

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
КАЗАНСКИЙ (ПРИВОЛЖСКИЙ) ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

TERRA LINGUAE

Выпуск 3

**Казань
2017**

УДК 008(06)
ББК 71.0 я 43
Т 37

Печатается по решению учебно-методической комиссии
Института международных отношений, истории и востоковедения
Казанского (Приволжского) федерального университета

Научный редактор – Д. Р. Сабирова, доктор педагогических наук, доцент, зав. кафедрой европейских языков и культур, директор Высшей школы иностранных языков и перевода Института международных отношений, истории и востоковедения КФУ

Технический редактор – А. В. Агеева, кандидат филологических наук, доцент кафедры европейских языков и культур Высшей школы иностранных языков и перевода Института международных отношений, истории и востоковедения КФУ

Ответственный за выпуск - Н. Н. Бобырева, кандидат филологических наук, доцент кафедры европейских языков и культур Высшей школы иностранных языков и перевода Института международных отношений, истории и востоковедения КФУ

Рецензент – Г.Ф. Лутфуллина, доктор филологических наук, профессор кафедры иностранных языков Казанского государственного энергетического университета

Terra Linguae: Сб. науч. ст. Вып. 3. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2017. – 230 с.

Данный сборник представляет собой коллективную работу студентов и преподавателей кафедры европейских языков и культур, кафедры теории и практики перевода Высшей школы иностранных языков и перевода Института международных отношений, истории и востоковедения Казанского (Приволжского) федерального университета. В сборнике нашли отражение результаты деятельности научно-исследовательских групп в области когнитивной лингвистики, языковой вариативности, теории перевода, сравнительного изучения терминологических систем, межкультурной коммуникации.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ГЛАВА 1. ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА И ПРОБЛЕМЫ ДИСКУРСА.....	7
<i>ВЕРШИНИНА А. О., РАХИМБИРДИЕВА И. М.</i> ВЕРБАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РУССКОЙ И НЕМЕЦКОЙ КУЛЬТУР	7
<i>ГАФАРОВА Д. В., МУХАМЕТШИНА Э. Е.</i> ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА США	10
<i>ЕФРЕМОВА К. А., АБРОСИМОВА Н. А.</i> ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТА УГОЛОВНОГО КОДЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	14
<i>МУХАМЕТГАЛЕЕВА А. И., МУХАМЕТШИНА Э. Е.</i> ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКА СОВРЕМЕННОГО БРИТАНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕДИАТЕКСТА	16
<i>САЛАМЕ А. Б., АМИРХАНОВА К. М.</i> ЭЛЛИПСИС В ЗАГОЛОВКАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТ (НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКИХ ГАЗЕТ USA TODAY, THE NEW YORK TIMES, THE WASHINGTON POST).....	20
<i>САЛЯХУТДИНОВА А. Р., ШИГАПОВА Ф. Ф.</i> ВИДЫ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ВЫСТУПЛЕНИЯХ ПОЛИТИКОВ НА ПРИМЕРЕ ХИЛЛАРИ КЛИНТОН.....	23
<i>САХАПОВА А. Э., АКИМОВА О. В.</i> ТИПЫ ЛЕКСИКИ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОМ СЕРИАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ	27
<i>ХУСАИНОВА Л. Р., МУХАМЕТШИНА Э. Е.</i> ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА ВЕЛИКОБРИТАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕКЛАМАЦИИ ДЭВИДА КЭМЕРОНА)	30
<i>РЕБРИК О. И.</i> ЯЗЫК ФРАНЦУЗСКОЙ БЛОГОСФЕРЫ В КОНТЕКСТЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ФРАНЦУЗСКОГО СОЦИУМА	33
<i>НУРМУХАМЕТОВА Э. В., БАЛАБАНОВА И. Я.</i> СЕМАНТИКА ПОБУЖДЕНИЯ В СИСТЕМЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ	37
<i>ПУПЫРЕВА С. О., ПАЛУТИНА О. Г.</i> ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ СПОРТИВНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СТАТЕЙ В ИСПАНСКОЙ ПРЕССЕ	39
<i>КОВЛЕР А. С., МОРОЗОВА Т. В.</i> ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ	43
<i>ИСМАГИЛОВА С. Ф., АГЕЕВА А. В.</i> ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ФРЕЙМА «СВОБОДА» В ТЕКСТАХ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РОК-КУЛЬТУРЫ	46
<i>ШАРАПОВА Г. С.</i> ГЕНДЕРНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФРАНЦУЗСКОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕЛЕ- И РАДИОРЕКЛАМЫ)	52
ГЛАВА 2. ЯЗЫКОВЫЕ КОНТАКТЫ И ЗАИМСТВОВАНИЯ.....	55
<i>КУЗНЕЦОВА П. В., АКИМОВА О. В.</i> ЗАИМСТВОВАННАЯ ЛЕКСИКА В СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ	55
<i>СЕРГЕЕВА С. О., ЯЦЕНКО Г. С.</i> АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ СЛОГАНЫ В РОССИЙСКИХ СМИ	58
<i>ГАЙНУЛЛИНА А. А.</i> АНГЛИЙСКИЕ ВКРАПЛЕНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКИХ ТЕКСТАХ КАНАДСКИХ СМИ	61
<i>СМАХТИНА Ю. В.</i> ИНОЯЗЫЧНЫЕ ВКРАПЛЕНИЯ В РУССКИХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ)	64
<i>ГИНИЯТУЛЛИНА Л. Р., МОРОЗОВА Т. В.</i> ОСОБЕННОСТИ ПРОНИКНОВЕНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В РУССКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ В РОССИЙСКИХ БЛОГАХ)	68

САЛАХУТДИНОВА Г. Н., ШИГАПОВА Ф. Ф. ИЗМЕНЕНИЕ СЕМАНТИКИ ЗАИМСТВОВАННОЙ ЛЕКСИКИ (НА ПРИМЕРЕ СЛОВА «ДЕГЕНЕРАТ»)	72
БАТРОВА М. Ф. РОЛЬ ГАЛЛИЦИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ: ИСТОРИКО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ	75
ВОРОШНИНА К. С. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ ПРИ АНАЛИЗЕ ИСПАНСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ	79
ГЛАВА 3. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЙ ЛИНГВИСТИКИ	84
БЛОЩИЦЫНА А. С., АМИРХАНОВА К. М. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕДКИХ ФОРМ CONTINUOUS В ПАССИВНОМ ЗАЛОГЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА	84
ВОЛОЖАНИНОВА А. Е., ЮСУПОВА Л. Г. ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С КОМПОНЕНТОМ «МЕДВЕДЬ»	87
МАРШЕВА А. А., ЮСУПОВА Л. Г. СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ, ОТНОСЯЩИМСЯ К ФРАЗЕОСЕМАНТИЧЕСКОМУ ПОЛЮ «ПРИРОДА», В АНГЛИЙСКОМ И ТАТАРСКОМ ЯЗЫКАХ.....	90
СИТНИКОВА Д. Ю., ЗАГЛЯДКИНА Т. Я. ОБРАЗНАЯ И ЦЕННОСТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩИЕ КОНЦЕПТА «ДЕНЬГИ» В НЕМЕЦКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ	94
ГЛАВА 4. ПРОБЛЕМЫ ИНТЕРПРЕТАЦИИ И ПЕРЕВОДА ПРОИЗВЕДЕНИЙ МИРОВОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	98
ВОРОПАЕВА М. К., МУХАМЕТШИНА Э. Е. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ОБРАЗОВ ГЕРОЕВ В РОМАНАХ У. С. МОЗМА «ОСТРИЕ БРИТВЫ» И «ЛИЗА ИЗ ЛАМБЕТА». КОЛОРИСТИКА РОМАНА «ОСТРИЕ БРИТВЫ»	98
ГУМЕРОВА Э. Э., ШИГАПОВА Ф. Ф. ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЖЕНСКИХ РОМАНОВ НА ПРИМЕРЕ «ГОРДОСТЬ И ПРЕДУБЕЖДЕНИЕ» ДЖЕЙН ОСТИН.....	102
КАМАЛЕЕВА Г. А., АБРОСИМОВА Н. А. СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ТРОПОВ ДЛЯ РАСКРЫТИЯ ТЕМЫ СТРАХА И ОДИНОЧЕСТВА В РОМАНЕ АНТОНИО МУНЬОСА МОЛИНЫ «ПОЛЬСКИЙ ВСАДНИК»	105
КОЗЛОВА А. К. ЛЕКСИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В ПЕРЕВОДЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ФРЕНСИС БЕРНЕТТ «ТАИНСТВЕННЫЙ САД»	108
КОМЛЕВА Е. С., АБРОСИМОВА Н. А. ЭКСПРЕССИВНЫЙ СТИЛЬ В РОМАНЕ СЬЮ ТАУНСЕНД «ТАЙНЫЙ ДНЕВНИК АДРИАНА МОУЛА»	112
МОРОЗОВА К. С., КУЗЬМИНА О. Д. ПЕРЕВОД АНГЛИЙСКОГО СЛЕНГА В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ М. ТВЕНА «ПРИКЛЮЧЕНИЯ ТОМА СОЙЕРА»	116
ХАЛИУЛЛИНА И. Х., ПОМОРЦЕВА Н. П. ПРОЯВЛЕНИЕ СТЕРЕОТИПОВ ОБ АНГЛИЧАНАХ В ИХ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КНИГИ КАТЕ FOX <i>WATCHING THE ENGLISH</i>).....	119
ЧУПРОВА Н. С., НУРТДИНОВА Г. М. ПЕРЕДАЧА ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В РУССКОМ ИНВАРИАНТЕ СКАЗКИ «АЛИСА В СТРАНЕ ЧУДЕС» (ПЕРЕВОДЫ Н. ДЕДУРОВОЙ И В. НАБОКОВА).....	123
ШАКИРОВА Г. Р., РАХИМБИРДИЕВА И. М. ГРАММАТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ КАТЕГОРИИ «ВРЕМЯ» В РОМАНЕ ПАТРИКА ЗЮСКИНДА «ПАРФЮМЕР»	126
ХАСАНОВА А. Г., ПАЛУТИНА О. Г. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СИНТАКСИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА С.ЧБОСКИ)	129
НАСЫРОВА Л. Р., ШИГАПОВА Ф. Ф. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ГЛЮТТОНИЧЕСКИХ ФРАГМЕНТОВ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ	133

ГЛАВА 5. ИССЛЕДОВАНИЯ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ СИСТЕМ.....137

ВОРОНИНА М. К., ГАЙНУТДИНОВА А. З. СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНОВ МАШИНОСТРОЕНИЯ137

МУРТАЗИНА Э. И., БОБЫРЕВА Н. Н. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕРМИНЫ В ЯЗЫКЕ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛОВ "THE ECONOMIST", "BLOOMBERG BUSINESSWEEK", "HARWARD BUSINESS REVIEW")141

РОДАЧЕВА О. О., КУЗЬМИНА О. Д. АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ТЕРМИНЫ В ОБЛАСТИ КОСМЕТОЛОГИИ И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК144

ЯКУПОВА Ф. Ф. СПЕЦИФИКА ХОККЕЙНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ КАНАДСКОГО ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА 147

ГЛАВА 6. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА 151

БАЯЗИТОВА Р. Ф., КУЗЬМИНА О. Д. СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ.....151

ГАБДРАХМАНОВ А. Ф., АКимова О. В. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ СФЕРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ СФЕРЫ ФАРМАКОЛОГИИ)154

ГАРИФОВА Д. Д. СЛОЖНОСТИ ПЕРЕВОДА ГЛЮТТОНИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕВОДОВ КУЛИНАРНЫХ РЕЦЕПТОВ)159

ЛУКОНИНА А. В. ПРОБЛЕМА ИНТЕПРЕТАЦИИ МЕСТА И ВРЕМЕНИ В СОВРЕМЕННОМ МЮЗИКЛЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ЛИБРЕТТО АРИИ "FLORENCE" И ЕЕ ПЕРЕВОДОВ)162

НАСЫРОВА Н. Р., ШИГАПОВА Ф. Ф. ЛЕКСИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ КАК СПОСОБ ДОСТИЖЕНИЯ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ В ПЕРЕВОДЕ НА ПРИМЕРЕ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ФИЛЬМА «БОБ МАРЛИ»165

НАБИУЛЛИНА Е. Э. МЕТОДЫ ПЕРЕВОДА МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В БРИТАНСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ ВАРИАНТАХ НА ПРИМЕРЕ СОВРЕМЕННЫХ СЕРИАЛОВ169

ГЛАВА 7. ЯЗЫКОВАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ: ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ 177

АНДРОСОВА М. В., БОДНАР С. С. РОЛЬ ПРОСОДИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ЗВУЧАЩЕМ ТЕКСТЕ ТЕЛЕРЕКЛАМЫ НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКОГО ВАРИАНТА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА177

БУДНИКОВА А. В., БАБЕНКО О. В. КАНАДСКИЙ ВАРИАНТ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА. ФОНЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НА ОСНОВЕ ВИДЕОРОЛИКОВ С ИНТЕРНЕТ РЕСУРСОВ181

БАРЕЕВА М. Р., БОДНАР С. С. ПРОСОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧИ ПЕРЕВОДЧИКА-СИНХРОНИСТА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКОГО ВАРИАНТА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА) .185

ИВАНОВА К. П., ЯРУЛЛИНА Ф. И. ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ МОДИФИКАЦИИ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА ВО ФРАНЦИИ И ИХ ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ190

ЗАХАРОВА Е. А. МОРФОЛОГИЧЕСКАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА БЕЛЬГИЦИЗМОВ193

САХРАТОВА Э. И. ЯЗЫК НАОБОРОТ: ВЕРЛАН ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ (НА ПРИМЕРЕ ВИДЕО ИЗВЕСТНЫХ ФРАНЦУЗСКИХ БЛОГЕРОВ)197

ГЛАВА 8. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ.....201

ГАЛИЕВА А. К. РОЛЬ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ЧТЕНИЮ ТЕКСТОВ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ201

САБИРОВА А.Н., САБИРОВА Д.Р. ЯЗЫК СКОТС КАК АГЕНТ ЯЗЫКОВОЙ ПОЛИТИКИ В ШОТЛАНДИИ Ошибка! Закладка не определена.

ЗАДИНА А. И., ПОМОРЦЕВА Н. П. ЗНАЧИМОСТЬ ФОНОВЫХ ЗНАНИЙ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ ПЕРЕВОДЧИКОВ.....	207
КУЗНЕЦОВА Е. Д. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СПЕЦИАЛЬНОГО ВОКАБУЛЯРА ПО МЕТОДИКЕ ОБУЧЕНИЯ АКАДЕМИЧЕСКОМУ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ	210
ХАНИПОВА Р. Р. АТТЕСТАЦИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В США	214
ЛОПАТКИНА Н. В. ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ ПЕРЕВОДЧИКОВ-СИНХРОНИСТОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЯ	217
РЫЧКОВА Е. С., СОЛОВЬЕВА Е. Г. МОДА В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ: ЭСТЕТИЧЕСКИЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ.....	225
УРЕНЦЕВА О. С., СОЛОВЬЁВА Е. Г. СТРИТСТАЙЛ КАК ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ЯВЛЕНИЕ МОЛОДЁЖНОЙ МОДЫ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX – НАЧАЛА XXI ВЕКА.....	227

ГЛАВА 1. ЛИНГВИСТИКА ТЕКСТА И ПРОБЛЕМЫ ДИСКУРСА

ВЕРБАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕЛОВОГО ОБЩЕНИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РУССКОЙ И НЕМЕЦКОЙ КУЛЬТУР

*Вершинина А. О.
Рахимбирдиева И. М.*

Статья посвящена культурно-национальным особенностям делового общения немцев и русских. В ней приведены примеры вербальных различий поведения представителей сравниваемых культур в рамках делового общения

Ключевые слова: межкультурная коммуникация; деловое общение; вербальные особенности делового общения; русская культура; немецкая культура.

The article describes cultural and national peculiarities of the business communication between Russians and Germans. The article presents examples of those cultures' representatives' verbal behavioral differences within the scope of business communication

Key words: intercultural communication; business communication; verbal aspects of business communication; Russian culture; German culture.

В настоящее время при огромном количестве деловых контактов по всему миру, особенно необходимо быть осведомленным о том, что может обидеть представителя другой культуры, а что, напротив, вызовет его симпатию и как результат приведет к успешной коммуникации. В своей работе мы посчитали необходимым продолжить исследования сходств и различий делового общения представителей русской и немецкой культур.

Данный вопрос неоднократно рассматривался в работах таких лингвистов, как Э. Холл, Ф. Клакхон, Ф. Стродбек, Г. Хофстеде, Ю. А. Шрейдер, А. Вежбицкая и др. Целью своей работы мы выделили изучение различных национально-культурных особенностей данных культур.

Как отмечал И.А. Стернин, для русской культуры характерны коллективистские тенденции и неформальное общение [4, С. 215]. По О.А. Леонтовичу, русский коммуникативный стиль можно отнести к высококонтекстному, характеризующемуся малой степенью эксплицитности и обилием игры слов [3]. Отечественные лингвисты замечают, что «в русском языке гораздо богаче, чем во многих других, поле неопределенности» [4; 5]. Речь идет о неопределенных местоимениях **-то, -нибудь, кое-, некий, некто;** слов типа: **может быть, вероятно, возможно, как бы.**

В своем исследовании И.Б. Бойкова [1] приводит примеры разницы русских и немцев в их ментальном мироощущении пространства. Прежде всего, она отмечает, что личностное пространство в русском сознании проницаемо для других и склонно сливаться с чужими «Я – пространствами». «Я – пространство» у немцев, напротив, имеет жесткие границы и дистанцируется от других, чаще обнаруживая себя в ед. числе.

Например, склонность немецкого «Я» обособлять себя в форме единственного числа проявляется в способе оформления начала и конца письма, предназначенного нескольким адресатам или подписанным несколькими отправителями [1]. Немцы никогда не напишут **deine Oma und Opa** (твои бабушка и дедушка). Вместо этого на письме можно увидеть **deine Oma und dein Opa** (твоя бабушка и твой дедушка).

В деловом стиле речи немецкое местоимение 1-го л. ед. ч. **ich** (я) вытесняет местоимение 1-го л. мн. ч. **wir** (мы) [1]. В русском же стиле «мы» имеет более прочные позиции. Интересен тот факт, что среди немецких коллег не принято обращаться на «ты». Русские же, как отмечалось ранее, общаются на «ты» и зачастую охотно поддерживают отношения вне работы, смешивая деловую и личную сферы и не находя в этом ничего предосудительного.

Что до коммуникативного стиля, немцам свойственно четко, открыто и ясно излагать свои мысли, не пряча их за ширмой вежливости (в отличие от улыбки). Недаром **mit jemandem deutsch reden** имеет значение «говорить напрямик», а **auf gut deutsch** означает «просто, прямо, недвузначно».

В Германии не принято говорить загадками, дабы не обидеть чувств собеседника. Немцы говорят то, что думают и делают то, что говорят [8, С. 53-54]. Корректность и вежливость в деловом общении русских имеет мало общего с пониманием немецкой нормативно-ценностной системы, где письменные договоренности предпочтительнее устных.

Также, в Германии четко выражено уважительное отношение к авторитетам. Нормы общения работников с начальством носят уважительно-вежливый и сдержанный характер. К вышестоящим принято обращение по фамилии с обязательным упоминанием титула [28, С. 78]. Вместе с тем, М. Клайн и А. Вежбицкая отмечают, что нельзя не заметить новые тенденции в сфере делового общения. Речь идет о расширении сферы употребления формы обращения **du** вместо **Sie** (ты, а не Вы) и сравнительно более редком использовании титулов (к примеру, **Herr Stoff** вместо **Prof. Stoff**), что свидетельствует о значительных изменениях межличностных отношений в направлении большего равноправия и отказа от формальностей. «Закулисные» же отношения русских зачастую непонятны немцам и вызывают у них как скрытое нежелание сотрудничать, так и откровенную неприязнь [2, С. 125].

Как известно, первое впечатление чрезвычайно важно для установления контакта, поэтому в приветствии заложена особая коммуникативная нагрузка. Обычно русское **здравствуйте** переводится на немецкий как **Guten Morgen, Guten Tag** и **Guten Abend** (доброе утро, добрый день, добрый вечер) в зависимости от времени суток. При этом, остается незамеченным то, что первоначально в слове **здравствуйте** было заложено пожелание доброго здоровья, то есть определенная позитивная коннотация, которую в силу понятных причин невозможно передать на другой язык без специального комментария. К счастью, такое упущение не оказывает губительного влияния на исход коммуникации, в отличие от промахов с неформальным приветствием.

