. Многовариантность идентификации
в социальных сетях 241
Дубинская Е. В., Клименок К. А Использование жестового языка
в создании безбарьерной среды экологических троп Минска 242
Дьячук К. С. Роль туристических интернет-порталов
и мобильных приложений в развитии туристической индустрии 243
Дубинская Е. В., Клименок К. А. Использование жестового языка
в создании безбарьерной среды экологических троп Минска 244

Егорова А. Инициатива Китая «Один пояс, один путь»
и перспективы развития туризма в евразийском регионе 245
Круцько Е. В. Мемориальный туризм
в контексте сохранения исторического наследия:
тенденции и направления развития 246
Морозова Е. Н. Туристические ресурсы Пуховичского района 247
Павловец Е. А. Систематизация рейтинга
популярных дестинаций в Минске 248
Сунь Линьци Красный туризм: история и перспективы развития 249

Круглый стол
MEMORY STUDIES В ЦИФРОВУЮ ЭПОХУ

Валуева А. С. Лексические средства вербализации представлений
о детстве в произведении Ч. Диккенса «Приключения Оливера Твиста» 251
Давыденко П. В. Сопоставительный аспект представления концепта
«Война» в англо-, русско-, италоязычных СМИ 252
Иванова М. А. История Великой Отечественной войны
в названиях улиц города Минска 253
Котляров В. В. Лексические средства выражения агрессии
в художественном дискурсе
(на материале романа Ф. Бакмана "Тревожные люди") 254
Савчук Д. В. Отражение историко-культурного наследия
в названиях улиц города Витебска 255
Толмачёва Ю. А. Национально-культурная специфика урбонимов
как отражение идентичности города 256

Круглый стол
PROБЛЕМЫ И PROГНОЗЫ. ТЕХНОЛОГИИ ОБЩЕНИЯ В PR-ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Атаджанова Л. Р. Взаимодействие образовательного учреждения
с зарубежными партнерами: проблемы и решения 258
Бойко А. А. Коммуникативные стратегии формирования бренда
в сетевой коммуникации 259
Бондарчук Д. И. Средства реализации конкурентной стратегии
государственных и частных образовательных организаций:
Сравнительный анализ и перспективы развития 260
Булай Е. А. Определение понятия экспертность в имиджелогии 261

Варсоба А. С. Прагматическая направленность русскоязычных текстов социальной рекламы экологической тематики 262
Васюкович А. Е. Ключевые аспекты локализация продукции на латиноамериканском рынке 263
Жибрик А. В. Медицинская терминология во взаимодействии врача и пациента (на материале телесериала «Доктор Хаус») 264
Каминская К. Н. Языковые средства выражения солидаризации в корпоративных медиа..... 265
Карпенко Ю. Д. Интервью и storytelling как виды коммуникативного продвижения бренда 266
Козлова Э. А. Невербальные средства экспликации индентичности в сетевой коммуникации 267
Лещенко Е. А. Как не упустить покупателя, или зачем нужна карта пути клиента 267
Матиевская М. В. Доминантные характеристики имиджа видеоблогера 268
Мендрик К. А. Визуальные средства сенсорного маркетинга в продвижении бренда 269
Рабцевич А. С. Жанровый аспект формирования имиджа видеоблогера 271
Савельева М. А. Игровые стратегии самопрезентации в социальных сетях 271
Самофалова Д. Д. Доминантная стратегия формирования эмоциональной атмосферы общества в кризисной ситуации 272
Свистун Е. А. Формирование понятия бренда видеоигр 273
Счастная Н. А. К вопросу о типологии тимбилдинга как способа формирования корпоративной культуры 274
Тимофеева М. Г. UX/UI как инструмент доверия бренду 275
Турко М. С. Реализация стратегии поддержания контакта в аудиовизуальной медиа-коммуникации 276
Шукало А. Г. "Интерпретация и адаптация медиаобраза в разных культурных контекстах" 277
Явкина Л. М. Объекты дискурса толерантности в американской прессе 278

Круглый стол
СЛОВО В ЯЗЫКЕ И РЕЧИ

Богушевич П. А. Ойконимы, хоронимы и кратонимы в составе фразеологических единиц русского и немецкого языков 280
Ган М. В. Имена исторических личностей как метафора политической речи 281