Русский **привет**, близкий немецкому **hallo**, широко распространен в общении коллег и является обычным приветствием, не несущим какой-либо эмоциональной окраски. Немецкое же **hallo** более демократично, распространено среди молодого поколения и употребляется чаще **привета** в русском для обозначения равенства среди собеседников. К примеру, данное приветствие может оказаться несколько фамильярным при употреблении при первом знакомстве.

В свою очередь, прощание – не менее важный и четко продуманный акт в обеих культурах, через форму и характер которого стороны определяют перспективу дальнейшего взаимодействия. Сам процесс «русского» прощания заметно длиннее «немецкого».

Вербально нейтральное прощание сопровождается словами **до свидания** (*Auf Wiedersehen*). Более официальный стиль в немецком предполагает фразу: **Ich wurde mich gerne verabschieden** (позвольте с Вами попрощаться). Также коммуниканты могут использовать достаточно нейтральные конструкции **alles Gute** (всего доброго), **bis bald** (до скорого). Выбор слов будет зависеть от степени доверительности и официальности между партнерами [6; 7].

Форма представления партнеров в обеих культурах определяется конкретной ситуацией общения. Имеют место быть два варианта: либо в процессе общения

коммуниканты познакомятся самостоятельно, либо представлять их будет третья сторона. Следует отметить, что в случае встречи официальных делегаций представление участников должно производиться согласно должностному положению, невзирая на их пол и возраст, хотя у немцев возможно представление женщин вначале.

При неформальном общении существуют две стратегии развития событий, различающихся у двух культур. Дело в том, что при коммуникации русские создают вокруг себя незримое «закрытое пространство», в которое непросто попасть новичку, которому необходимо предпринять определенные усилия, чтобы его заметили. В случае немцев чаще практикуется вовлечение новичка в разговор самими участниками общения: конкретно ему может быть задан вопрос, позволяющий представиться, «показать себя». Здесь вхождение в процесс общения не является проблемой новичка, а рассматривается в качестве так называемой обязанности других участников общения.

Отдельно рассмотрим и вопрос приглашений, которые условно делятся на официальные и неофициальные. Последние у представителей обеих культур формулируются в произвольной форме: «Заходите на чашку чая/кофе!» (*“Kommen Sie doch mal auf eine Tasse Kaffee vorbei!”*). Но несмотря на схожесть формулировок, восприятие подобного приглашения русскими и немцами заметно отличается. Так, русские склонны воспринимать его всерьез и, поблагодарив, спустя некоторое время могут и «заглянуть» к своему немецкому партнеру. Обычно русским не приходит в голову, что подобные приглашения — лишь проявление вежливости, ведь в немецкой культуре реальная встреча будет обговорена более конкретно, со временем, датой и местом.

Несмотря на это, если мы имеем дело с официальными приглашениями, то на этот счет в обеих культурах будет наблюдаться больше совпадений, чем при контактах неофициальных. И в России, и в Германии принято предельно прямо и открыто формулировать приглашение партнерам. Принятие или возможный отказ также выражаются открыто и ясно, без скрытого подтекста. Официальное приглашение обычно дублируется в письменной форме. Кроме даты и времени, также принято сообщать причину приглашения.

Еще одним различием вербалики русских и немцев является наличие склонности приносить свои извинения (у последних) и ее отсутствие у первых. Дело в том, что русские не привыкли извиняться, если не видят конкретного поступка, от которого пострадала противоположная сторона. Так, они часто удивляются тому, как представители немецкой культуры извиняются за такие несущественные вещи как, к примеру, касание руки соседа. В похожей ситуации русский не произведет схожей вербальной реакции: в большинстве случаев он попросту не заметит, что вторгся в чью-то зону личного пространства. Подобное игнорирование (осознанное или нет) культурных особенностей немцев может привести к недопониманию, вызвать раздражение и даже привести к конфликту, ведь немцы, даже входя по делу к своим коллегам, первым делом извиняются за причиненное беспокойство фразой типа: **Entschuldigen Sie bitte die Störung** (*Пожалуйста, простите за беспокойство*).

Так, из вербальных культурно-национальных особенностей русских и немецких коммуникантов видно, что их действия разнятся в размере поля неопределенности, ощущении личного пространства, отношении к авторитетам, нормам приветствия, прощания и представления партнеров, приглашениям и извинениям сторон. Немцы склонны приносить извинения за несущественные недоразумения, а представители русской культуры, в свою очередь, серьезно относятся к формальным приглашениям. Поскольку важность делового общения невозможно переоценить, знание подобных нюансов полезно для успешного установления деловых контактов между представителями данных культур.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бойкова И.Б. Я-пространство как компонент коммуникативного поведения и национальной семантики (русско-немецкие параллели) // Русское и немецкое коммуникативное поведение. Вып. 1. Воронеж: Истоки, 2002. 226 с.
2. Дебольский М.С. Психология делового. М.: ПРИОР, 1992. 326 с.
3. Леонтович О.А. Русские и американцы: парадоксы межкультурного общения. Монография. Волгоград: Перемена, 2002. 349 с.
4. Стернин И.А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания. М., 1996. 305 с.
5. Честара Дж. Деловой этикет. М.: САНК, 2000. 90 с.
6. Шрейдер Ю.А. Этика. М.: Текст, 1998. 102 с.
7. Baumgart A., Jänecke B. Russlandknigge. 2. Akt. Aufl. München: Oldenbourg, 2000. 82 s.
8. Markowsky, R. Studienhalber in Deutschland: interkulturelles Orientierungstraining für amerikanische Studenten, Schüler und Praktikanten. Heidelberg: Asanger, 1995. 523 s.

ЯЗЫКОВЫЕ ОСОБЕНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРЕДВЫБОРНОГО ДИСКУРСА США

*Гафарова Д. В.
Мухаметшина Э. Е.*

В данной статье рассмотрены основные особенности предвыборного политического дискурса США и проведен лингвистический анализ текстов предвыборных речей американских политиков. В ходе исследования было дано определение предвыборного дискурса и выявлены основные морфологические, лексические и грамматические особенности текстов предвыборной кампании.

Ключевые слова: политический дискурс; предвыборный дискурс; лингвистический анализ; язык политики; язык; лингвистика.

This article describes the main peculiarities of the U.S. pre-election political discourse and a linguistic analysis of the texts which American politicians have declared in their campaign speeches is conducted. During the study the definition of pre-election discourse was given and the main morphological, lexical and grammatical peculiarities of the campaign speech texts were identified.

Key words: political discourse; pre-election discourse; linguistic analysis; political language; language; linguistics.

В настоящее время наблюдается повышенный интерес к изучению политического дискурса. Исследования текстов предвыборной кампании являются наиболее интересным и актуальным аспектом для изучения, так при создании таких текстов используются различные языковые средства, целью которых является создание и формирование определенного общественного мнения, а так же побуждение к приятию выборного решения избирателей.

Понятие политического дискурса было исследовано многими учеными. В отношении данного термина сформировалось два основных определения. В своей монографии Е.И. Шейгал, в широком смысле под этим термином подразумевает любые речевые образования, субъекта, адресата, содержание которых относится к сфере политики [4]. Более узкого определения политического дискурса придерживается и голландский лингвист Т. ван Дейк. По его мнению, «политический дискурс -это класс жанров, ограниченный социальной сферой, а именно политикой. Правительственные обсуждения, парламентские дебаты,

партийные программы, речи политиков – это те жанры, которые принадлежат сфере политики» [2].

Целью политического дискурса является захват, удержание или перераспределение власти.

Исследуя тесты предвыборной кампании нельзя не упомянуть о предвыборном дискурсе. *Предвыборный политический дискурс* — это речевой жанр, который является сложным коммуникативным событием и одновременно — вербальным оформлением этого коммуникативного события, и имеет определенный ролевой и состав участников, отличается публичностью и официальностью.

Основной задачей предвыборного политического дискурса является внушение адресатам необходимости совершения «политически правильных» действий.

Тексты предвыборного дискурса обладают особенностями следующими особенностями:

- логичность
- образность
- эмоциональность
- оценочность
- призывность

Для таких текстов характерно широкое использование общественно-политической лексики, образных средств, переносного значения слов, слов с яркой эмоциональной окраской. Для синтаксиса этого данного стиля речи характерно использование однородных членов, вводных слов и предложений, сложных синтаксических конструкций.

Материалом исследования являются тексты предвыборных речей американских политиков Х.Клинтон, Д. Трампа. Основным методом исследования является метод комплексного анализа для определения лексико-грамматических особенностей текста.

В выступлениях Хиллари Клинтон наблюдается высокий процент прилагательных, наречий и причастий.

Too many black Americans, especially young men, feel like their lives are disposable. And they worry every single day about what might happen [5].

В речи Хиллари Клинтон встречается много прилагательных в сравнительной степени, что служит для выделения определенных качеств.

You know that in many states, childcare is more expensive than rent, it's more expensive even than college tuition [5].

Выступления Дональда Трампа, напротив, отличаются частым употреблением прилагательных и наречий в превосходной степени.

Our system of government, and our American culture, is the best in the world and will produce the best outcomes for all who adopt it [9].

This is my pledge to the American people: as your President I will be your greatest champion [9].

Также показательным является использование модальных глаголов в выступлениях данных политиков. В частности, в выступлениях Хиллари Клинтон наиболее часто встречается модальный глагол **can**, также встречаются модальные глаголы **should** и **may**.

We may disagree about how to do these things, but surely we can all agree with those basic premises [6].

And that can have devastating consequences [6].

I believe the federal government should adopt five ambitious goals [7].

При этом глагол **must** в ее выступлениях почти не встречается. Это можно объяснить общей направленностью ее речи на убеждение логическое, аргументированное, но не категоричное.

В выступлениях Дональда Трампа наиболее часто используется глагол **must**, который получает довольно категоричную окраску в связи с тем, что используется часто в риторических вопросах, в повторах, в предложениях, где включен в ряды однородных членов предложения, а также в сочетании с усилительными конструкциями.

But to achieve this future, we must break free from the bitter failures of the past – and reject the same insiders telling us the same old lies [9].

Наиболее часто данный модальный глагол употребляется в предложениях, где в качестве подлежащего выступает личное местоимение *we*.

But we must also talk about those who have been left behind, the millions suffering in disastrous conditions in so many of our inner cities – and neighborhoods afflicted by poverty, drugs, and violence [9].

Среди лексических особенностей данных выступлений также нужно отметить употребление антонимов и синонимов. Их функции в тексте достаточно разные. Рассмотрим, как использует антонимы и синонимы в своих выступлениях Хиллари Клинтон.

And in times like these, we need a President who can help pull us together, not split us apart [5].

В данном случае антонимы создают противопоставление, которое строится на выражениях, выполняющих роль однородных членов предложения.

В выступлениях Дональда Трампа антонимы также служат для создания противопоставления, при этом они часто используются в параллельных синтаксических конструкциях.

It will do so by emphasizing what we have in common – not what pulls us apart [8].

Необходимо также отметить, что для выступлений Хиллари Клинтон свойственно использование фразеологизмов. Это повышает образность и выразительность ее выступлений.

It means embracing policies that promote justice for all people, and standing firm against any attempt to roll back the clock on the rights and opportunities that so many sacrificed so much to secure [5].

Let's put ourselves in the shoes of police officers, kissing their kids and spouses goodbye every day and heading off to a dangerous job we need them to do [5].

Можно также отметить особенность выступлений Дональда Трампа на лексическом уровне. В лексике наблюдается частое использование лексических единиц с приставкой *re*, что подчеркивает общий смысл выступления – воссоздать, восстановить страну, вернуть то, что уже было:

This will require rethinking the failed policies of the past [8].

We can make new friends, rebuild old alliances, and bring new allies into the fold [9].

На уровне синтаксиса можно отметить ряд особенностей, которые свойственны всем политикам, чьи речи анализируются в данной работе. В первую очередь, это применение в речи риторических вопросов и восклицаний, что способствует привлечению внимания аудитории к определенным проблемам. Рассмотрим этот прием в речах Хиллари Клинтон.

Look, I believe in training dogs, but you don't dress your dog up and send your dog to kindergarten, do you? You don't dream of sending your dog to college, do you? You don't worry about whether your dog is going to be exposed to dangerous influences because you can't afford quality childcare, do you? [5]

В данном случае используются разделительные вопросы, которые служат для привлечения внимания. При этом они являются риторическими и служат для объединения мнения оратора и слушателей

В выступлениях политиков также можно часто встретить прием повтора. Он может строиться на синтаксическом параллелизме, когда повторяется структура предложения или его частей. В частности, так это выглядит в выступлениях Хиллари Клинтон.

We're talking about real people—men, women and children. We're talking about neighbors, coworkers, and friends [6].

You're not just fighting for your members – you're fighting for all working families [6].

В выступлениях Дональда Трампа также встречается синтаксический параллелизм:

They keep repeating the same mistakes, they keep telling the same lies, they keep producing the same failed results [10].

Далее обратимся к анализу использования вводных слов и конструкций. Для ораторской речи свойственно использование вводных слов и конструкций с целью определить порядок высказываний. Например, в выступлениях Хиллари Клинтон можно видеть подобные вводные слова:

First, too many of our representatives in Washington are in the grips of a failed economic theory called trickle-down economics [7].

Также в выступлениях Хиллари Клинтон можно встретить ряд вводных слов, которые способствуют оформлению речи:

We, in fact, will be indivisible with liberty and justice for all [6].

В данном примере вводное слово служит подтверждением истинности высказывания.

В выступлениях Дональда Трампа также можно выделить ряд вводных слов и словосочетаний, которые чаще всего указывают на эмоциональную оценку высказывания:

Shockingly, this is a practice that has reached our own shores [10].

Также вводные слова и словосочетания в его выступлениях могут содержать отношение к высказыванию оппонентов:

By contrast, my opponent wants to increase the flow of Syrian refugees by 550% percent [9].

Таким образом, вводные слова служат для указания на степень достоверности информации, на порядок изложения высказываний, на отношение к высказыванию. С целью повышения экспрессивности своей речи политики использовали имена прилагательные в сравнительной и превосходной степени, риторические вопросительные предложения, сложные предложения, на основе чего усиливалась эмоциональность и пафосность речи.

ЛИТЕРАТУРА

1. Водак Р. Язык. Дискурс. Политика. Волгоград: Перемена, 1997. 139 с.
2. Дейк Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989. 312 с.
3. Кохтев Н.Н. Риторика: Учеб.пособ./ М.: Просвещение, 1994. 207с
4. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса. М.: Гнозис, 2004. 324 с
5. Hillary Clinton. Remarks on building an economy that works for everyone. URL: <https://www.hillaryclinton.com/post/remarks-building-economy-works-everyone/> (дата обращения 15.02.2017)
6. Hillary Clinton. Remarks on American Values.URL: <https://www.hillaryclinton.com/post/remarks-american-values/> (дата обращения 15.02.2017)
7. Hillary Clinton.Hillary Clinton Rejects Trump's Vision for America and Vows to Fight for All Hardworking Families. URL: <https://www.hillaryclinton.com/briefing/updates/2016/05/25/hillary-clinton-rejects-trumps-vision-for-america-and-vows-to-fight-for-all-hardworking-families/> (дата обращения 17.02.2017)
8. Donald Trump. Hillary's Trp would be Deathknell for American Manufacturing. URL: <https://www.donaldjtrump.com/press-releases/donald-j.-trump-remarks-in-novi-michigan> (дата обращения 21.02.2017)
9. Donald Trump. Party of Lincoln Promises Hope to Every Forgotten Stretch of America. URL:<https://www.donaldjtrump.com/press-releases/trump-party-of-lincoln-promises-hope-to-every-forgotten-stretch-of-america> (дата обращения 21.02.2017)
10. Donald Trump. Transcript of Donald Trump's speech on national security in Philadelphia. URL: <http://thehill.com/blogs/pundits-blog/campaign/294817-transcript-of-donald-trumps-speech-on-national-security-in> (дата обращения 9.03.2017)

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕКСТА УГОЛОВНОГО КОДЕКСА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

*Ефремова К. А.
Абросимова Н. А.*

Статья посвящена лингвистическим особенностям текста Уголовного Кодекса Российской Федерации на примере синонимии терминов, особенностях употребления модального глагола shall и сложности организации текста.

Ключевые слова: юридический термин; лингвистические особенности; синонимия.

The article describes the linguistic features of the text of the Criminal Code of the Russian Federation on the example of synonymy of terms, peculiarities of usage of modal verb “shall” and complexity of the organization of the text.

Key words: legal term; linguistic features; synonymy.

Расширение международных связей России требует разработки лингвистических оснований эффективной межъязыковой коммуникации. В настоящее время область юриспруденции привлекает внимание многих лингвистов, что обусловлено контактами стран в различных сферах деятельности. Актуальность изучения юридических терминов обусловлена, прежде всего, важной ролью, которую играет официально-деловой стиль речи в современном мире. Существует множество исследований, посвященных употреблению юридических терминов в области юриспруденции, однако работ, исследующих перевод юридических терминологических единиц с русского на английский язык, немного. Юридическая терминология представляет собой одну из наиболее сложных и востребованных сфер, в которых необходимо научное осмысление теории и практики поиска межъязыковых соответствий.

Язык законов – это официальный язык государственной власти, на котором она говорит с населением. Язык законов требует, прежде всего, точности и не допускает никакой двусмысленности. Точность и лаконичность выражения мысли являются главными требованиями [Пумпянский, 1964, С. 12]. Поэтому важную роль играет использование специальной лексики, или терминологии.

Юридические термины – словесные обозначения понятий, используемых при изложении содержания закона или иного нормативного юридического акта [Алексеев, 1993, С. 126], слова (словосочетания), которые употреблены в законодательстве, являются обобщенными наименованиями юридических понятий, имеющих точный и определенный смысл, и отличаются смысловой однозначностью, функциональной устойчивостью [Пиголкин, 1990, С. 65]. Юридическая терминология по праву считается одной из наиболее значимых терминологий, так как находит свое применение в самых различных сферах и текстах. Уголовный кодекс РФ – это главный нормативный акт уголовного права Российской Федерации, и на его примере можно изучить особенности перевода юридической терминологии.

Так как юридические термины являются первичным материалом для описания норм права, они имеют особое значение. С помощью них государство в лице своих органов власти говорит на языке права и выражает свою волю. Благодаря юридическим терминам волеизъявления принимают форму официальных документов.

Давность происхождения юридических терминов обуславливает высокую степень их ассимилированности. Это объясняет высокий процент многокомпонентных терминов с общим основным компонентом в английской юридической терминологии: *crime against a*

person – **преступление против человека**; *crime against the security* – **преступление против общественной безопасности**, *crime against the interests* – **преступление против интересов**.

Юридический язык отличается краткостью, однозначностью и лаконичностью конструкций. Однако каждый, кто углубляется в изучение терминологии какой-нибудь науки, не может не заметить, что есть ряд терминов неоднозначных, терминов, для выяснения значения которых требуется контекст. Приведем примеры из Уголовного Кодекса РФ: *преступник* – **criminal**; *исполнитель преступления* – **perpetrator**; *человек, признанный виновным в преступлении* – **convict**; *лицо, совершившее преступление* – **culprit**.

Говоря о юридических терминах, особое внимание нужно обратить на морфологию. В официальных документах часто употребляются, например, отглагольные существительные *protection, restriction, destruction, organization* и отглагольные прилагательные *convicted (person), committed (crime), fixed (period)*. Приведем примеры использования отглагольного существительного (1) и прилагательного (2) в изучаемом документе: 1) “*Понуждение лица к половому сношению, мужеложству, лесбиянству или совершению иных действий сексуального характера путем шантажа, угрозы уничтожением, повреждением или изъятием имущества...*” [УК РФ, Статья 133]. – “*Compulsion of a person to enter into illicit relations, pederasty, lesbianism, or the commission of other sexual actions by means of blackmail, threat of **destruction**, damage, or taking of property ...*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 133]. 2) “*При отпадении необходимости дальнейшего лечения **осужденного** в указанных в частях 1 и 2 настоящей статьи медицинских организациях...*” [УК РФ, Статья 104]. – “*If there is no longer a need to treat the **convicted person** in said establishments, he/she shall be discharged from the hospital...*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 104].

Говоря об английских юридических терминах, нельзя не упомянуть синонимиию. Наличие синонимических парадигм – один из качественных показателей богатства и живучести любого языка. Они образуются в результате «столкновения» заимствований и терминов, образованных на базе родного языка или калек. Например, термин **убийство** (*killling, murder, infliction*) в Уголовном Кодексе Российской Федерации представлены несколькими вариантами синонимов. Приведем примеры: 1) “*Убийство матерью новорожденного ребенка... наказывается ограничением свободы на срок от двух до четырех лет*” [УК РФ, Статья 106]. – “***The killing** by a mother of her newborn child ...shall be punishable by restriction of liberty for a term from two to four years*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 106]. 2) “*Убийство, то есть умышленное причинение смерти другому человеку, наказывается...*” [УК РФ, Статья 105]. – “***Murder** is the intentional causing of death of another person shall be punishable with deprivation of liberty...*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 105]. 3) “*Причинение смерти по неосторожности двум или более лицам, наказывается ограничением свободы...*” [УК РФ, Статья 109]. – “***The infliction** of death by negligence on two or more persons shall be punishable.....*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 109].

Главной целью Уголовного Кодекса РФ является донести до читателя, что прописанные в нем нормы носят обязательный характер. В переводе на английский язык модальный глагол *shall* используется для передачи долженствования, приказа, принуждения. Через глагол *shall* часто реализуется побуждение к действию. Модальный глагол *shall*, сохраняя значение долженствования, является основным средством выражения легислативной прескрипции в текстах законодательных документов. Таким образом, законодательные документы отличаются тем, что их предметом является нормирование действий активных субъектов с их волевыми установками. Характерное для Уголовного Кодекса РФ использование модального глагола *shall* позволяет при помощи данного глагола сформулировать нормы и правила человеческого поведения как предписания. Глагол констатирует тот факт, что в юридическом кодексе существует определенное правило, которое должно обязательно соблюдаться всеми.

Модальный глагол *shall* имеет значение неукоснительного следования строке документа, что, по сути, сближает его с модальным глаголом *must*: 1) “The infliction of grave

injury to health by negligence **shall** be punishable with a fine...” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 118]. 2) “*Such excess shall involve criminal liability only in cases of intended infliction of harm.*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 39]. 3) “*The time of custody pending entry of the court's judgement into force...shall be counted at the rate of one day per day...*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 72]. 4) “*The amount of a fine shall be determined by a court of law subject to the gravity of the crime and the property status of the convicted person and his family...*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 46].

Точность изложения в юридических текстах требует различных уточнений, что влечет за собой употребление осложненных конструкций, т. е. предложений с причастными и деепричастными оборотами, с однородными членами. Простые предложения в Европейской Конвенции по правам человека часто осложняются однородными членами, число которых может доходить до 6-7 и более [Арнольд, 1991, С.85]. Например: 1) “*A person who, at the time of the committing of a socially dangerous act, was insane, that is, was unable to understand the actual character or social danger of his actions (inaction) or to govern them as a result of a chronic or temporary mental derangement, mental deficiency or any other mental condition, shall not be subject to criminal liability.*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 21]. 2) “*A fine shall be established in the amount of five thousand roubles to 1, 000, 000 roubles, or in the amount of the wage or salary, or any other income of the convicted person for a period of from two weeks to five years, or shall be estimated in the amount which is a multiple of the cost of the article, or of the sum of commercial subornation or bribe.*” [The Criminal Code of Russian Federation, Article 46].

Таким образом, лингвистические особенности Уголовного Кодекса Российской Федерации обусловлены принадлежностью текста к официально-деловому стилю, законодательному подстилю. Лексически документ характеризуется употреблением специальной терминологии права, что детерминировано тематикой текста. Главной лексико-грамматической особенностью является специфика употребления модального глагола *shall*. Синтаксическими особенностями является сложность организации текста, разветвленность структуры предложения, частотность предложений с однородными членами.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеев С.С. Государство и право: начальный курс. М., 1993. С.126., 156 с.
2. Пиголкин А.С., Чернобель Г.Т. Юридическая терминология: понятие и классификация // язык закона / Под ред. А.С. Пиголкина. М., 1990. Гл. 3. С. 65.
3. Арнольд И.В. Основы лингвистический исследований: Учеб. пособие. М.: Высш.шк., 1991. С.85, 140 с.
4. Пумпянский А.Л. Введение в практику перевода научной и технической литературы на английский язык. М.: Наука, 1964. С. 12., 304 с.
5. Интернет-ресурс: Уголовный Кодекс Российской Федерации. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10699/
6. Интернет-ресурс: The Criminal code of the Russian Federation. – URL: <http://visalink-russia.com/criminal-code-russian-federation.html>

ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКА СОВРЕМЕННОГО БРИТАНСКОГО ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕДИАТЕКСТА

*Мухаметгалеева А. И.
Мухаметшина Э. Е.*

Статья посвящена анализу и рассмотрению ключевых стилистических особенностей и функций заголовков современного британского политического медиатекста на примере статей из газет «The Guardian», «The Times» и «The Independent». Особое внимание уделено

выявлению специфики заголовков политических новостных текстов первой половины 2017 года.

Ключевые слова: британский политический медиатекст; медиатекст; заголовок; стилистические особенности; рекламная функция; язык; лингвистика.

The article is devoted to the analysis and review of the specific stylistic features, functions of headline of present day British political media texts in such popular British newspapers as “The Guardian”, “The Times” and “The Independent”. Special attention is paid to identifying of headline specific features in political news items during the first half of 2017.

Key words: British political media text; media text; headline; stylistic features; advertising function; language; linguistics.

Заголовок является неотъемлемой частью медиатекста. Читатель, в виду быстрого темпа жизни, не всегда успевает читать прессу, поэтому, прежде всего, обращает внимание на заголовки новостных публикаций. Так как заголовок занимает одну из важнейших позиций в медиатексте, именно на него в первую очередь обращает внимание читатель. Следовательно, заголовки современных медиатекстов должны обладать достаточной информативностью, должны заинтересовать читателя и тем самым вызвать желание продолжить чтение публикации.

Необходимо отметить, что мы понимаем под термином медиатекст. Медиатекст – динамическая сложная единица высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций. Термин “медиатекст” является гиперонимом (родовым обозначением) ряда предшествующих терминов: журналистский текст, PR-текст, публицистический текст, газетный текст, теле- и радиотекст, рекламный текст, текст Интернет-СМИ и т. д. [3, с. 13].

Обращение к проблеме заголовка в современной лингвистической науке обусловлено тем, что СМИ очень быстро реагирует на различные социальные изменения, на постоянно меняющиеся ценности и приоритеты общества, поэтому лингвистическая информация находит в ней последовательное отражение.

Исследованию заголовков в современной лингвистической науке посвящено не мало трудов в различных его направлениях – прагматическом, синтаксическом, функциональном и смысловом. Само понятие заголовок обозначает название художественного, публицистического, научного текста среднего объема (газетный заголовок, журнальные заголовки, заголовки рассказов, статей) или части крупного текста (заголовки разделов; если текст делится на главы, то, во избежание тавтологии, применяется синоним название) [5, с. 106]. Несомненно, заголовок играет одну из важнейших ролей и занимает особое место в структуре медиатекста. Именно заголовок отражает содержание текста и привлекает внимание читателя.

Так, многие лингвисты обращают внимание на двойственную природу заголовка, что связано с разнообразием его определений. Например, профессор Э.А. Лазарева, отмечает, что *заголовок* – это не только языковая структура, имеющая определенную самостоятельность и анонсирующая текст, но также элемент медиатекста, связанный со всеми его компонентами [4].

В свою очередь, некоторые другие ученые при определении данного понятия в первую очередь указывают на функции заголовка. Отечественный лингвист, Гальперин И.Р. отмечает, что заголовок является нераскрытым содержанием текста, совмещающий в себе две функции – номинативную и предикативную [2, с. 133].

Таким образом, ученые выделяют следующие функции заголовка:

- Номинативная – заголовок является названием текста;
- Информативная – заголовок обобщает содержание, тему текста;

- Рекламную – заголовок вызывает интерес, привлекает внимание читателя;
- Дейктическая – заголовок представляет текст во внешнем мире;
- Апеллятивно-экспрессивная – заголовок оказывает воздействие на читателя, внушая информацию в определенном свете;
- Гипертекстовая – представление заголовков в информационной новостной ленте, с целью привлечения внимания читателя.

Принимая во внимание вышеперечисленные функции, ясным становится понятие «цель заголовка». Цель заголовка заключается в том, что в первую очередь он должен четко передать сжатое содержание новостного текста, а также привлечь внимание читателя и тем самым оказать на него определенное воздействие.

Рассмотрим структуру и специфику заголовков, используемых в политических новостных текстах.

Обращает на себя внимание тот факт, что одной из самых основных специфических особенностей данных заголовков является их лаконичность. Стоит отметить, что лаконичность заголовка характеризуется не только количеством слов, но и тем, насколько информативны лексемы и как эти лексемы связаны друг с другом.

Заметим, что среди анализируемых нами заголовков новостного контента британских on-line газет, особенно отличается данной спецификой The Times.

“Defiant Putin foe launches poll bid” [9, 19.03.2017];

“Boris to calm Trump spy row” [9, 19.03.2017];

“Clinton hints at return to public life” [9, 18.03.2017];

“Military action ‘is an option’ against Kim” [9, 18.03.2017].

К сравнению, приведем пример из on-line издания The Independent, где наглядно видна детальная подача новостного материала в самом заголовке:

“Donald Trump is doing Russia’s bidding by repeatedly pushing GCHQ wiretap claims, says former US ambassador” [8, 19.03.2017];

“Tim Farron accuses Theresa May of having same ‘aggressive nationalistic’ agenda as Donald Trump and Vladimir Putin” [8, 19.03.2017].

Отсюда можно сделать вывод о том, что заголовки on-line газеты «The Independent» обладают достаточной информативностью. Это служит наглядным доказательством, что информативность является немаловажным параметром заголовка, который содержит главную информацию текста, а также отражают основную идею медиатекста.

Кроме того, широко используются в заглавиях *аббревиатуры*, слова, образованные сокращением словосочетания и читаемое по алфавитному названию начальных букв (BBC) или по начальным звукам (ООН, ВУЗ) слов, входящих в них [1].

“**UK** legal academics urge **PM** to cancel Donald Trump’s state visit” [7, 15.02.2017];

“Trump tapping row deepens after ‘ridiculous’ **GCHQ** claims” [9, 18.03.2017];

“**FBI** director James Comey confirms investigation into Trump-Russia links” [8, 20.03.2017].

Надо полагать, что аббревиатуры используются для того, чтобы заинтересовать читателей, а также задействовать визуальное и ассоциативное восприятия информации. Следует также отметить и то, что в заголовках применяются аббревиатуры, расшифровку которых читатель сможет понять из самого медиатекста.

Анализ, проведенных нами политических заголовков, позволил заключить, что одним из наиболее распространенных тактик, используемых в политических новостных заголовках, является употребление ключевых слов. Ключевые слова не только отражают содержание медиатекста, но и увеличивают количество просмотров той или иной новостной статьи. Помимо всего вышеперечисленного, необходимо уделить особое внимание на то, что ключевые слова вербализируют наиболее интересные для читателя элементы информационного материала и чаще всего выносятся на первый план:

“**Czech cyber-attack**: Russia suspected oh hacking diplomats’ emails” [7, 31.01.2017];

“**Sturgeon**: May’s ‘tin ear’ threatens Brexit talks” [9, 18.03.2017];

“**Brexit**: Labour should offer voters option of staying in EU if negotiations fail, says Tony Blair” [8, 19.03.2017].

Характерен также тот факт, что в качестве ключевых слов зачастую встречаются имена политических деятелей:

The Guardian:

“**Rob Rosenstein**: ‘honorable’ US attorney poised to be the next Russia investigator” [06.03.2017];

“**Theresa May**: Trump was ‘being a gentleman’ when he held my hand” [20.03.2017];

The Times: “**Merkel** faces **Trump** showdown on Nato and Germany’s exports” [13.03.2017].

Отсюда можно заключить, что ключевые слова часто находятся в самом начале выражения, чье значения разъясняется во второй части заголовка и последует после двоеточия.

Кроме того, проведенные нами исследования показали, что в заголовках политических изданий часто встречается репрезентация прямой речи. Данные компоненты заголовков указывают на источник информации, свидетельствуя тем самым о правдивости и достоверности материала. Приведем некоторые примеры:

“Trump-Russia collusion is being investigated by FBI, **Comey confirms**” [7, 20.03.2017];

“I won’t let country fall off Brexit cliff edge, **insists Davis**” [9, 13.03.2017];

“Donald Trump’s approval rating falls to record low, **finds Gallup poll**” [8, 19.03.2017].

Подобные заголовки служат повышению объективности и достоверности текста, что усиливает прагматическое воздействие интервью на реципиентов.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод о том, что основной целью заголовков политических медиатекстов является привлечение внимания адресата, используя различные грамматические и стилистические характеристики, такие как лаконичность, использование аббревиатур, употребление ключевых слов, а также репрезентацию прямой речи, что в общем говорит о том, что современным британским политическим заголовкам присущи усиленная визуальность, ярко выраженная интерактивность, доступность и объективность. Но с течением времени и быстрым развитием масс-медиа способы подачи материала могут варьироваться, в связи с чем, дальнейшее изучение данных медиатекстов является весьма интересным.

В целом, исследования показали, что заголовки британского политического медиатекста являются сложным, комплексным феноменом, исследование которых позволяет глубже изучить постоянно изменяющиеся с течением времени особенности британских медиатекстов. Отсюда следует, что дальнейшее исследование данных медиатекстов является весьма интересным по отношению к выявленным нами особенностям заголовков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой российский энциклопедический словарь. URL: <https://slovar.cc/enc/bolshoy-rus.html> (дата обращения: 30.03.2017).
2. Гальперин И.Р. Текст как объект лингвистического исследования. М.: КомКнига, 2007. 137 с.
3. Кузьмина Н. А. Современный медиатекст. Учебное пособие. Омск, 2011. 413 с.
4. Лазарева Э.А. Заголовок в газете: учеб.пособие для студентов-журналистов. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1986. 96 с.
5. Матвеева Т.В. Полный словарь лингвистических терминов. Ростов-на-Дону, 2010. 562 с.
6. Петрат Т.Р. Заглавие или заголовок // Культура русской речи: энциклопедический словарь-справочник / под ред. Л.Ю. Иванова, А.П. Сковородникова, Е.Н. Ширяева. М.: Флинта; Наука, 2003. 840 с.
7. The Guardian. URL: <https://www.theguardian.com/international>. (дата обращения: 17.05.2017).

8. The Independent. URL: <http://www.independent.co.uk>. (дата обращения: 17.05.2017).
9. The Times. URL: <https://www.thetimes.co.uk>. (дата обращения: 17.05.2017).

ЭЛЛИПСИС В ЗАГОЛОВКАХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ГАЗЕТ (НА МАТЕРИАЛЕ АМЕРИКАНСКИХ ГАЗЕТ USA TODAY, THE NEW YORK TIMES, THE WASHINGTON POST).

*Саламе А. Б.
Амирханова К. М.*

Статья посвящена вопросу использования эллипсиса в заголовках газет, написанных на английском языке. Проанализировано множество заголовков с данным явлением, выявлены наиболее эффективные и часто используемые виды эллипсиса.

Ключевые слова: эллипсис; заголовки газет; эллипсис в публицистике.

The article describes the usage of ellipsis in the headlines of newspapers written in English. A number of headlines with this phenomenon were analyzed, the most effective and often used types of ellipsis were pointed out.

Key words: ellipsis, headlines, ellipsis in publicism.

Проблема эллипсиса всегда вызывала огромный интерес у лингвистов. Это объясняется тем, что именно в этой стилистической фигуре отразились многие основные вопросы языкознания: язык и мышление, соотношение логики и грамматики, формы и значения, теория предложения и т. д. К. Бюлер не зря назвал эллипсис «древней проблемой теории языка» [3]. На протяжении многих веков исследователи стремились объяснить данное явление, выявить его основные признаки, предложить классификацию эллиптических предложений в различных языках.

Эллипсис часто употребляется в письменной, а также в живой разговорной речи. В процессе общения друг с другом люди неизменно сталкиваются с потребностью как-либо сократить свои реплики, и причины тому могут быть самыми разными: собеседники торопятся рассказать интересную историю, сделать свою речь проще для понимания, или же просто хотят создать в разговоре неформальную обстановку.

Современное языкознание проявляет большой интерес к проблемам эллиптических предложений, которые могут возникать в устной разговорной речи, в произведениях художественной литературы и в технических текстах. Обзор теоретической литературы показал, что явление эллипсиса в языке начало широко изучаться лишь в 50 — 70 годах XX века. Первыми лингвистами, которые занялись изучением этого вопроса, были Ш. Балли, А. Мартине, А. Доза [2].

Само понятие «эллипсис» появилось в лингвистике еще с античных времен и уточняется до сих пор. Поэтому, для начала проведем анализ определений эллипсиса в английском языке, ведь подходов к его определению много. Как считает Ж. А. Голикова, «эллипсис» – пропуск в речи какого-либо легко подразумеваемого слова, члена предложения [1]. Л. Л. Нелюбин определяет эллипсис (эллипс), как стилистическую фигуру, заключающуюся в пропуске какого-либо подразумеваемого элемента предложения [4]. В данной статье мы приводим следующее определение эллипсиса: «Эллипсис – намеренный пропуск несущественных слов в предложении без искажения его смысла, а часто – для усиления смысла и эффекта» [1].

Одной из областей широко применения такого грамматического средства, как эллипсис, являются публицистические тексты, а именно заголовки статей.

Мы отобрали 200 статей из электронных версий популярных американских периодических изданий USA Today, The New York Times и The Washington post. Основным критерием отбора статей заключался в наличии эллипсиса в заголовке. Все просматриваемые статьи были ограничены временными рамками периода 2008-2016 годы.

Наиболее характерными для заголовков приемами упущения являются:

- Опущение глагола to be;
- Опущение артикля;
- Опущение подлежащего;
- Отсутствие вводящего глагола при цитировании.

Приведем примеры:

Рассмотрим случаи *опущения глагола to be*. Например, статья в New York Times, посвященная суду над убийцей британского актера Роба Кнокса, известного своим участием в фильмах о Гарри Поттере, была озаглавлена следующим образом:

Harry Potter' actor's killer jailed for life.

Данный заголовок представляет собой простое двусоставное предложение и относится к информационному виду заголовка, т.е. его цель – коротко сообщить о содержании статьи. Именно поэтому двусоставное предложение, которое неэкспрессивно по своей структуре, является наилучшим выбором, дающим более полное описание ситуации.

Слово *jailed* в данном заголовке выражено третьей формой глагола (причастием II), и, ознакомившись с содержанием статьи, можно сделать вывод, что данный заголовок находится в страдательном залоге (*Past Indefinite Passive*). Следовательно, глагол-связка “to be” здесь опущен. Другие, наиболее яркие примеры упущения глагола to be в заголовках приведены ниже:

Eleanor Catton's new novel revealed as a pre-apocalyptic drama set in New Zealand (опущение глагола to be перед revealed, Present Indefinite Passive), *The Washington post*.

“Fat Leonard”: *US admiral arrested in sex for secrets scandal* (опущение глагола to be перед arrested, Present Indefinite Passive), *The Washington post*.

Iranian TV executive shot dead in Istanbul, Turkish media report, USA Today (опущение глагола to be перед shot, Past Perfect Indefinite Passive)

Why Russia still in love with Putin? (Опущение глагола to be в форме is), *The New York Times*.

“Contrived, vulgar and stupid”: *Going in Style and the rise of the geriatric buddy movie.*

Заголовок статьи, посвященной выходу американского комедийного кинофильма режиссера Зака Браффа, повествующего о трех пенсионерах, желающих ограбить банк, можно перевести следующим образом: «Хитрый, пошлый и глупый»: «Уйти красиво» или *возрождение Бадди-муви про стариков*. Как мы видим, автор намеренно строит предложение определенным образом, избегая использования глагола to be.

Некоторые примеры опущения *артикля* представлены в следующих заголовках:

Ivanka Trump is complicit in her dad's mission to get rich at US's expense (опущение артикля the перед словосочетанием US's expense), *The New York Times*.

“Real misery is in the countryside”: *support for Le Pen surges in rural France* (опущение артикля the перед словосочетанием «real misery»), *USA Today*.

Erdoğan is relishing this war of words with Netherlands (опущение артикля the перед Netherlands), *The New York Times*.