Герцева П. П. Лексемы индийского происхождения в русском языке 282
Городкова Я. А. Специфические стилистические приёмы
юридических текстов на русском и английском языках 283
Дейко А. В. Жанры общения в игровом дискурсе 284
Дьячков Д. П. Коннотации фразеологизмов с компонентом
Собака в русском, английском и китайском языках 285
Завитаева Д. И. Семантический потенциал наименований
графических знаков в немецком языке 286
Казаченко К. В. Вербализация концепта «良心» («Совесть»)
в китайской фразеологии 287
Логвин П. В. Специфика вторичной номинации
на базе наименований одежды в русском и немецком языках 288
Макарова П. А. Фразеологизмы с флористическим компонентом
в русском языке: структурно-семантический анализ 289
Марченко В. А. Фразеологизмы с опорной лексемой «Год»
в русском и английском языках 290
Резниченко Я. А. Обозначение социальных функций персонажей
в романе М. Булгакова «Мастер и Маргарита»
их перевод на английский язык 291
Степура Е. С. Способы и механизмы адаптации
испанизмов в русском языке 292
Федосенко В. А. Фразеологизмы с наименованием фруктов и ягод
в английском языке: семантический аспект 293
Чукова П. Е. Метеоронимы
в составе фразеологических единиц английского языка..... 294

Круглый стол.
ПЕРЕПОДГОТОВКА ПО СПЕЦИАЛЬНОСТИ ПЕРЕВОДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ

Бильдюкевич Д. А. Типология ошибок нейронного машинного перевода
(на материале статей о машиностроении из журнала
«Mechanical Engineering Magazine»)..... 295
Бородич М. Д. Влияние англицизмов
на развитие франко-канадского дискурса моды 296
Иванова В. В. Стандарты передачи корейских ойконимов
в международно-правовых документах 297
Латушкина Д. А. Стратегии перевода понятий
в области нейронных сетей 298

Марченко А. А. Механизмы адаптации кореянизмов
в англоязычной среде 299
Свистун А. М. Трудности перевода имен собственных
в контексте фэнтезийного мира 300
Ситникова К. Д. Процесс обогащения гастрономического
русскоязычного словаря англицизмами сквозь призму перевода 301
Утрата А. С. Употребление дисфемизмов
в речах предвыборной кампании Д. Трампа 302
Филиппова П. А. Употребление дисфемизмов
в текстах политического дискурса
(на материале выступлений лидеров британских партий) 303
Чечетко С. П. Лексико-семантическая классификация англицизмов
в статьях о моде русскоязычных изданий 304
Шавейко А. В. Функционирование эвфемизмов
в английском политическом дискурсе 305
Шиленко К. В. Передача ономастических реалий
в русскоязычном переводе сказки-притчи
«Маленький принц» А. де Сент-Экзюпери 306
Дорох А. В. Художественные средства
передачи современных реалий в романе М. Хэддона
«Загадочное ночное убийство собаки» 307
Грынчак П. М. Трагические образы героев романов
Э. Хемингуэя «И восходит солнце» 308
и Ф. С. Фицджеральда «По эту сторону рая»: сравнительный аспект
Лысковец Д. В. Кризис идентичности в романе
Д. Киза «Цветы для элджернона» 309
Токаревская В. О. Система образов
в романе Джейн Остин гордость и предубеждение 310
Хаецкая М. О. Художественная репрезентация эпохи
в романах Хилари Мантел «Волчий зал»
и Роуз Тремейн «Реставрация» 311
Лобков А. Д. Лингвистическая организация романа Дж. Джойса
«Поминки по финнегану» как компонент его национального своеобазия ... 312
Чижик Я. И. Роман Х. Мантел «Любовный эксперимент»
как роман воспитания 313

Научное издание

МАТЕРИАЛЫ ЕЖЕГОДНОЙ НАУЧНОЙ КОНФЕРЕНЦИИ СТУДЕНТОВ И МАГИСТРАНТОВ УНИВЕРСИТЕТА

23–24 апреля 2025 года

В четырех частях

Часть четвертая

В авторской редакции

Ответственный за выпуск *В. Д. Синяк*

Компьютерная верстка *Е. А. Запеко*

Издатель и полиграфическое исполнение: учреждение образования «Белорусский государственный университет иностранных языков». Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя, распространителя печатных изданий от 02.06.2014 г. № 1/337. ЛП № 38200000064344 от 17.09.2025 г.
Адрес: ул. Захарова, 21, 220034, г. Минск.