Holding to Boycott: greatest over ever, or just the most memorable? (опущен артикль the перед прилагательного, которое находится в превосходной степени)

Заголовок последней статьи, посвященной британским игрокам в крокет, «носит» в своем заглавии типичный пример опущения артикля the перед прилагательным в превосходной степени (*The Superlative Degree*). По правилам английского языка, данное предложение должно было выглядеть следующим образом: *Holding to Boycott: the greatest*

over ever, or just the most memorable? Однако, его отсутствие не позволяет ошибиться в понимании смысла предложения, поэтому в заголовке его можно опустить.

Еще один пример опущения артикля, взятый из газеты USA Today:

Apocalypse, how? A survival guide to end of the world.

В данном заголовке «Как устроен апокалипсис? Гид по выживанию во время конца света» словосочетание *the end of the world* носит устойчивый характер. Так как конец света – явление уникальное, по правилам английской грамматики перед данным словосочетанием должен находиться определенный артикль. Однако автор статьи позволяет себе пренебречь артиклем и воспользоваться его опущением.

Примеров с опущением *подлежащего* немного, здесь представлены несколько вариантов:

В заголовке *Many Killed in Aleppo as Fierce Fighting Shatters Syria's Fragile Truce*, который переводится «В ожесточенных боях, разрушающих хрупкое перемирие, в Алеппо погибло много людей» пропущено подлежащее *people* и глагол *to be* (форма прошедшего времени “were”). В английском предложении всегда должны присутствовать подлежащее и сказуемое.

Worried about North Korea? Spare thought for Otto Warmbier's family, The Washington Post

Should wait for the father of the unborn child to choose with his ex-wife? USA Today.

Рассмотрим примеры **отсутствия вводящего глагола при цитировании**:

Anne Hathaway: I regret not trusting female directors

Ms. Rabinyan: I refuse to let go of my instinct of being in contact with others' pain. The New York Times

Цитаты часто подаются без вводящего глагола *says, tells, said, told..*

Среди видов эллипсиса в отобранных нами заголовках газетных статей наиболее частотным является опущение артикля – 132 статьи, что является 66% от общего числа рассматриваемых статей. Затем идет опущение глагола *to be*, из общего количества отобранных заголовков 54 соответствуют данному критерию, что составляет 27% от общего числа. Опущение подлежащего встречаются не очень часто – нами было найдено 12 примеров (6%) опущения подлежащего. И самым редко используемым видом эллипсиса оказалось отсутствие вводящего глагола при цитировании, всего два заголовка соответствовали данному критерию (1%).

Также мы провели сравнительный анализ популярности статей, изучив статистику просмотров на сайтах электронных вариантов газет, с использованием эллипсиса и статей, в котором не используется данное средство выразительности. Нами были отобраны самые просматриваемые статьи нейтрального содержания (исключающие сенсационные новости, которые могут вызвать больший интерес из-за своего содержания). Среди 40 самых популярных статей, 34 содержат эллипсис в заголовке. Статьи, содержащие в заголовке эллипсис, более популярны у читателей и имеют больше шансов быть прочтенными до конца, чем статьи, не содержащие данное средство выразительности.

И.С. Стам утверждает, что примерно 80 % читателей уделяют значительное внимание не столько содержанию прочитанного, сколько газетным заголовкам [5]. Именно поэтому эллипсис в названии заголовков играет важнейшую роль, ведь это первое, что видит читатель. В данной статье нами были выявлены наиболее эффективные виды эллипсиса, которые и помогают заголовку выполнить одну из его важнейших ролей – привлечь внимание читателя.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О.С. Ахманова. — М.: Едиториал УРСС, 2007. 569 с.
2. Бархударов Л. С. Структура простого предложения современного английского языка – М.: ЛКИ,

2012. 200 с.

3. Бюлер К. Л. Теория языка. Репрезентативная функция языка. М.: Прогресс, 1993. 501 с.
4. Гальперин И.Р. Очерки по стилистике английского языка / И.Р. Гальперин. 2 изд., испр. М.: URSS, 2012. 375 с.
5. Стам И. С. Язык газеты: учебное пособие по английскому языку / И. С. Стам. – Изд-во Московского ун-та, 1992. 71 с.
6. Официальный сайт the New York Times / URL <https://www.nytimes.com/>
7. Официальный сайт USA Today/ URL: <https://www.usatoday.com/>
8. Официальный сайт The Washington Post/ URL <https://www.washingtonpost.com/>

ВИДЫ КОММУНИКАТИВНЫХ СТРАТЕГИЙ И ТАКТИК И ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В ВЫСТУПЛЕНИЯХ ПОЛИТИКОВ НА ПРИМЕРЕ ХИЛЛАРИ КЛИНТОН

*Саляхутдинова А. Р.
Шигапова Ф. Ф.*

В статье рассматривается специфика речи политических лидеров на примере выступлений кандидата на пост президента США Х. Клинтон. Анализируются коммуникативные стратегии и тактики в официальных выступлениях.

Ключевые слова: политический дискурс, предвыборная речь, коммуникативные стратегии, коммуникативные тактики.

This article focuses on speech peculiarities of political leaders in the case of presidential candidate H. Clinton's reports. It holds the analysis of communicative strategies and tactics in official speeches.

Key words: political discourse, election speech, communicative strategies, communicative tactics.

Выборы на должность президента страны – это особое событие, которое влияет на дальнейшее развитие государства. В погоне за успехом кандидаты прибегают к различным коммуникативным тактикам и стратегиям, другими словами уловкам, которые бы подняли их авторитет среди населения страны на высокий уровень. Иными словами, они целенаправленно манипулируют сознанием избирателей, дабы максимально расположить их к себе и подвести к желаемому результату, то есть убедить граждан голосовать за «лучшую кандидатуру». Получение власти ставит перед кандидатами на пост лидера страны ряд конкретных задач и целей, связанных со стремлением предоставить о себе максимально «достоверную» и полную информацию, наладить доверительные отношения с избирателями, вызвать у них наиболее положительные эмоции и в то же время отрицательные об оппоненте.

Итак, выделяют следующие тактики: 1) тактика восхваления; 2) тактика акцентирования отрицательной информации о сопернике; 3) тактика обещания; 4) тактика упоминания о профессиональном успехе, вкладе в развитии страны; 5) тактика признания наличия конкретных проблем, к решению которых стоит непременно приступить и т.д. В нашей статье мы проанализируем несколько скриптов речей кандидата на пост президента США в 2016 году Хиллари Клинтон.

Рассмотрим использование обозначенных стратегий и тактик на следующих примерах. 1) Тактика самовосхваления в рамках стратегии положительной самопрезентации: (1) As your Senator, I fought against racial profiling and the disparity in sentencing between crack and powder cocaine [3]. Будучи Вашим Сенатором, я боролась против расовой дискриминации и

несоответствия при вынесении приговора за распространение наркотических веществ. 2) These are issues that I've worked on for a really long time, going back to my own life as a mother, a daughter, and some of the challenges there—but also in the work that I've done for the Children's Defense Fund [5]. *Это проблемы, над которыми я работала на протяжении долгого времени, обращаясь к своему личному опыту в роли матери и дочери, а также в решении проблем, связанными с работой в фонде по защите детей.* 3) And when I look back at everything else I've done, whether it was going undercover in Alabama as a young woman to help expose segregated academies and strip them of their tax exemptions, or running a legal clinic at the University of Arkansas to represent prison inmates and poor families, it was all part of the same mission: to fight injustice and even the odds for those who have the odds stacked against them in life and in our society [12]. *И когда я оглядываюсь назад, смотря на все, что я сделала, будь то работа под прикрытием молодой девушкой в штате Алабама, чтобы помочь обличить сегрегированные академии и лишить их права от неуплаты налогов, будь то управление юридической конторой при университете Арканзаса, цель которой состояла в защите прав заключенных и малообеспеченных семей. Все это было частью одной большой миссии: борьба с несправедливостью и неравенством во имя тех, кому не хватает мужества справиться с этим в жизни.*

Семантический разбор таких слов и словосочетаний как *fought, worked on, I've done, to fight injustice* позволяет нам убедиться в том, что оратор – сильная личность, лидер, способный обезопасить и повести за собой народ. Глаголы, использованные в прошедшем времени наводят слушателей на мысль, что выступающий приложил не мало усилий для жизни граждан, что является безоговорочным плюсом перед его соперником. В этом и заключается суть этой стратегии, раскрыться и убедить людей голосовать за себя.

2. Тактика акцентирования отрицательной информации о сопернике. Эффективность ее состоит в том, что кандидат психологически манипулирует сознанием избирателей, указывая на ошибки, неправильно принятые когда-то решения или высказывания соперника, тем самым настраивая граждан принять свою сторону. 1) We can't get distracted when the media or my opponent turns this election into a circus [6]. *Не стоит отвлекаться на то, как СМИ или мой оппонент пытаются превратить эти выборы в цирковое представление.* 2) Think of how dangerous that is. Imagine a person in the Oval Office who traffics in conspiracy theories and refuses to let them go – no matter what the facts are. Imagine someone who distorts the truth to fit a very narrow view of the world. Imagine a president who sees someone who doesn't look like him, and doesn't agree with him, and thinks, 'That person must not be a real American.' [11]. *Подумайте, насколько это опасно. Представьте человека, сидящего в Овальном кабинете, который торгует теориями заговора и отказывается разглашать их – несмотря ни на какие существующие факты. Вообразите президента, который смотрит на человека, заметно отличающегося от него и имеющего собственную точку зрения, и думает: «Этот человек совсем не американец».* 3) Donald Trump is temperamentally unfit to be president and Commander-in-Chief. And he's not just trying to build a wall between America and Mexico – he's trying to wall off Americans from each other [8]. *Дональд Трамп по темпераменту не подходит на роль президента или Главнокомандующего. И он не только старается построить стену между Америкой и Мексикой, но и пытается отгородить американцев друг от друга.* 4) On one hand, we have my opponent, Donald Trump, and in recent weeks, he's tried to restrain himself and clean up his image. But as Maya Angelou once said, 'When someone shows you who they are, believe them the first time.' And we know who Donald is. For five years, he has led the birther movement to de-legitimize our first black president. His campaign was founded on this outrageous lie [11]. *С одной стороны, существует мой оппонент, Дональд Трамп, который за последние недели сдерживал себя и пытался подчистить свою репутацию. Но как однажды сказала Майя Энджелу, «Первое впечатление – самое верное». И мы прекрасно знаем, кто такой Дональд Трамп. В течение пяти лет, он развивал теорию, согласно которой Барак Обама был рожден за пределами США и не имел права занимать должность лидера страны,*

чтобы делегитимировать нашего первого чернокожего президента. Вся его кампания была основана на этой возмутительной лжи.

Тактика дискредитирования соперника довольно часто проявляется в выступлениях Х. Клинтон с целью создания крайне негативного портрета своего оппонента, демонстрируя его политическую несостоятельность, а также упоминая об отсутствии у него человеческой морали. Таким образом, оратор изобличает противника и создает более привлекательный собственный имидж в глазах слушателей.

3. Тактика обещания является одним из ключевых инструментов для убеждения избирателей. Людидолжныпонять, чегоимждатьотпотенциальногопрезидента. 1) *As president, I will make identifying and stopping lone wolves a top priority. I will put a team together from across the entire government, as well as the private sector, and our communities to get on top of this urgent challenge. And I'll make sure our law enforcement and intelligence professionals have the resources they need to get the job done.Когда я займу пост президента, моей главной задачей станет выявить и остановить одиноких волков. Я соберу команду из всего правительства, а также частный сектор и общины, которые помогут мне взять все под контроль. И я лично прослежу за тем, чтобы у правоохранительных органов и службы разведки были необходимые ресурсы для успешного выполнения данной задачи* [10]. 2) *And I'm going to do everything I can in this campaign and then in the White House to be a great president for small business, and to consult people like Mike and Leigh who can give me firsthand, real information about what works and what doesn't work so that we don't get this big disconnect where you're trying to do something, and it's just not working* [9]. *И я собираюсь сделать все возможное в ходе своей предвыборной кампании, а позже и в Белом Доме, чтобы стать великим президентом для малого бизнеса и консультировать людей, таких как Майк и Ли, которые из личного опыта могут поделиться со мной информацией о том, что работает, а что нет, чтобы все старания не были напрасны.* Стоит отметить, что ораторы используют конструкции будущего времени, такие как: I'm(not) goingto + verb, Iwill(not) + verb. Также не редки случаи использования условных предложений.

4. Тактика признания существования проблемы. Убедительность речи кандидата заключается не только в упоминания о его успехах или профессиональном опыте. Все не может быть настолько гладко, народ должен понимать, что их возможно будущий президент в курсе того, как обстоят дела в стране, что стоит изменить и исправить, какой закон нужно принять, а какой вывести из строя. Поэтомуораторы прибегают к помощи данной тактики. 1) *On average 90 people a day die from gun violence. That is 33,000 people a year. As Steve said, a very significant majority of both American citizens and gun owners in our country want to see commonsense gun safety measures passed* [5]. *В среднем ежедневно от насилия с применением оружия погибают 90 человек. То есть 33,000 человек в год. Как сказал Стив, значительное большинство американцев и владельцев оружия желают увидеть здравый смысл в принятии мер безопасности по использованию оружия* [7]. 2) *The first is naturalization. We currently have nine million people in our country who are eligible for naturalization. They work and pay taxes, but they can't vote, serve on juries, or even join our military in most instances. Unless they become citizens, they remain at risk of being separated from their own families. But only seven percent of those eligible naturalize every year. It is a broken system. It is easier they believe to stay here on a green card. They're here legally. They get to work. The hassle of becoming a citizen is sometimes just overwhelming* [4]. *Прежде всего – натурализация. В настоящее время девять миллионов человек по стране имеют право на натурализацию. Они работают, платят налоги, но не в праве голосовать, занимать место судей и, в большинстве случаев, даже вступать в ряды вооруженных сил. Если они приобретают статус граждан, они все равно рискуют быть отделенными от своих семей. Ежегодно только 7 процентов проходят процедуру натурализации. Это сломанная система. Они верят, что легче прожить в стране, имея на руках одну лишь грин карту. Здесь они на законных основаниях. Приступают к работе. Порой существует слишком много препятствий, чтобы стать*

гражданином. Используя данную тактику, кандидат укрепляет свои позиции в предвыборной гонке, он повышает свой авторитет.

Таким образом, мы проанализировали лексико-стилистические средства организации англоязычных политических выступлений и пришли к следующим выводам: исходя из наших исследований, мы определили, что тактика самопрезентации встречается в предвыборных речах чаще всего. Кроме того, мы убедились, что использование коммуникативных стратегий и тактик крайне необходимо в речи кандидатов. Они позволяют им стать на шаг ближе к своей победе и в то же время убедить избирателей в профессиональной непригодности своего оппонента в качестве президента Соединенных Штатов Америки.

ЛИТЕРАТУРА

1. Атьман О. В. Вербализация стратегии самопрезентации в президентских предвыборных теледебатах как агональном жанре политического дискурса США // Политическая лингвистика: научный журнал. Екатеринбург, 2011. Вып. 1 (35). С. 96–103.
2. Кауфова И. Б. Экстралингвистические факторы в реализации семантики незавершенности // Вестник Пятигорского государственного лингвистического университета. 2014. № 4. С. 61–66.
3. Hillary Clinton Delivers Remarks at National Action Network. URL: <https://www.hillaryclinton.com/briefing/updates/2016/04/13/hillary-clinton-delivers-remarks-at-national-action-network/> (Дата обращения 29.12.2016)
4. Remarks at endorsement event with the New York Immigrant Rights Coalition URL: <https://www.hillaryclinton.com/speeches/remarks-endorsement-event-new-york-immigrant-rights-coalition/>, (Дата обращения 29.01.2017)
5. Remarks emphasizing the commitment to young parents and families. URL: <https://www.hillaryclinton.com/speeches/remarks-emphasizing-commitment-young-parents-and-families/>, (Дата обращения 25.01.2017)
6. Remarks in Philadelphia. URL: <https://www.hillaryclinton.com/speeches/in-philadelphia-clinton-tells-millennials-she-will-have-their-back-as-president/>, (Дата обращения 26.01.2017)
7. Remarks on gun violence prevention on Long Island. URL: <https://www.hillaryclinton.com/speeches/remarks-gun-violence-prevention-long-island/>, (Дата обращения 29.01.2017)
8. Remarks on securing the Democratic nomination. URL: <https://www.hillaryclinton.com/speeches/remarks-securing-democratic-nomination/>, (Дата обращения 26.01.2017)
9. Remarks on small businesses and creating jobs in St. Petersburg, FL. URL: <https://www.hillaryclinton.com/speeches/remarks-small-businesses-and-creating-jobs-in-st-petersburg-fl/>, (Дата обращения 28.01.2017)
10. Remarks on the terrorist attacks in Orlando, Florida. URL: <https://www.hillaryclinton.com/speeches/remarks-terrorist-attacks-orlando-florida-2/>, (Дата обращения 27.01.2017)
11. Remarks on Trump's bigotry at the Black Women's Agenda Symposium. URL: <https://www.hillaryclinton.com/speeches/remarks-on-trumps-bigotry-at-the-black-womens-agenda-symposium/>, (Дата обращения 26.01.2017)
12. Remarks to the National Action Network. URL: <https://www.hillaryclinton.com/post/remarks-national-action-network/>, (Дата обращения 25.01.2017)

ТИПЫ ЛЕКСИКИ В ТЕЛЕВИЗИОННОМ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОМ СЕРИАЛЬНОМ ДИСКУРСЕ

Саханова А. Э.
Акимова О. В.

Статья посвящена лексическим особенностям специализированного телевизионного дискурса русского и английского языков. В статье предложены варианты классификации изучаемых единиц на примере 178 лексических единиц, отобранных на примере сериалов “Интерны” и “House M.D.”.

Ключевые слова: лексическая единица; классификация; лексические особенности; дискурс.

The article describes lexical peculiarities of the specialized television discourse of Russian and English languages. The article suggests variants of classification of studied units exemplified by 178 lexical units selected on the example of “Interns” and “House M.D.” series.

Keywords: lexical unit; classification; lexical features; discourse.

О важности роли телевидения, ставшего сегодня ежедневной потребностью социокультурной жизни любого человека, о его возможностях воздействовать на мировоззрение человека, его национальную культуру и язык, мы знаем не понаслышке. Исследователями этого социального феномена и его роли в жизни общества, а также как особой формы институционального дискурса являются С. Муратов, А. Вартанов, В. Вильчек [1, 2, 4] и другие. В числе зарубежных исследователей особенно выделяют имена Дж. Гербнера, Г. Маклюэна, В. Шрама [3,5,6] и других. Зачастую многие программы, появляющиеся на нашем телевидении, имеют “импортные” аналоги, которые послужили своего рода примером для создания той или иной передачи. В частности это касается огромного количества сериалов, которые «заполонили» просторы телевидения своими вариациями и разнообразием.

В нашей работе анализу подвергаются лексические особенности телевизионного сериального специализированного дискурса (ТССД) английского и русского языков и проводится сопоставительный анализ специализированной лексики, использованной в телевизионных сериалах. Актуальность обусловлена недостаточной изученностью особенностей специализированного теледискурса и его жанровой специфики. Цель работы состоит в выявлении и анализе особенностей использования специализированной лексики телевизионных сериалов.

Источником материала исследования являются американский телевизионный сериал “House M.D.” и российский телесериал «Интерны». Именно эти сериалы были выбраны, поскольку они являются прототипами друг друга. Выбор для исследования указанных телесериалов также обусловлен тем, что эти передачи являются одними из высокорейтинговых сериалов на американском и русском телевидениях.

Материалом исследования являются специализированные единицы телевизионного сериального медицинского дискурса (ТСМД).

В ходе работы над ТСМД вся специализированная лексика была классифицирована на:

- 1) специализированную стандартную лексику;
- 2) специализированную нестандартную лексику.

Специализированная лексика – это слова или сочетания слов, употребляемые и понимаемые преимущественно представителями определенной отрасли знания, профессии.

К первой классификации нами были отнесены термины. Ко второму типу лексики нами были отнесены профессионализмы и профессиональные жаргонизмы.

Важная роль в популяризации термина принадлежит телевизионному дискурсу. Так, создание тематических сериалов, в нашем случае, это сериалы “Hause M.D.” “Интерны”, способствовало знакомству широких кругов телезрителей со многими медицинскими терминами.

Термин – это слово или сочетание, являющиеся официально принятыми и узаконенным наименованием какого-либо понятия в определенной профессиональной сфере. Например, *dementia* – слабоумие; *uraemia* – уремия; *back brace* – спинной корсет; *seizure* – эпилептический припадок; *progressive deterioration of mental status* – прогрессирующее ухудшение психического здоровья; *diagnosis* – диагноз; *brain tumor* – опухоль головного мозга; *diagnostician* – диагностик; *oncologist* – онколог; *brain cancers* – рак мозга; *radiation treatment* – лучевая терапия; *Wernicke’s encephalopathy* – геморрагический полиоэнцефалит; *blood thiamine level* – уровень тиамина в крови; *blood tests* – анализ крови; *gadolinium* – гадолиний; *medicine* – лекарство; *differential diagnosis* – постановка дифференцированного диагноза; *aneurysm* – расширение сосуда; *stroke* – инсульт; *ischemic syndrome* – ишемический синдром; *vein* – вена; *steroids* – стероиды; *inflammation* – воспаление; *vessels blood* – кровеносные сосуды *cerebral vasculitis* – церебральный васкулит; *prepubescent years* – годы препубертатжа; *prednisone* – преднизон; *пироцетам*; *молочные железы*; *аллергия*; *веропомил*; *интерн*; *интернатура*; *эуфелин*.

Среди терминов в ТСМД и в английском, и в русском языках широко встречаются аббревиатуры и сокращения.

Аббревиатура – слово, образованное сокращением слова или словосочетания и читаемое по алфавитному названию начальных букв или по начальным звукам слов, входящих в него. Например, *M.R.I (Magnetic Resonance Imaging)* – магниторезонансная визуализация; *CAT scan (Computerized Axial Tomography)* – томография; *H. M. O. lab.(A Health Maintenance Organization)* – Организация медицинского обеспечения; *MPT* – магнитно-резонансная томография.

Профессиональные сокращения – это усеченные слова, а также часть слова или целое слово, образованное путем такого усечения. Например, *pre-med care* – preliminary medical care (предварительная медицинская помощь); *med school campus* – medical school campus (медицинское общежитие); *attending* – attending physician (лечащий врач); *Are you medical or surgical? - Are you medical or surgical intern?* (Вы медик или хирург?); *med school* – medical school (мед. школа); *sed rate* – Sedimentation Rate (скорость седиментации); *lab* – laboratory (лаборатория); *биохимия* – биологическая химия; *пах* – паховая область; *операция* – оперативное вмешательство; *физраствор* – физиологический раствор.

Профессионализмы и профессиональные жаргонизмы – слова и выражения, свойственные речи представителей той или иной профессии или сферы деятельности, обычно выступающие как просторечные, эмоционально окрашенные эквиваленты терминов. Профессионализмы также как и термины обозначают специальные понятия, орудия или продукты труда, трудовые процессы производства, но не имеют стандартный, кодифицируемый статус. Например, *poke through skin* – проткнуть кожу; *coroner* – патологоанатом; *brain cancers* – рак мозга; *cadavers* – трупы; *painkillers* – обезболивающее; *runny nose* – насморк; *infectious disease guy* – инфекционист; *белочка*- белая горячка; *аикнутый* – пациент после операции, проведенной с использованием аппарата искусственного крово-обращения (АИК); *тело* – труп; *бэцэшиник* – пациент, у которого обнаружен и гепатит В, гепатит С; *вертолет* – гинекологическое кресло; *обход*; *разряд*.

Как правило, дискурс с профессионально-жаргонными элементами достаточно экспрессивно окрашен. Например,

Your job is to stay sane enough so when someone does come in that you can help, you're not so braindead you can't function. – остаться здравомыслящим / не показаться безмозглым.

В ее историю болезни заглядывал?

Ты чего бабке **вколол**?
 Ты ее **смотреть** должен был – наблюдать;
 Ушла твоя бабка – умерла;
Статоскоп в уши – надеть статоскоп;
 Щас **веропомильчик** тебе поставим и будешь бегать, как молодая;
Укольчик поставил и как рукой сняло;
 Я **больную** опрашивал – пациентку;
 Я на **скоряке** с первого курса **впахиваю**;
 Осторожно, у нее **скачет давление** – нестабильное давление.
 Под вечер **поясницу** **начинает крутить** – сверлящая боль;
 К дождю **колени ломит** – резкая боль;
 В пятницу **в боку колело** – колющие боли в боку;
 Сейчас **в голове немного шумит** – болит голова;
 Сейчас уже **полегче** – боли прошли;
 Я вам разрешаю **самостоятельно выносить утки** – судна подкладные;
 Не бойсь, бабуля. **Починим!** – вылечим;
 Давайте-ка я вас **послушаю**. – послушаю статоскопом;
 Скоро должен **прийти в себя** – очнуться.

В процессе исследования было отмечено, что в специализированной лексике исследуемого материала ТСМД английского языка преобладает использование специализированной стандартной лексики, в то время как аналогичный тип дискурса в русском языке пестрит использованием специализированной нестандартной лексики. Таким образом, можно предположить, что в зависимости от жанровых и целевых особенностей специализированного телевизионного сериала, развлекательного, описательно-повествовательного или познавательного, лексика ТСМД будет характеризоваться как более стандартная при описательно-повествовательных и познавательных целях, и более нестандартная при развлекательном направлении.

ЛИТЕРАТУРА

1. Варганов А.С. Актуальные проблемы телевизионного творчества на телевизионных подмостках. Учебное пособие. Москва, Высшая школа, 2003.
2. Вильчек В. М. Под знаком ТВ. М.: Искусства, 1987.
3. Гербнер Дж. Теория культивирования. 1959.
4. Муратов С.А. ТВ – эволюция нетерпимости. 2000.
5. McLuhan, Herbert Marshall. Understanding Media: The Extensions Of Man. 1st Ed.: McGraw Hill, 1964; Reissued by MIT Press, 1994. Маклюэн Г. М. Понимание Медиа: Внешние расширения человека. – Перевод с английского: В. Г. Николаев. – М., 2003. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. – (дата обращения 15.11.2008).
6. Schramm W. How Communication Works // Process and Effects of Mass Communication. / Ed.: W. Schramm. – Urbana: University of Illinois Press, 1954.

ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО МЕДИЙНОГО ДИСКУРСА ВЕЛИКОБРИТАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕКЛАМАЦИИ ДЭВИДА КЭМЕРОНА)

*Хусаинова Л. Р.
Мухаметшина Э. Е.*

Статья посвящена лингвистическим особенностям британского политического медийного дискурса, несущих аргументативный компонент и способы их применения в политической декламации. В статье предложены варианты стратегий, используемых британским политиком в его высказываниях, отобранных в медийных источниках.

Ключевые слова: политический дискурс; декламация; лингвистические особенности; классификация; стратегия; язык.

The article describes the linguistic features of the British political media discourse, which contain the argumentative component and the ways of their application in political recitation. The article presents strategy usage declared by the British politician in his statements, selected from media sources.

Key words: political discourse; recitation; linguistic features; classification; language.

Политическая деятельность всегда играла особую роль жизни общества. От определенной политической позиции или ситуации зависит место страны на международной арене, ее взаимоотношений с другими государствами, ее роль в деятельности мирового сообщества. В связи с расширением и возрастанием роли средств массовой информации в современном мире усилились политическое воздействие и манипуляция общественным сознанием. Политизация общественных масс, а именно политический дискурс становится неотъемлемым компонентом «информационной жизни» человека.

Актуальность работы определяется современным запросом общества, так как политические высказывания официальных лиц имеют огромное влияние, и используются в различных целях (политика, экономика), в виду этого, исследуются составляющие элементы речей политической декламации, тактики, убеждения, контраргументации и другие явления языкового и лингвистического характера.

Объектом исследования является речевая декламация и способы коммуникации, в частности тактики и стратегии аргументации и убеждения, используемые в данном политическом дискурсе.

Предметом исследования в данной работе является система лингвистических средств, характерная для построения политического текста со значительным аргументативным потенциалом.

Цель работы: выявление конкретных лингвистических средств аргументации, присутствующих в политическом медийном дискурсе.

В связи с вышеназванной целью мы поставили перед собой следующие задачи:

- уточнение понятия «дискурс» в целом и «политический дискурс» в частности;
- выявление основных характерных признаков дискурса;
- исследование особенностей лингвистических средств, несущих аргументативный компонент (на примере политической декламации Дэвида Кэмерона).

Прежде чем перейти к характеристикам политического медийного дискурса, необходимо дать его определение. Существует множество дефиниций данного понятия,

поскольку ученые никак не могут сойтись во мнении, что же именно следует понимать под дискурсом.

В формулировке Кавинкиной И.Н. дискурс – это «текст, опрокинутый в жизнь, речевое произведение во всем многообразии его когнитивных и коммуникативных функций. Это текст, вписанный в реальную культурно-коммуникативную ситуацию» [4].

Т. ван Дейк определяет понятие дискурса несколько по-иному: «Дискурс, в широком смысле слова, является сложным единством языковой формы, значения и действия, которое могло бы быть наилучшим образом охарактеризовано с помощью понятия коммуникативного события или коммуникативного акта. Дискурс <...> не ограничивается рамками текста или самого диалога. Анализ разговора с особой очевидностью подтверждает это: говорящий и слушающий, их личностные и социальные характеристики, другие аспекты социальной ситуации, несомненно, относятся к данному событию» [15].

Что же такое политический дискурс? В своих трудах «Семиотика политического дискурса» Шейгал Е.И. так определяет политический дискурс - «это явление, с которым все сталкиваются ежедневно. Борьба за власть является основной темой и движущим мотивом этой сферы общения. Чем более открыта и демократична жизнь общества, тем больше внимания уделяется языку политики. Политическим дискурсом интересуются как профессионалы от политики, в том числе журналисты и политологи, так и самые широкие массы граждан» [11].

Материалом для исследования послужили выступления бывшего премьер-министра Соединенного Королевства – Дэвида Уильяма Дональда Кэмерона. Источниками языкового материала явились тексты речей Дэвида Кэмерона, а также его предвыборных кампаний 2010 и 2016 года, также выступлений за шесть лет пребывания у власти.

В результате анализа как текстового, так и видео материала нам удалось выявить ряд речевых стратегий, лингвистических приемов, которые характерны для всех речей Дэвида Кэмерона, которые позволяют ему оказывать мощное как эмоциональное, так и прагматическое воздействие на адресата.

Одна из наиболее заметных особенностей речи премьер-министра – частое обращение к формулировкам от первого лица, что позволяет достичь высокой персонализации дискурса. Высказывания Д. Кэмерона от первого лица несут два посыла. Первый из них реализует стратегию самопрезентации и может быть обозначен, как «я несу личную ответственность и даю гарантии»: *“I am committed to delivering that”* (Я намерен добиться этого); *“I am determined to deliver”* (Я намерен добиться); *“I will, as I said”* (как я сказал, я...); *“I will finish the job”* (Я доведу дело до конца); *“I would do the right thing for the country”* (Я действовал бы в интересах страны); *“the government I led did important work”* (Правительство, возглавляемое мной...); *“I will do everything”*; (Я сделаю все) *“I can to support”* (Я могу поддержать); *“In this parliament I will stay true to my word and implement as fast as I can”* (...я буду верен своему слову и реализую его настолько быстро, насколько смогу); *“I will finish the job”* (Я доведу дело до конца);

Вторую коннотацию стратегии самопрезентации можно определить, как личную высокоэмоциональную вовлеченность в судьбу страны и народа: «мне не все равно, я – один из вас». В такого рода высказываниях мы часто встречаем эмотивы-номинативы [1], то есть лексемы, прямо называющие эмоции: *“I am proud”* (Я горд); *“I care so passionately”* (Я очень переживаю); *“I give my whole hearted support”* (Я всем сердцем поддерживаю); *“I am confident that with good will and understanding we could and we will succeed”* (Я уверен, что с доброй волей и взаимопониманием мы добьемся успеха); *“I am passionate about completing the job”* (Мне нравится доводить дело до конца); *“I have got a big ambition for National Health System”* (Я вкладываю большие надежды в НСЗ); *“It sickens me to think”* (Мне больно думать о); *“I have to be honest here”* (Я должен быть честным).

Следующей ораторской стратегией, усиливающей эмоциональный отклик адресата, и побуждающей к активным действиям, является стратегия дискредитации или создание образа общего врага или оппозиции общему благу. В вербализации и негативной ситуации бывший премьер-министр обильно использует эмотивы-ассоциативы: *“in the grip of economic crisis”* (в тисках экономического кризиса); *“get to grips with the problem”* (справиться с проблемой); *“lax approach of the last government was clearly mad”* (халатный подход прошлого правительства был явно сумасшедшим); *“difficult, unpopular decisions”* (сложные, невостребованные решения); *“what a mess we inherited”* (Какой беспорядок мы унаследовали).

В речи, посвященной борьбе с экстремизмом, однако, стратегия дискредитации используется уже не дискретно, а эксплицитно, и уровень эмоционального воздействия на адресата достигает предельного значения. Врагиназываются открыто: *extremism, nazis, extremist ideology, extremist organisations: “vicious, brutal, fundamentally abhorrent existence”* (злое, зверское, принципиально отвратительное существование); *“sick and brutal reality of ISIL”* (нездоровая и жестокая реальность ИГИЛ); *“intolerant, hostile ideas”* (недопустимые враждебные идеи); *“violence”* (насилие); *“sick world view”* (нездоровое мировоззрение); *“malevolent power”* (злые силы); *“ludicrous theories”* (абсурдные теории); *“utter brutality of FGM”* (полнейшая жестокость)

Еще один объект дискредитации – пассивные или ретроградно мыслящие граждане. На них политик указывает опосредованно, обличая не их самих, а их взгляды и действия: *“demonizing our values (openness)”* (демонизируя наши ценности); *“having complacent view on immigration”* (безразлично относиться к эмиграции); *“preaching isolationism”* (поучать за изоляционизм); *“misguided, unpatriotic view”* (ошибочный, непатриотичный взгляд); *“suggesting heresy”* (предлагая бессмысленность).

Идея единства и общности характерна предвыборной речи политика. Она активно закрепляется на вербально-семантическом уровне, путем многократного повтора, использования параллельных конструкций, привлечения всего семантического поля «единство» и создания развернутой метафоры «страна это общий дом, который все строят вместе»: *“one nation”* (единая нация); *“giving everyone a chance”* (давая шанс каждому); *“bringing together the people”* (объединяя людей); *“make common home”* (создавая общий дом); *“we are all British (все мы Англичане); home we are building together”* (дом, который мы строим вместе); *“undermine our shared values”* (подрываем наши общие ценности); *“things we share together”* (взгляды, которые мы разделяем); *“feel part of this country”* (чувствуем себя частью этой страны); *“building shared community”* (строим сообщество для всех).

Мы рассмотрели порядка 300 высказываний политика, Дэвида Кэмерона, за период 2010-2016 года, проанализировали стратегии, которые он использует в своих речах. Анализ речей показал, что они сочетают в себе тактики самопрезентации и создания образа общего врага или оппозиции общему благу, а также стратегии дискредитации и идеи единства и общности.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод, что лингвистические особенности политического дискурса имеют широкий спектр применения политиками на практике. Что несомненно указывает на большую роль в политической декламации, наряду с такими лингвистическими особенностями как:

- использование местоимений в единственном числе
- использование прилагательных с аргументативной интонацией
- использование существительных и параллельных конструкций, усиливающих эмоциональный окрас речи политика.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н.Д. Дискурс/Лингв. энциклоп. словарь. М.: Сов. энцикл., 1990. 140 с.
2. Борботько В.Г. Элементы теории дискурса, Грозный, 1989. 300 с.
3. Дейк Т.А. ван. К определению дискурса. М., 1998. URL: <http://www.nsu.ru/psych/internet/bits/vandijk2.htm> (дата обращения 17.04. 2017)
4. Маркович А.А. Аргументативная коммуникация // Методология исследования политического дискурса: Актуальные проблемы содержательного анализа общественно-политических текстов: сб. науч. трудов / Белгосуниверситет; под общ. ред. И.Ф. Ухвановой-Шмыговой. Вып. 1. Минск, 1998. 460 с.
5. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса: дисс ... докт филол н. Волгоград, 2000. 285 с.
6. Sally Young. Political and Parliamentary Speech in Australia. Parliamentary Affairs, Vol. 60 No. 2, 2007, 476 p.
7. Political Portrait: David Cameron. BBC Russia. Com. URL: http://news.bbc.co.uk/1/hi/russian/uk/newsid_4502000/4502974.stm (дата обращения: 22.01.2017).
8. David Cameron's Victory Speech: The full text of the speech delivered on Downing Street. Independent, 8 May 2015. URL: <http://www.independent.co.uk/news/uk/politics/generalelection/david-camersons-victory-speech-the-full-text-of-the-speech-delivered-on-downing-street-10236230.html> (дата обращения: 15.02.2017).
9. <http://www.independent.co.uk> (дата обращения: 05.03.2017)

ЯЗЫК ФРАНЦУЗСКОЙ БЛОГОСФЕРЫ В КОНТЕКСТЕ ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИХ ОСОБЕННОСТЕЙ ФРАНЦУЗСКОГО СОЦИУМА

Ребрик О.И.

Статья посвящена языку французской блогосферы, а также его влиянию на общество. В статье проанализированы ключевые тенденции, характерные для языка современной молодежи.

Ключевые слова: блогосфера, сленг, социум, лингвокультурологические особенности.

The article is devoted to the language of the French blogosphere and its influence on society. In this article are analyzed key trends typical for the language of modern youth.

Key words: blogosphere, slang, socium, linguocultural features.

Прогресс не стоит на месте. Все больше открытий появляется в области науки, техники, медицины. Любое изменение вносит свои коррективы в уже устоявшуюся систему. Новая разработка, новое применение и даже новое название, так или иначе, затрагивает жизнь нашего социума.

Так как язык является неотъемлемой частью общества, он также подвергается постоянному изменению. Общество не может существовать без языка и культуры, которые тесно взаимодействуют друг с другом и оказывают определенное влияние.

Согласно определению В.В.Воробьевой *лингвокультурология* это – комплексная научная дисциплина синтезирующего типа, изучающая взаимосвязь и взаимодействие культуры и языка в его функционировании и отражающая этот процесс как целостную структуру единиц в единстве их языкового и внеязыкового (культурного) содержания при

помощи системных методов и с ориентацией на современные приоритеты и культурные установления (система норм и общечеловеческих ценностей) [1].

Во Франции, как и в других странах, на занятиях по французскому языку, традиционно, делают сильный акцент на грамматике, письменной форме языка, а также литературе, с малым шансом или полным отсутствием практики настоящего разговорного французского языка.

«Разговорный французский, преподаваемый в американских классах является фикцией, он основывается лишь на представлении о том, как люди должны говорить, а не о том, как они говорят», утверждают лингвисты Линда Во и Бонни Фонсека-Гребер (Университет штата Аризона) [6].

Французский, как и любой язык, развивается, и в настоящее время можно отметить разницу между:

- письменным французским,
- традиционным французским (преподаваемый в школах, а также язык политиков или интеллектуалов),
- разговорным французским (на котором говорит большая часть общества).

Эти различия влияют на произношение французского языка, его словарный запас и даже на его грамматику и структуру предложения.

Современный разговорный французский язык, как правило, не учат в учебных заведениях просто потому, что он считается «убогим» языком. Многие ученые отрицательно относятся к эволюции языка, и глубоко убеждены, что любая эволюция на самом деле является регрессом и ослаблением языка.

И хотя во Франции действует сильная языковая политика, направленная на сохранение литературного языка, тем не менее, сквозь времена и моду язык продолжает развиваться. Но, несомненно, у французского языка существует сильная словарная база, которая вряд ли сильно изменится.

Для анализа лингвокультурологических особенностей французского языка нами был выбран французский видеоблогер Norman Thavaud (Norman fait des vidéos ник на Youtube), так как, на наш взгляд, именно видео блог прекрасно отражает нынешнюю культуру и взаимодействие языка [5].

Норман Тавод (родился 14 апреля 1987 года), популярен под ником Norman fait des vidéos (Норман делает видео) – французский комик и блогер, известный благодаря своим короткометражными видеороликами на YouTube [7]. Каждый из его видеороликов получили не менее восьми миллионов просмотров, а некоторые – более 34 миллионов.

Получив высшее образование в 2005 году, Норман переехал в Париж, чтобы изучать кино. Перед тем, как стать специалистом по видеомонтажу, у него была целая череда смены рабочих мест.

Норман познакомился с Хьюго Дессю (псевдоним Hugo tout seul) в колледже, и они образовали комедийную группу Le Velcrou в марте 2008 года. Le Velcrou регулярно размещали комедийные видеоролики на веб-сайте Dailymotion. Через четыре месяца к команде присоединился Марк Яруссо (псевдоним Kemar), друг из университета.

В июле 2009 года Норман получил степень по кинематографии в Университете Париж-1 Пантеон-Сорбонна. Le Velcrou распались в октябре 2010 года. С тех пор бывшие участники группы снимают сольные видео.

В конце 2010 года Норман запустил новый формат: короткие видеоролики продолжительностью около 4 минут. Два месяца спустя он опубликовал видео “Les bilingues” (Двужычные), которое ознаменовало начало его славы. Впоследствии он выпускал более популярные видео, например, “Now, I have Google” (Сейчас у меня есть Google).

“Luigi bashes Mario” – сегодня его самое популярное видео. Норман записывает видеозаписи в своей парижской квартире, где он живет с соседом и двумя кошками.

Его видео на YouTube имеют несколько, а то и десятки миллионов просмотров, что позволяет ему и привлекать внимание национальных средств массовой информации.

В ходе анализа видеороликов данного блогера, нами были отмечены различия между сегодняшним современным разговорным французским и традиционным литературным языком, а именно:

1. Арго

Арго – определенный язык или словарный запас, который создается в рамках социальных или профессиональных групп [3], например, одноклассниками, преступниками, коллегами и многими другими. Также, арго часто связано с понятием секретного языка, чтобы не допустить посторонних в понимании своих разговоров. Термин арго используется и для обозначения неформальной специализированной лексики из определенной области исследования, занятия или хобби. В некотором смысле пересекается с жаргоном, однако жаргон обычно связан с профессиональной деятельностью, арго же употребляется вне зависимости от профессии. Арго не имеет своей собственной фонетической и грамматической системы, образует специальный лексический пласт — сленг. Им, в буквальном, смысле «кишит» речь современных французов.

Bordel – черт подери

La dèche – нет денег

Un resto – ресторан

Le cinoché – кино, киношка

Un mec – парень, юноша

Des sous – деньги

2. Верлан

Верлан – часть сленга, заключающаяся в переворачивании порядка слогов в слове, таким образом, что первый слог становится последним. Само название верлан (verlan) происходит от инвертирования слогов во французском слове l'envers, что переводится как «наоборот». Согласные звуки идут в обратном порядке, а гласные часто меняются на *ei*. В верлан превращаются не все слова, обычно только самые распространённые и закрепившиеся в языке. Он также лишён грамматических показателей, например если в верлан переводятся глаголы, то они не спрягаются.

Z'y va – vas-y (иди туда)

Cimer – merci (спасибо)

Une Meuf – femme (женщина)

Musique – zïsti (музыка)

Salut – luss (привет, пока)

3. Франглиш (franglish, также известен как franglais)

Франглиш – это английские слова, используемые с более или менее правильным акцентом и смыслом на французском языке.

On a brainstormé toute la journée (brainstorm – английский глагол, обозначающий «мозговой штурм»).

un bouquin – (от английского book – книга)

Chatter – (от англ. to chat – переписываться в чате)

Помимо английского, другие языки также могут оказывать влияние на французский, в частности, арабский язык.

“*Kif*” с арабского переводится как «нравится», таким образом, восклицание “*Je kiff cette meuf!*” будет переводиться как «Мне нравится эта женщина!», где kiff, от арабского kif – нравиться, meuf – верлан от слова femme.

4. Глайд (англ. glide — «скольжение»)

Глайд — в фонетике: краткий, неполный, неопределённый по качеству звук, возникающий как переходный элемент в сочетании звуков, различных по месту образования. Причина возникновения глайда состоит в том, что голосовая щель остаётся открытой, в то время как органы речевого аппарата стремятся занять новое положение.

Глайд во многом зависит от контекста, возраста, местного акцента и даже поведения, например, пытается ли человек казаться умным или крутым.

Возраст также имеет большое значение: молодые люди, как правило, применяют больше глайда и используют больше сленга в речи, чем взрослые.

- *Je* становится своего рода звуком «ш» :

Je suis – *shui*

Je parle – *shparl*

- *Tu* становится *T* перед гласной.

Tu es d'accord ? – *Té dacor*

Tu imagines – *timajin*

- *Il, elle* (в единственном числе) *ils, elles* (множественное число) становятся *I* и *È* + согласный (не гласный).

Elle regarde – *Èrgard*

Ils parlent – *iparl*

- Отрицательная частица *Ne* сокращается до *N* или полностью исчезает:

Je ne parle pas = *jeun parlpa*

Nous ne parlons pas = *noon parlonpa*

Je ne suis pas = *shuipa*

Ils ne parlent pas = *iparlpa*

Исходя из анализа видеороликов французского блогера, можно прийти к выводу, что современный французский разговорный язык сильно отличается от языка традиционного, преподаваемого в учебных заведениях.

Уличный французский не считается красивым. Особенно для людей, которые любят этот язык, для лингвистов, учителей, людей из высших социальных классов ... Но такова реальность французского языка на сегодня.

Современная молодежь старается отличаться от взрослого поколения. Они не хотят говорить ни на скучном языке радио и телевидения, ни на культурном языке представителей высших обществ.

Таким образом, французский становится своего рода анти-газетным, бунтарским языком, все больше и больше выходящим за рамки традиционных правил. И, хотя, французские политики активно борются со всяческими изменениями в языке, общество побороть труднее. А язык – его неотъемлемая часть, поэтому французскому языку приходится адаптироваться к такому социальному изменению.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воробьев В. В. Лингвокультурология: теория и методы. М., 1997.– С. 36-37
2. Лингвистический энциклопедический словарь / Под ред. В. Н. Ярцевой. М.: Советская энциклопедия, 1990. 685 с.
3. Ожегов С.И. Словарь русского языка. М.: Русский язык, 1984. 27 с.
4. Ребрик О.И., Агеева А.В. Жанрово-стилистические особенности французских блогов. Terra Linguae. Сборник научных статей. Казань, 2015. С. 217-220.
5. Словарь иностранных слов. М.: Русский язык. 607 с.
6. Linda R. Waugh, Bonnie Fonseca-Greber. Authentic Materials for Everyday Spoken French: Corpus Linguistics vs. French Textbooks. Arizona Working Papers in SLAT 9, 2002. P.114-127.
7. Norman fait des vidéos. URL: <https://www.youtube.com/user/NormanFaitDesVideos> (дата обращения: 19.03.2017)

СЕМАНТИКА ПОБУЖДЕНИЯ В СИСТЕМЕ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ

Нурмухаметова Э.В.
Балабанова И.Я.

Целью настоящей статьи является рассмотрение и интерпретация средств апелляции к адресату рекламы – а именно глагольной лексики, ее семантики и грамматических категорий (наклонения) в контрастивном плане.

Ключевые слова: лингвистика, рекламный текст, русский и французский языки, категория побуждения, фактор адресата.

The purpose of this article is to review and interpretation of means of appeal to the addressee of advertising - namely verbal lexicon, its semantics and grammatical categories (mood) in a contrastive plan.

Keywords: linguistics, advertising text, Russian and French languages, motivation category, addressee factor

Современный культурный ландшафт невозможно представить без рекламы, ставшей мощнейшим оружием воздействия на массовое сознание и обладающей целым арсеналом как собственно лингвистических, так и экстралингвистических средств. Удачное соединение всех составляющих – изображение, звук, выбор языковых средств обеспечивают эффективность рекламного послания. Тем не менее, исследователи подчеркивают особую значимость вербального компонента, поскольку язык – самый эффективный из всех известных человечеству видов оружия» [5, с.14].

Международная торговая палата в первой статье Кодекса рекламной практики предписывает следующее: «Aucune communication ne doit être de nature à dégrader la confiance que le public doit pouvoir porter au marketing» [6]. («Любая коммуникация не должна подрывать доверие общественности, которое она оказывает маркетингу» - *пер. наш*) и составители рекламных сообщений прибегают к различным стилистическим приемам, виртуозно проделывая словесные трюки. Т.Г. Добросклонская отмечает, что «имея своей целью интенсивное концентрированное воздействие, реклама использует богатый спектр средств выразительности на всех языковых уровнях. К наиболее значимым признакам рекламного текста на морфосинтаксическом уровне можно отнести такие, как частое употребление императивных форм глагола, что значительно усиливает динамичность рекламного обращения» [4].

Однако при всех этих условиях важно помнить, что рекламный текст не должен выражать явного приказа – он должен побуждать, но не давать какие-либо указания адресату. Поэтому рекламный слоган обладает специфической особенностью, суть которой состоит в том, чтобы избегать категоричного императива и отдавать предпочтение более «мягким» формам побуждения. Так, например, такие глаголы как *предписывать, требовать, приказывать* не подходят для рекламного текста, поскольку современное общество построено на принципе «никто ничего никому не должен» [1], следовательно, реклама, использующая глаголы с семантикой принуждения, только оттолкнет потенциальных потребителей. Такие глаголы как *предлагать, советовать, рекомендовать*, имеют более мягкую форму непринужденного совета, хотя несут в себе тот же побудительный посыл и благодаря этому охотно используются рекламистами.

При составлении рекламного слогана важно помнить о лексико-семантических границах и в зависимости от рекламируемого товара и его категории принадлежности следует выбирать соответствующий его семантике глагол. Это необходимо для того, чтобы рекламный слоган был целостным, гармоничным и убедительным. Например, реклама

спортивного инвентаря не может не использовать глаголы, содержащие в себе волевою семантику, такую как «идти к цели», «побеждать», «стремиться». Подобные рекламные оповещения, как правило, имеют наибольшее воздействие на мужскую часть аудитории, так как их содержание лишено каких-либо метафор и в них обозначена четкая, конкретная цель: «Адидас. Стань лучше» (*Adidas, одежда и обувь для занятий спортом*); *Парься по-царски. Аква-Хаус*; «Приехал. Купил. Заехал. Живёшь» (*НАУМОВО, дачный посёлок под Москвой, 2009*).

В.Г. Гак в своей работе «Теоретическая грамматика французского языка» подчеркнул, что «побудительным предложениям...свойственны две черты: установление контакта с собеседником и эмоциональность» [3]. Е.Н. Зарецкая дополняет: «Заставить подумать человека нельзя, но можно сформировать в нем намерение, т.е. заставить его принять определенное решение (даже вопреки его воле). При этом, воздействие идет, как правило, через эмоции» (б:с.80). Так, в рекламе косметических средств наиболее часто употребляемыми являются глаголы, передающие чувство удовольствия. «Вдохновись. Будь частью этого» (*Redken, средства по уходу за волосами*), «Каждое утро используй Rexona и будь безупречна» (*Rexona, дезодоранты*), «Порадуй весну здоровым цветом лица!» (*Avon Clearskin, средства по уходу за кожей лица*), «Подарите вашей коже космическое сияние» (*Erborian, Korean skin therapy, Paris-Seoul*).

Весьма распространены рекламные тексты, использующие глаголы чувственного восприятия, которые, как правило, имеют широкие лексико-семантические границы. Они могут быть использованы в рекламе автомобилей, одежды и обуви, продуктов питания и других видов товаров и услуг. «Испытайте невероятное» (*Lexus*), «Совершенно Ваш. Убедитесь лично» (*RANGE ROVER, внедорожник*), «Успей увидеть!» (*SUZUKI Grand Vitara, автомобиль*), «Наслаждайся каждым шагом! Почувствуй невесомость на земле!» (*CLARKS, обувь*), «Ощути Воздушный эффект» (*Шоколад «Воздушный»*).

В отличие от русских рекламных текстов подобная категоричность встречается нечасто во французских рекламных текстах. Данный аспект тесно связан с особенностями менталитета французов. Французские рекламисты стараются избегать в своих рекламных проектах прямого побуждения, по праву считая себя свободолюбивой нацией. Очень часто для этого они используют некоторый подтекст, то есть второстепенный смысл императивных глаголов: *suivez le rituel de microhydratation inventé par CHANEL et plongez votre peau sous une cascade sensorielle* (окуните вашу кожу); *Nina Ricci. Plongez au coeur d'un rêve* (окунитесь в сердце мечты) *intime ponctué de notes gourmandes et enveloppantes*; *Succombez à l'élégance* (поддайтесь удовольствию) *du plus Couture des regards* (*L'Oréal*). Нередко французские рекламисты употребляют в рекламных слоганах каузативную конструкцию «laisser + инфинитив» (позволять делать что-либо): *Laissez-vous séduire* (позвольте себя соблазнить) *10 bons raisons pour venir a Saint-Georges*; *laissez-vous séduire par une couleur contrastante pour faire ressortir vos yeux* (*L'Oréal*); *Laissez-vous séduire* par CHANEL.

Конструкции отрицательного побуждения являются не менее частотными средствами выражения категории побуждения в рекламе. Однако отрицательное побуждение носит больше характер насильственного внушения своей воли адресату, чем просто побуждение к действию. Несмотря на то, что подобные конструкции довольно частотны в современных рекламных слоганах, они не могут гарантировать рекламной кампании абсолютный успех, так как подобный вид побуждения влияет на потенциальных потребителей по-разному: «Не родился принцем? Не можешь стать королём? Так будь императором!» (*IMPERIA TOWER, жилой комплекс в Москва-Сити*), «Не дай себе засохнуть» (*SPRITE, газировка*), «Не подкрашивай. Поставь точку» (*BJORN BORG, спортивная одежда и бельё*).

Каждый рекламный текст рассчитан на определенный перлокутивный эффект. Прагматическая направленность любого рекламного текста заключается в необходимости побудить адресата к ответным действиям, которые могут быть выражены поступком или изменением мнения о предмете рекламы. Эффективность коммуникации посредством рекламы заключается именно в том, насколько удалось это воздействие.

Итак, категория побудительности реализуется в рекламных текстах прежде всего с помощью глаголов в форме побудительного наклонения, при этом в русских рекламных текстах преобладают значения движения и подталкивания к действию, тогда как во французских наблюдается более тонкая подача побудительных смыслов, исключающих непосредственное давление на адресата. Фактор адресата как наиболее значимый для рекламы получает воплощение прежде всего за счет семантики побудительности, имеющей разветвленный характер. При этом одним из ведущих значений этой категории - приказ, просьба, совет, рекомендация, приглашение и т.п. оказывается последнее как наиболее приемлемый прием воздействия на адресата. Соответствующее значение ориентируется на семантику глагола формы повелительного наклонения, а также учитывает дополнительные средства (оценочную лексику, цену товаров и др.), а также базируется на менталитете социумов. При этом в рекламах на русском языке наблюдается определенное давление на адресата, подталкивание его к приобретению товаров. Во французских рекламах это воздействие носит более утонченный характер, как бы оставляя выбор за покупателем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Атерлей Д. Никто никому ничего не должен» — главное правило жизни. URL: www.forbes.ru/forbes-woman-column/psihologiya/85185-ustanovka-nikto-nikomu-nichego-ne-dolzhen-kak-klyuch-k-uspehu (дата обращения: 19.04.2017)
2. Балабанова И.Я. Французская и русская реклама: некоторые аспекты сопоставительного изучения V Международный конгресс «Русский язык: исторические судьбы и современность». 18.04.-21.04.2014. Труды и материалы. М., МГУ им. М.В. Ломоносова С. 657-658
3. Гак В.Г. Теоретическая грамматика французского языка. М.: Добросвет, 200. 632 с.
4. Добросклонская Т.Г. Язык средств массовой информации. М.:КДУ, 2008. 76 с.
5. Зарецкая Е.Н. Риторика: теория и практика речевой коммуникации. 2-ое изд. М.: Дело, 1999. 480 с.
6. Code ICC consolidé sur les pratiques de publicité et de communication commercial. URL: www.arpp.org/wp-content/uploads/2016/05/code_consolide_pratique_publicite_marketing.pdf (дата обращения: 16.03.2017)

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ СПОРТИВНЫХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ СТАТЕЙ В ИСПАНСКОЙ ПРЕССЕ

Пунырева С.О.

Палутина О.Г.

В статье рассматриваются лексические особенности заголовков статей испанской прессы спортивной и экономической тематики на примере ведущих газет Испании. Исследуются такие составляющие, как неологизмы, заимствования, термины, имена собственные, сокращения и средства речевой выразительности.

Ключевые слова: газетные заголовки; испанская пресса; лексические особенности; спортивные статьи; экономические статьи.

The article describes the lexical peculiarities of the headlines of the leading Spanish sports and economic newspapers. The article presents such lexical features as neologisms, borrowings, terms, proper names, abbreviations and figures of speech.

Key words: newspaper headlines; Spanish press; lexical features; sports articles; economic articles.

Человечество и в древние века, и в средние, и теперь испытывает постоянную потребность иметь доступ к информации о жизни общества, мировой цивилизации. Обширный информационный поток ежечасно, ежедневно идет со страниц газет, по радио, телевидению, а в наше время и газет в электронной версии. Средства массовой коммуникации являются генераторами новых социальных тенденций: от политических отношений до норм и ценностей. Они выступают в качестве неперенных инструментов развития бизнеса и экономики, способствуют обмену идеями, стимулируют познания других культур и реалий [2].

В данной статье мы обратимся к такому типу СМИ, как *пресса*, а именно к *газетному заголовку*, от удачного выбора которого часто зависит прочтение статьи в газете. Актуальность темы определяется значительным потенциалом испанского языка, широтой его распространения в мире и необходимостью углубленного изучения активных языковых процессов в различных видах современной прессы Испании.

В процессе исследования было проанализировано более 200 заголовков испанской прессы экономической и спортивной направленности, что позволило выявить определенные лексические особенности.

Обращаясь к испанской прессе, необходимо отметить, что в заголовках активно функционируют неологизмы, образующиеся при помощи суффикса *-izar*. Например, «*Hay que optimizar el empleo en el mundo*» (La Razón, 15.10.15) – «Мы должны обеспечить максимальную трудовую занятость». Встречаются также парасинтетические неологизмы-существительные, образованные от соответствующих глаголов с помощью префикса *des-* и суффикса *-ción*. Например, «*Desmutualización, clave para un mercado de capitales renovado y competitivo*» (ABC, 12.02.16) – «Потеря взаимного статуса – ключ для нового и конкурентоспособного рынка капиталов» [3].

Вступление Испании в Европейский союз нашло, в частности, отражение в словообразовательных неологизмах. Так, в современной испанской прессе узуальные сложные слова, включающие компонент *euro*: *eurogrupo*, *eurodiputado*, *europarlamentario*, *eurocomisión*, *euromercado*, *eurovisión*, *erocomisaría*. Компонент встречается как в заголовках спортивной журналистики, так и в экономических статьях. «*El Eurogrupo pide medidas adicionales a España para reducir el déficit*» (El Mundo, 23.11.15) – «Еврогруппа считает, что Испании необходимо провести дополнительные меры с целью сокращения дефицита». «*Eurobasket 2015: España gana el oro*» (Marca, 20.09.15) – «Испанская сборная выиграла Чемпионат Европы по баскетболу 2015».

Таким образом, неологизмы выполняют на страницах газет прагматическую функцию, позволяя в яркой образной форме передавать новые значения и понятия.

В настоящее время испанский язык, равно как и другие языки, продолжает расширять свой лексический запас за счет иноязычных заимствований. Особенно заметно сейчас воздействие английского языка. «*¡Así ganó Gisela Pulido su décimo mundial de kitesurf!*» (Marca, 25.12.15) – «Гизела Пулидо десятый раз стала чемпионкой мира по кайтсерфингу».

Все большее распространение получают заимствования из баскского языка. В первую очередь это объясняется внутренними социально-политическими причинами, а именно сепаратистскими тенденциями. Например, «*kale borroka*» – уличные беспорядки («*La 'kale borroka' del deporte invade el fútbol*» (AS, 10.12.16) – «Уличные беспорядки вторгаются в футбол»).

Подробнее следует остановиться на сокращениях лексического уровня, необходимых для экономии пространства. К лексическим сокращениям относятся единицы, которые имеют две графические и две звуковые формы. В спортивных статьях сокращения используются для обозначения спортивных явлений, названий телеканалов, спортивной лиги. Например, «*La FIFA estrecha el cerco sobre Villar*» (AS, 23.10.15) – «ФИФА начинает расследование против президента Королевской испанской футбольной федерации Вильяра»,

«*La LFP quiere comenzar la Liga 2015 – 16 el próximo 15 de Agosto*» (Marca, 29.05.15) – «Испанская федерация по футболу хочет начать Ла Лигу 2015/16 15 августа». Что касается заголовков статей экономической тематики, сокращения используются чаще всего для обозначения компаний, организаций макроэкономических показателей, валюты и т.д. *La UE quiere retirar los billetes de 500 euros* (ABC, 12.02.16).

Результаты анализа лексической составляющей показывают большой процент имён собственных. Были получены следующие данные: Из 112 заголовков спортивной тематики 67% составляют имена спортсменов (*Sánchez Flores, Antonio Peñalver, Luis Enrique, Serena Williams, Cristiano Ronaldo, Messi, David Meca*), 18% - топонимы (*Milan, Barcelona, Berlin, Argentina, Rusia, China, Málaga*), 15% - названия команд (*Real Madrid, Atletico, Barcelona, Barça*). Из 114 экономических заголовков 62% составляют названия организаций, банков, компаний (*Iberia Express, FMI, Banco Santander*), 38% - топонимы.

Говоря о лексических особенностях, определенный интерес представляют лексические средства выразительности, которые являются достаточно частым явлением в журналистских текстах, среди них можно выделить:

1) Метафоры. Например, «*Bruno: "No me cabe en la cabeza que se haga algo como esto"*» (Marca, 16.02.15) – «Бруно: «У меня не укладывается в голове, как можно сделать что-то подобное».

2) Олицетворения. Например, «*Los precios caen un 0,3% en agosto en Aragón respecto al mes anterior*» (ABC, 11.09.15) – «Падение цен на 0.3 % в августе в Арагоне».

3) Эпитеты. Например, «*La despedida gloriosa de Dan Carter*» (El País, 31.10.15) – «Славное прощание с Дэном Картером».

4) Антономасию. Например, в спортивной журналистике бывшего испанского шоссейного велогонщика Федерико Мартина Баамонтеса постоянно называли «Орлом из Толедо» [11]. (*El día en que «el Águila de Toledo» voló sobre París* (ABC, 18.07.13) – «День, когда «Орел из Толедо» пролетел над Парижем».

5) Метонимию. Например, «*Vendieron un Picasso por 28 millones de dólares*» (ABC, 4.02.16) – «Пикассо продали за 28 миллионов долларов».

6) Синонимы широко употребляются как в спортивной прессе (*balón – pelota, esférico, bola, cuero*, etc), (*campo – estadio, terreno de juego, césped, cancha*), так и в экономической (*crédito - préstamo, adelanto, hipoteca, anticipo, financiación*), (*cuota – contingente, suma, contribución, cupo*). Например, «*Abengoa suscribe un préstamo de 137 millones de euros con varios fondos*» (24.03.16, El País) – «Испанский промышленный конгломерат Абенгоа оформляет кредит в размере 137 млн евро с несколькими фондами», «*El crédito, un problema de demanda*» (19.07.16, El País) – «Кредит, проблема спроса».

Как мы можем полагать, исходя из примеров, образная лексика помогает оживить язык и увлечь читателя. Но помимо аппелятивной функции она выполняет и другие, в том числе дает журналисту возможность адаптировать текст к определенному стилю и времени.

Проведенный анализ выявил широкое употребление терминов в заголовках как в статьях экономических, так и спортивных. Большинство спортивных терминов связаны с футболом. Приведем несколько примеров: **el creador** – плеймейкер, разыгрывающий («*Messi es elegido como el mejor creador de juego del mundo*» (AS, 29.12.16) – «Месси – лучший плеймейкер 2016 года»), **el ultra trail** – ультрамарафон («*Luis Alberto Hernando, de nuevo campeón del mundo de ultra trail*» (Marca, 23.07.16) - «Луис Альберто Эрнандо, новый Чемпион мира в ультрамарафоне»), **el entrenador** – тренер («*Simeone, nombrado mejor entrenador del mundo*» (Marca, 31.07.16) «Симеоне - лучший тренер в мире»).

Приведем примеры экономических терминов, встречаемых в заголовках: **el déficit comercial** – коммерческий дефицит (*El déficit comercial se reduce un 10,5% en los dos primeros meses del año* (ABC, 21.04.16) – «Коммерческий дефицит уменьшился на 10,5% в первые два месяца года»), **el PIB** – ВВП (*El PIB creció un 0,8% en el primer trimestre* (El País, 27.09.16) – «В первом квартале ВВП вырос на 0,8%»), **el pentacampeón del mundo** – пятикратный

чемпион мира («*Marc Márquez, pentacampeón del mundo*» (Marca, 16.10.16) – «Марк Маркес – пятикратный чемпион мира»).

Результаты проведенного нами анализа позволяют сделать некоторые частные выводы, представляющие интерес для нашего исследования. Заголовки обладают высокой терминированностью, при этом в экономических заголовках терминов присутствует больше (71%), чем в заголовках спортивных статей (55%). Присутствует большее количество имен собственных: в 80% заголовков спортивной тематики, в 75% заголовков экономических статей. Встречаются иноязычные заимствования (12% - в спортивных заголовках, 15% - в экономических заголовках), средства речевой выразительности (15% - в спортивных заголовках, 11% - в экономических заголовках), сокращения (11% - в спортивных заголовках, 15% - в экономических заголовках) и неологизмы (10% - в спортивных заголовках, 8% - в экономических заголовках).

Проанализировав лексические особенности заголовков, мы пришли к выводу, что особое значение имеют имена собственные и термины, так как они встречаются в наибольшем количестве примеров. Соответственно, читатель обращает большее внимание на эти составляющие. В заключении хотелось бы отметить, что изучение данного вопроса не стоит на месте, и в дальнейшем возможно исследование особенностей перевода газетных заголовков испанской прессы. Однако важно помнить, что при переводе текста оригинала, переводчик должен учитывать не только лингвистические, но и экстралингвистические факторы, так как в каждом народе, в каждой нации присутствует свое мировоззрение, свои реалии [1]. Переводчик пытается как можно точнее и полнее получить информацию, будучи рецептором. Для него важно обладать теми же фоновыми знаниями, какими обладает автор текста, для осуществления адекватного перевода [4].

ЛИТЕРАТУРА

1. Алексеева И.С. Введение в перевод введение: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений. СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2004. 352 с.
2. Алимова Р.Р. Неология в современном испанском газетно-публицистическом дискурсе: деривационные и лексико-семантические процессы: автореф. на соискание уч. степени канд. филол. наук. М., 2013. 22 с.
3. Бобков А. К. Газетные жанры: учеб. пособие. Иркутск. 2005. 64 с.
4. Мухтарова А.Д., Палутина О.Г. Особенности перевода испанских текстов общественно-политического характера на русский язык (на материалах информационного агентства Euronews). Сборник статей Международной научно-практической конференции. Уфа. 2016. С.122-123.
5. ABC. URL: <http://www.abc.es>, (дата обращения: 1.03.16).
6. AS. URL: <http://as.com/>, (дата обращения: 5.09.16).
7. El Mundo del Siglo XXI. URL: <http://www.elmundo.es>, (дата обращения: 10.03.16).
8. El País. URL: <http://elEl País.com>, (дата обращения: 1.03.16).
9. Marca. URL: <http://www.marca.com/>, (дата обращения: 2.10.16).
10. La Razón. URL: <http://www.elmundo.es>, (дата обращения: 1.03.16).
11. Rojas Torrijos J. L. Periodismo deportivo. Nuevas tendencias y perspectivas de future. Revista del Instituto de Investigación Escuela de Ciencias de la Comunicación. 2014. №1. С. 179-192.

ЛЕКСИКО-ГРАММАТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНЫХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ТЕКСТОВ

*Ковлер А.С.
Морозова Т.В.*

Статья посвящена лексико-грамматическим особенностям англоязычных научно-популярных текстов. В статье рассматриваются лексические и грамматические характеристики, выявленные на примере англоязычных статей американского журнала «National Geographic» и британского издания «New Scientist». А также дается обзорное описание научно-популярного подстиля.

Ключевые слова: научно-популярный подстиль; лексические особенности; грамматические особенности; функциональный стиль.

The article describes lexical and grammatical peculiarities of English popular scientific texts. The article presents lexical and grammatical characteristics selected from the articles in National Geographic and New Scientist. A brief description of the popular scientific style is given.

Key words: popular scientific style; lexical peculiarities; grammatical peculiarities; functional styles.

Ежегодно в современном мире появляется множество изобретений в сфере медицины, астрономии, физики, языкознания и в других областях. Человек начинает вплотную сотрудничать с миром науки. Следовательно, возникает необходимость в фиксации научной информации и в ее передаче не только ученым и изобретателям, глубоко разбирающимся в той или иной области, но и среднестатистическому читателю, чтобы позволить ему получить необходимые знания о том, что происходит в нашем мире. Именно научно-популярный подстиль призван сократить некую дистанцию между научным знанием и среднестатистическим читателем. Научно-популярный текст имеет лексические, грамматические и стилистические особенности, которые не изучены до конца, и статус данного подстиля всегда считался неопределенным и спорным.

Методологической основой исследования послужили труды видных отечественных лингвистов. Так, И.И. Баранова, А.И. Горшков, М.Н. Кожина, М.П. Санкевич считают, что научно-популярный вариант существует в качестве подстиля научного стиля. А.Н. Гвоздев, Э.А. Лазаревич, Н.Н. Маевский, опираясь на уникальную организацию внутрестилевых черт, выделяют данный подстиль в качестве самостоятельной разновидности языка. Р.А. Будагов утверждает, что все признаки научного стиля могут повторяться в его научно-популярном варианте. [3].

Научно-популярный подстиль вбирает в себя множество характеристик других функциональных стилей, а именно газетно-публицистического, художественного, научного и разговорного. Данная разновидность языка характеризуется объективностью, точностью, логичностью изложения, наличием ограниченного количества терминологии и научных абстрактных понятий. [1] Но Р.А. Будагов утверждает, что точность и логичность изложения не должна сдерживать стилистическую подвижность, эмоциональность и экспрессивность, использование стилистических и языковых ресурсов, а также постоянное взаимодействие с другими функциональными стилями. [6] При отборе языкового материала, а также при выборе темы и предмета научно-популярного текста автор опирается на читателя, а именно на его возраст, образование, уровень общей и профессиональной подготовки, квалификации и рода деятельности.

Изучив работы вышеперечисленных ученых, мы пришли к выводу, что научно-популярный подстиль – это вариант научного стиля, отличающийся доступностью, увлекательностью, простотой и ясностью изложения, наличием широкого спектра стилистических фигур, лексических и грамматических особенностей, ограниченным использованием терминологии, основной целью которого является популяризация научной литературы.

В нашем исследовании мы выявили ряд грамматических и лексических особенностей на материале американского журнала «National Geographic» и британского издания «New Scientist».

На лексическом уровне мы обнаружили наличие общеупотребительной лексики и терминологии, которая объясняется с помощью сносок, уточнений, информации в скобках и является признаком научного стиля. Например, *Annular eclipses are when the moon doesn't completely block the sun and a «ring of fire» forms around the moon.* Кольцевое затмение объясняется развернутым предложением. Такие слова, как **moon, sun, fire, ring** являются общеупотребительными.

Научно-популярный текст стремится к краткости и лаконичности, поэтому авторы используют аббревиатуры и сокращения, что также может быть характерным для научного стиля: *To encourage enlistment in **the AEF**, the US government commissioned artwork.*

Для того чтобы выразить сведения более точно, научно-популярные тексты изобилуют именами собственными и числовыми обозначениями: *In **1976**, Chilean dictator **Augusto Pinochet** ordered the construction of **Route 7**, an ambitious new roadway that would stretch some 770 miles through **Patagonia's** relatively unpopulated lands of **Southern Chile**.*

Для связности и последовательности текста широко используются вводные слова и конструкции: *As **simple as it may sound**, the European world collapsed on itself like a matchstick castle in summer 1914.*

Так как основной целью научно-популярного текста является популяризация научного знания, авторы широко используют фразовые глаголы и идиомы (collocations), что характерно для публицистики: *It may even **pave the way** for human vaccine; **Looking at the US**, he **drew on** studies identifying 13 million people likely to be displaced...*

Для того чтобы добиться экспрессивности и эмоциональности, без чего, по мнению М.Н. Кожиной, не может обойтись ни одно научное изложение, в научно-популярном дискурсе используются средства художественной выразительности. Мы выявили следующие: *Of course, **comets are like cats**, as one famous astronomer quipped... (сравнение); Backyard astronomers around the world have been keeping tabs on these **icy intruders** (метафора, автор называет кометы ледяными нарушителями); This **remarkable** wilderness region comprises dense coastal rain forests, **jaw-dropping** fjords, glaciers, volcanoes... (эпитеты); **The United States** dropped its neutral stance... (метонимия).*

В британском издании «New Scientist» нами было выявлено широкое использование наречий, характеризующих глаголы и прилагательные, которые приносят в текст эмоциональный оттенок: *Progress on treatments is **painfully** slow; Cameron **unexpectedly** won the election.* Данные особенности присущи художественному стилю.

На грамматическом уровне нам удалось обнаружить наличие сложносочиненных и сложноподчиненных предложений: *In 2015, the company successfully set a rocket back down on the ground, but landing at sea is much trickier than landing on land because the ocean is a moving beast.* Более того, данные предложения могут быть осложнены второстепенными и однородными членами, а также большим количеством причастий и причастных оборотов: *That rocket booster had previously stuck a spectacular landing on a drone ship **floating off** the Florida coast, **playfully** named «Of course, I still love you»; Feathers offered evolutionarily advantages such as **insulation, camouflage, display, and flight support.***

Для того чтобы завести некий разговор с читателем и воздействовать на его мысли и чувства, авторы используют вопросительные и восклицательные предложения, риторические вопросы, вопросно-ответные комплексы, что является характерными особенностями

публицистического стиля: *To space and back in less than nine minutes? Hello future; Catch this icy interloper now, as it won't return to the inner solar system for at least another 14 million years!*

Наряду с активным залогом можно заметить широкое использование пассивного залога, в особенности в издании «New Scientist», что позволяет сделать изложение более формальным: *It is scheduled to sail past Earth; It is considered the largest private land donation to a country ever.* Также нам удалось выявить наличие предложений с видовременной формой Present Perfect, что позволяет сослаться на некий опыт и выразить настоящий результат: *Total solar eclipses are addictive so much so that they've created a new type of tourism.*

В статьях британского издания «New Scientist» замечено широкое употребление модальных глаголов в значении предположения результатов опытов, исследований и других событий: *But it **must** be the start of something bigger; The Conservatives look set to win at a canter in June, and **may** be tempted to write a manifesto...* Стоит также заметить, что и условные предложения широко употребляемы в данном дискурсе: *This implies that, even if there are lots of aliens out there, we might never be able to hear from them.*

Еще одну грамматическую особенность можно заметить в заголовках научно-популярных статей, в которых опускаются артикли и глаголы-связки, а также превалируют вопросительные и назывные предложения, что характерно для газетного стиля: *New spider-like, tree-climbing crab species (are) found; The realm of the Vikings; How much do you know about these women who ruled?*

Итак, обратимся к статистическим данным. В статьях данных изданий нами было выявлено: 65 ед. терминов, 40 ед. вводных слов, 20 ед. аббревиатур, 154 ед. числовых обозначений, 100 ед. имен собственных, 45 ед. идиом, 70 ед. фразовых глаголов, 60 ед. предложений с пассивным залогом, 50 ед. средств художественной выразительности, 85 ед. сложных предложений, 102 ед. осложненных предложений, 22 ед. вопросительных и восклицательных предложений, 82 ед. предложений с временем Present Perfect, 25 ед. условных предложений и 40 ед. модальных глаголов.

Но стоит отметить, что в данных изданиях есть как идентичные характеристики, так и отличительные особенности. Мы сделали вывод, что статьи британского издания написаны более формальным и нейтральным языком благодаря формулировке предложений с помощью пассивного залога и минимальному использованию средств художественной выразительности в отличие от американского журнала, в котором они присутствуют в большем объеме наряду с фразовыми глаголами. Также мы убедились, что научно-популярный подстиль является вариантом научного стиля, так как он не имеет самостоятельных отличительных признаков, а вбирает признаки других функциональных стилей, что и доказывает факт переплетения и взаимодействия языковых стилей. Научно-популярный подстиль действительно делает научное знание доступнее для широкого круга читателей, используя перечисленные лексические и грамматические особенности. Следовательно, данный подстиль требует от автора не только научной осведомленности, но и художественного таланта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка / И.В. Арнольд. – М.: Флинта. Наука, 2002. 384с.
2. Баранова И.И. Функциональные особенности научно-популярных текстов: автореф. дис. ... канд. фил. наук: 10.02.01 / И.И. Баранова. М., 1995. 25с.
3. Будагов Р.А. Литературные языки и языковые стили / Р.А. Будагов. – М.: Высшая школа, 1967. – 376с.
4. Лазаревич Э.А. Научно-популярный журнал как тип издания // Вестник МГУ. – Журналистика. 1979. С. 11-20.

5. Маевский Н.Н. Особенности научно-популярного стиля: автореф. дис...канд. филол. наук / Н.Н. Маевский. Ростов-н/Д, 1979. 25с.
6. Разинкина Н.М. Функциональная стилистика / Н.М. Разинкина. – М.: Высшая школа, 1989. 182с.
7. Сухая Е.В. Жанровые аспекты популярных произведений о науке / отв. ред. А.Г. Пастухова // Межвузовский сборник научных теорий. 2011. №9. С. 1-12.
8. National Geographic. URL: <http://www.nationalgeographic.com/> (дата обращения: 24 апреля 2017).
9. New Scientist. April 29-May 5, 2017.

ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ФРЕЙМА «СВОБОДА» В ТЕКСТАХ СОВРЕМЕННОЙ АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РОК-КУЛЬТУРЫ

*Исмагилова С.Ф.
Агеева А.В.*

Данная статья посвящена анализу структуры фреймовой организации текстов современных англоязычных рок-коллективов и выявлению характерных особенностей лексической репрезентации темы «Свобода» как жанрообразующей составляющей творчества.

Ключевые слова: музыкальный текст, фрейм, слот, свобода.

The article deals analysis of the frame structure of the texts of contemporary English-speaking rock bands and the identification of the characteristic features of the lexical representation of the theme "Freedom" as a genre-forming component of creativity.

Key words: musical text, frame, slot. freedom

Когнитивная наука - одно из самых прогрессивных направлений современности. Она изучает, как устроены и функционируют человеческие знания. Сегодня, когда мы стоим на пороге создания искусственного интеллекта, единственной преградой остается вопрос, как заставить машину воспринимать информацию из окружающего мира как единое целое, вычленять знания, применимые к той или иной ситуации. Чтобы решить эти задачи, нужно выяснить, как воспринимает, хранит и использует информацию человек.

Основным понятием когнитивной лингвистики, которое она позаимствовала у когнитивной психологии, является концепт. До сих пор не существует единого определения. Мы последуем примеру В.А. Масловой и примем следующее рабочее определение концепта: «Концепт - это семантическое образование, отмеченное лингвокультурной спецификой и тем или иным образом характеризующее носителей определенной этнокультуры. Но в то же время это некий квант знания, отражающий содержание всей человеческой деятельности. Концепт не непосредственно возникает из значения слова, а является результатом столкновения словарного значения слова с личным и народным опытом человека. Он окружен эмоциональным, экспрессивным, оценочным ореолом» [3]. Концепт – «это единица памяти ментального лексикона», «смысловое значение имени», но концепт является когнитивной структурой и обретает вербальную форму во фреймах. Фрейм же разворачивает концепт в вербальной форме.

Впервые термин «фрейм» был введен в употребление М. Минским в работах об искусственном интеллекте. В книге «Фреймы для представления знаний» Минский пишет,

что фрейм является структурой данных для представления стереотипных ситуаций. Согласно Минскому, человек, попадая в новую ситуацию или переосмысливая старую, использует готовые структуры данных, или фреймы. По мнению Минского, фрейм можно представить, как систему узлов и связей между ними. Суперординатные, или верхние, узлы фрейма четко определены и всегда справедливы по отношению к ситуации. Субординатные, нижние, узлы имеют много «слотов», которые в свою очередь заполняются частными данными, применимыми к данной ситуации [4].

Чарльз Филмор, один из основателей когнитивной лингвистики, называет фрейм особыми унифицированными конструкциями знания или связанными схематизациями опыта. Ключевые слова здесь – схематизация опыта. Филмор утверждает, что интерпретатор в процессе понимания текста помещает содержание фрагмента в уже известную модель. Согласно Филмору, фреймы могут быть как врожденными, так и приобретаются в процессе познания. Это значит, что фрейм заполняется в соответствии с жизненным опытом интерпретатора и отличается у разных людей. Также Филмор определяет фрейм как структура сознания, отражающая языковое сознание говорящего [5].

Итак, на сегодняшний день существует много разноплановых объяснений термина «фрейм». Тем не менее, проанализировав работы отечественных и зарубежных исследователей, посвященные данной теме, можно сделать следующие выводы.

1) Фрейм является выражением стереотипной ситуации. Однако, следует заметить, что фрейм – это отражение опыта человека, и может заполняться субъектом самостоятельно, в зависимости от принадлежности к той или иной культуре. Тем не менее, это значит, что для совокупности людей, выросших в одной среде, фрейм, действительно, может являться стереотипной моделью поведения. Это объясняется тем, что для успешного взаимодействия индивидам необходимо, чтобы знание было организовано в структуры, понятные каждому участнику.

2) Фрейм является уникальной системой организации знаний и опыта человека, выраженных в вербальной форме. Следовательно, фрейм объединяет когнитивную и языковую области в процессе речи.

3) Фрейм, будучи организованным вокруг концепта, объединяет область языкового тезауруса с когнитивным, присваивая единице знания семантическую единицу, и, таким образом, активизирует концепт.

4) Фреймы организованы в более сложные структуры – системы фреймов («frameworks»). В процессе восприятия могут участвовать несколько фреймов.

Таким образом, фрейм представляется наиболее подходящей структурой для нашего исследования. Тексты песен зачастую абстрактны. Авторы редко называют конкретные события из истории или своей жизни, которые вдохновили их написать данный текст. Тем не менее, слушатели способны примерить описываемые чувства или события на себя. Даже не будучи поклонником музыкальной группы, человек понимает смысл текста. Следовательно, у слушателя должен иметься жизненный опыт, необходимый для понимания песни. В данном исследовании мы обращаемся к текстам песен таких групп как Epica, Within Temptation и Delain с целью системного описания лексических средств репрезентации фрейма «Свобода» как одного из ключевых узлов рок-культуры в целом.

Набор элементарных ситуаций, которые объединяются в лексические значения, не задан заранее. Для того, чтобы обнаружить такие ситуации, необходимо обращаться к контексту и к частоте использования лексических единиц в некоторой ситуации. Проанализировав тексты песен Epica, Within Temptation и Delain, мы выделили следующие слоты: мир, общество, идеальный мир, самоощущение в мире/обществе, личность, одиночество, борьба/протест.

Для представления мира используются следующие лексические единицы: *grey* – «серый», *black* – «черный», *winter* – «зима», *shadow* – «тень, призрак», *anger* – «гнев, злость», *pain* – «боль», *hard* – «тяжелый, суровый», *news* – «новости», *void* – «пустой, лишенный», *to fight* – «сражаться, бороться», *pale* – «бледный, слабый», *shade* – «тень,

полумрак», *insane* – «душевнобольной, ненормальный», *(world of) bone* – «кости», *granite* – «гранит», *pendulum* – «маятник», *concrete* – «бетонный», *paper(world)* – «бумажный», *iron* – «железный», *bitter* – «ожесточенный», *wasteland* – «пустырь», *global (implication)* – «глобальный», *end* – «конец», *feint* – «притворство», *devastation* – «опустошение», *doomsday* – «день «Страшного суда»», *Matrix* – «Матрица», *artificial* – «искусственный».

Лексика данного слота дает основание утверждать, что главными аспектами в описании мира стали цветовая гамма, индустриализация, глобальные проблемы и восприятие мира на эмоциональном уровне. Зрительно окружающий мир воспринимается исключительно в серо-черных тонах

Особенно интересны метафоры «*granite sky*», «*iron sun*», иллюстрирующие его искусственный характер, противопоставляющие человеческую цивилизацию природе, жизни, естественному ходу вещей. Также в данном слоте есть отсылки к современному кинематографу («*Matrix*»), лишней раз подчеркивающие его иллюзорность, рукотворную неправильность. Слот составляет 10,7% от общего числа выбранной лексики.

В слот «Общество» вошли слова: *suits* – «костюмы», *collars* – «воротники», *role* – «роль», *to play* – «играть», *army* – «армия», *dolls* – «куклы», *blind* – «слепой», *rules* – «правила», *game* – «игра», *traumas* – «травмы», *flaws* – «недостаток, порок», *they* – «они», *uniform* – «форменная одежда, однообразный», *norm* – «норма, стандарт», *chains* – «цепи», *suffocate* – «душить», *worker* – «работник», *bees* – «пчелы», *line* – «ряд», *wheels* – «колёса», *plastic(people)* – «пластиковые», *meaningless* – «бессмысленный», *drinks* – «напитки», *screams* – «крики», *roars* – «рев, раскаты смеха», *judgement* – «приговор, наказание, кара», *lie* – «ложь», *victim* – «жертва», *crimes* – «преступления», *vultures* – «стервятники, хищники», *voices* – «голоса», *investment* – «инвестиция», *glory* – «слава», *scum* – «мерзавец» *innocence (die)* – «невинность», *religious* – «религиозный», *license* – «лицензия», *to kill* – «убивать», *to enslave* – «порабощать», *to enrich* – «обогащать», *manipulated* – «управляемый», *hand* – «рука», *overshadowed* – «затемненный, омраченный», *demons* – «демоны», *leadership* – «руководство, превосходство», *power* – «власть», *leaders* – «лидеры», *interpret* – «толковать», *manipulative* – «связанный с управлением», *malevolence* – «злорадство», *condemn* – «осуждать», *misinterpreted* – «неправильно истолкованный», *to subject* – «подчинять», *maliciousness* – «злонамеренность», *rancour* – «злоба, злопамятство», *strife* – «борьба, вражда», *monsters* – «монстры», *wolves* – «волки», *controlled* – «подконтрольный», *schemes* – «планы», *silence* – «тишина», *dust* – «пыль», *violence* – «насилие», *secret* – «тайна», *to hide* – «скрывать», *border* – «граница».

В первую очередь следует отметить негативную коннотацию лексики. Авторы песен выделяют категорию «они», к которой относятся люди, обладающие властью. *They* (англ. «они»), представлено словами *vultures*, *voices*, *demons*, *leaders*, *wolves*, *monsters*. Им приписываются действия, направленные на подчинение и управление: *to kill*, *to enslave*, *to enrich*, *to subject*, *manipulated hand*, *manipulative*. Для описания людей используются слова *suits*, *collars*, *dolls*, *worker*, *bees*, *plastic*, *army*, *uniform*. Так подчеркивается обесценивание индивидуальности человека. В это же время, люди включены в огромную систему (*Matrix*): *rules*, *norm*, *chain*, *line*, *wheels*.

Данный слот отражает более узкую, конкретную реальность в представлении авторов песен: если первый слот говорил о негативном влиянии человека на мир, существующий независимо от него, то здесь речь пойдет скорее о том, как люди разрушают самих себя - ломают, загоняют в рамки системы, лишают индивидуальности, нукладывают в прокрутово ложе категорий, вынуждают играть роли. Именно в данном слоте встретились такие словосочетания, как «*Collars and Suits*» (Delain, «Collars And Suits»), которое может быть переведено как «белые воротнички», что значит «офисные работники», «*The role they play tonight*» (Delain, "The Gathering"). Куплет «*My machine built the factories/feeds the worker bees/get in line/Round and round and round/the wheels come down*» (Delain, «Mother Machine») отличается яркой коннотацией, так как обличает в метафорах обличает процесс индустриализации. Слот составляет 25,2% от общего числа выбранной лексики.

Слот «Идеальный мир» - это то, что авторы текстов противопоставляют миру настоящему. В него вошли следующие слова: *angels* – «ангелы», *external* – «внешний», *chance* – «шанс», *to shine* – «сиять», *sweet* – «сладкий», *dreams* – «мечты», *daylight* – «дневной свет», *lucidity* – «ясность», *purples* – «пурпурные, порфиры», *greens* – «зеленые», *pristine* – «древний, первобытный, нетронутый», *trees* – «деревья», *flowers* – «цветы», *fields* – «поля», *fairytale* – «сказка», *justice* – «справедливость», *liberty* – «свобода», *utopia* – «утопия», *eternity* – «вечность», *divine* – «божественный», *Nirvana* – «Нирвана», *divinity* – «божественность, божество», *pure* – «чистый», *tranquility* – «спокойствие» *window* – «окно», *light* – «свет», *peace* – «покой», *reality* – «реальность», *fantasy* – «фантазия», *happy* – «счастливый», *unicorns* – «единороги», *woods* – «леса», *truth* – «правда», *freedom* – «свобода».

Отметим, что в слоте присутствует фантазийная лексика: *unicorns*, издревле являющиеся символом чистоты, искренности, вдохновения и благоговения перед красотой этого мира и замыслом Творца. Легенда о единорогах гласит, что приблизиться к этому мистическому созданию может лишь чистое душой, помыслами и телом человеческое существо, покусившийся же на него с корыстными целями будет немедленно растерзан пришедшим в ярость единорогом. Глубокий символизм данной легенды словно говорит адресату, что не всякий достоин даже не войти - просто взглянуть на идеальный мир. Люди, по мнению авторов, слишком запачканы грязью реальности, извращены.

Данная аллюзия усиливается другими лексическими средствами: идеальный мир авторы называют *Нирваной (Nirvana)*. В понимании авторов он также схож с известным описанием христианского Рая: *angels, trees, flowers, eternity, divinity, tranquility*.

Большое внимание уделяется цветовой гамме и лексике, связанной со светом и чистотой: *purples, greens, to shine, daylight, lucidity, light, lucidity, pristine, pure*. Этот мир яркий, насыщен, он вызывает желание однажды достигнуть его, став достойным всей этой чистоты и буйства красок.

В то же время - отметим эту черту как важную, мы еще вернемся к ней в конце нашего исследования - он принципиально недостижим, о чем свидетельствует номинация утопия (*utopia*). Топоним, изобретенный Томасом Мором, быт и организация которого описаны в одноименном произведении, давно вошел в интернациональный лексический фонд как обозначение справедливого и счастливого - но в принципе невозможного - общества. Слот составляет 12,6 % от общего числа выбранной лексики.

Слот «Личность» отражает, с одной стороны, внешние атрибуты, положение личности в современном обществе, а с другой - противопоставляет ее социуму: *handshake* – «рукопожатие», *signature* – «подпись», *imperfections* – «несовершенства», *mask* – «маска», *uniform* – «униформа», *characters* – «роли», *battleground* – «поле боя», *industry(about body)* – «индустрия», *personality* – «личность», *identity* – «тождественность», *lion* – «лев», *master* – «создатель».

Акцент сделан на том, что человек перестал быть личностью и превратился один из элементов бюрократической машины (*handshake, signature, uniform*). В то же время, авторы утверждают, что человек сам является создателем (*master*) своей жизни и сравнивает его со львом (*lion*). Слот небольшой, он составляет лишь 4,6% от общего числа выбранной лексики, что вполне логично: он вводится выделяется лишь с целью введения в проблему и более широко и полно раскрывается в дальнейших структурных подразделениях.

Второй по численности слот «Самоощущение в мире/обществе» составил 21,4% от общего числа выбранной лексики и отражает внутреннее ощущение личности при контакте с обществом. Лексика его противоречива, контрастна, с трудом поддается какой-либо классификации по тематике, его наполнение скорее стихийно и неупорядоченно, фактически это отражение реакции личности - думающего, чувствующего, сложного организма на весь ассортимент оказывающихся в его непосредственном окружении феноменов разного порядка, на других людей, на результаты их осознанных и неосознанных действий. В него входят слова: *black* – «черный», *blue* – «синий», *peaceful* – «спокойный», *bubble* – «пузырь», *tired* – «уставший», *others* – «другие», *cast-outs* – «выброшенные»,

outsiders – «аутсайдер», *mistreated* – «помыкаемый», *torn (p.p. om tear)* – «разорванный», *cheated* – «обманутый», *to bleed* – «истекать кровью», *pain* – «боль», *to fade* – «увядать», *control* – «власть, управление», *lost (p.p. om lose)* – «потерянный», *vain* – «напрасный, тщеславный», *hurricane* – «ураган», *mad* – «сумасшедший», *beautiful* – «красивый», *falling* – «падение, падающий», *pieces* – «части, обломки», *product (of time)* – «результат, плод», *generation* – «поколение», *me* – «мне, меня, косв. я», *mistake* – «ошибаться», *Jesus Christ* – «Иисус Христос», *devil* – «дьявол», *judge* – «судья», *soul* – «душа», *bleeding* – «кровоточащий», *heart* – «сердце», *nicotine-stained* – прокуренный, *blood-stained(heart)* – окровавленный, *tear-stained(eyes)* – заплаканный *to fake* - «прикидываться», *self-destruction* – «саморазрушение», *insecure* – «небезопасный», *fragile(life)* – «хрупкий», *labyrinth* – «лабиринт», *indoctrinated* – «внушенный», *terrified* – «напуганный», *caves* – «пещеры», *slaves* – рабы», *unleashed* – «высвобожденный», *imprisonment* – «заключение», *stuck (past om stick)* – «застрявший», *snake* – «змея», *fear* – «страх», *cage* – «клетка», *illusions* – «иллюзии», *wings* – «крылья», *soaring* – «парящий», *sins* – «грехи», *purify* – «очищать», *wind* – «ветер».

Анализируя данный слот, мы заметили, что восприятие себя может быть разделено на положительное и отрицательное. С одной стороны, в слот вошли слова, описывающие человека как безвольного побитого раба, закрытого в клетке или «пузыре» (*bubble, cage, imprisonment, slaves*). Так, в слоте встретилась идиома «*to be black and blue*» - быть побитым, в синяках. С другой стороны, авторы видят надежду на спасение (*wings, soaring, wind*).

Слот «Одиночество», иллюстрирующий ключевой момент в творчестве представителей современной рок-культуры, логично вытекающий из противопоставленности органично развивающейся личности статичной структуре «матрицы», включает в себя следующую лексику: *to feel* – «чувствовать», *alone* – «один», *prison* – «тюрьма», *guilt* – «вина», *losing* – «проигрывать», *to fight (alone)* – «бороться», *solitude* – «одиночество», *captured* – «пойманный», *inside* – «внутри», *austere* – «суровый», *Elysium* – «мир блаженств»*, *shelter* – «приют», *candle* – «свеча», *night* – «ночь», *cage* – «клетка», *caught (past om catch)* – «пойманный», *forlorn* – «поэт. одинокий», *forsaken* – «покинутый», *lonely* – «одинокий», *door* – «дверь», *keeper* – «хранитель», *key* – «ключ».

Мы выделили слот «одиночество» во фрейме «свобода», так как было замечено, что авторы песен для описания одиночества используют лексику, связанную с заключением, несвободой: *captured, prison, inside, key, cage*. Приведем в пример выдержку из песни: *Captured inside such an austere Elysium* (Epic4, "Illusive Consensus").

Узник, лишенный возможности видеть и познавать новое, делиться впечатлениями и мыслями с себе подобными - при кажущейся доступности всего - он свободен лишь наедине с собой.

Слот составляет 8,4% от общего числа выбранной лексики.

И, наконец, последний слот иллюстрирует, что значит «творить судьбу» в понимании авторов (здесь же заметим, что слот составляет 17,2 % от общего числа выбранной лексики, что представляет собой весьма значительный показатель): *to change* – «изменять», *way* – «путь», *fate* – «судьба», *to free* – «освободить», *to create* – «создавать», *mind* – «разум», *fortune* – «удача, судьба», *carry (on)* – «продолжать», *to shape* – «формировать», *to hit* – «ударять», *to kick* – «пинать»****, *to destroy* – «разрушать», *shot* – «выстрел», *path* – «путь», *(not) predestined* – «предопределенный»***, *programmed* – «запрограммированный», *course* – «курс», *to fight* – «сражаться», *give* – «давать», *to win* – «выигрывать», *future* – «будущее», *to accept* – «принимать», *to design* – «проектировать», *universe* – «вселенная», *to evade* – «избегать», *destiny* – «судьба, удел», *balance* – «равновесие», *random* – «наугад», *impassive* – «безмятежный», *to start* – «начинать», *new* – «новый», *to beat* – «бить», *unfairness* – «несправедливость», *injustice* – «несправедливость», *to dictate* – «предписывать, велеть», *recipe* – «рецепт», *energy* – «энергия», *to dance* – «танцевать», *suffocating* – «удушающий», *to redeem* – «искупать», *soul* – «душа», *to burn* – «сжигать», *others* – «другие», *to break* – «сломать», *paradigm* – «образец, пример»***, *fire* – «огонь», *to fly* – «летать».

В слоте мы обнаружили синонимичные ряды. Синонимы в данном случае являются контекстными.

- 1) Менять, творить - to change, to design, to create, to shape, to break
- 2) Судьба - destiny, fate, way, path.

Их выбор далеко не случаен. Судьба 'destiny, fate' принимает значение пути 'way, path', потому что личность творит 'create' себя сама, выбирая свою дорогу - ломая, разрушая 'break', 'destroy' искусственную, статичную матрицу, где стальное солнце и люди-машины, пытаюсь пробиться к свету.

Таким образом, схематизация вербальной составляющей современной рок-культуры позволяет нам сделать вывод, что свобода для авторов - это, прежде всего справедливость, независимость, свобода выбирать и менять судьбу, а несвобода - это общественные стереотипы и правила. Самыми многочисленными оказались слоты «Общество» и «Самоощущение в мире/обществе». Они составили почти половину всей лексики. Также значительным по объему является слот «Борьба», что и позволяет нам вывести ключевую идею современной рок-культуры: противостояние общества и личности, закономерным итогом которой становится стремление к действию, «пересозданию» окружающего мира, которое и является высшим выражением свободы. Данные идеи реализуются в музыкальных текстах в первую очередь на лексическом уровне и довольно легко вычлняются посредством фреймового анализа. Мы считаем также, что метод фреймирования является весьма перспективным для подобного рода исследований, поскольку позволяет максимально детально и подробно описать все лексические средства, отражающие мировоззрение авторов текстов - к слову, не только музыкальных. С равным успехом можно попытаться схематизировать идиостиль, опыт воссоздания *couleur locale* художественного произведения [2] или национальную специфику картины мира, исследуя более или менее «массовые» продукты коммуникации, напр., виртуальный дискурс [1].

ЛИТЕРАТУРА

1. Абдуллина Л.Р., Агеева А.В. Национальная специфика комментария к политической новости в виртуальном франкоязычном дискурсе Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. Воронеж: Изд-во ВГУ, 2014. №2. С. 89-93
2. Абдуллина Л.Р., Агеева А.В. Галлицизмы как средство создания средневековой картины мира в современном русскоязычном фэнтези Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2014. Вып. 11. С.74-78.
3. Маслова В.А. Когнитивная лингвистика: учебное пособие. Мн.: ТетраСистемс, 2004. 256 с.
4. Минский М. Фреймы для представления знаний / пер. с англ., под ред. Ф.М.Кулакова. М., 1979. 152 с.
5. Филлмор Ч. Фреймы и семантика понимания. Новое в зарубежной лингвистике. 1988. Вып. XIII. С. 52-92.

ГЕНДЕРНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ФРАНЦУЗСКОГО РЕКЛАМНОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ ТЕЛЕ- И РАДИОРЕКЛАМЫ)

Шарапова Г.С.

Статья посвящена гендерному анализу французского рекламного дискурса, различиям рекламной продукции, предназначенной для мужчин и для женщин, а также выявлению стилистических и выразительных особенностей. В статье предложены примеры рекламных текстов, разделенные на три подгруппы: автомобили, продукты питания и косметическая продукция.

Ключевые слова: рекламный дискурс, гендер, французский язык.

The article describes the gender analysis of the French advertising discourse, differences of advertising products intended for men and women, and identifying the stylistic and expressive features. The article presents the examples of advertising texts, divided into three subgroups: cars, food, and cosmetic products.

Key words: advertising discourse, gender, French language.

Рекламные тексты уже давно прочно вошли в нашу жизнь. И, несмотря на то, что зачастую эти тексты кажутся примитивными и бессмысленными, они занимают ведущее место в глобальном текстовом пространстве. Сегодня реклама сопровождает нас практически везде: в Интернете, журналах, газетах, на улице, по телевидению и даже на радио. Существует огромное количество различных способов воздействия на аудиторию с помощью рекламы. Но если мы говорим о создании гендерно-ориентированной рекламы, то здесь чаще используются различные средства выразительности, которые напрямую или косвенно ассоциируются с тем или иным гендером и должны вызывать у них отклик. Гендерный аспект отчетливо проявляется в рекламе, именно она дает обширный материал для исследования действующих в обществе гендерных стереотипов [1, с.1].

В данной работе мы проводили анализ рекламных текстов различного характера. Несомненно, реклама представляет определенные особенности в зависимости от самого рекламируемого продукта. И при анализе косметической продукции, необходимо сделать акцент на изначальной субъективности данной тематики, т.к. такого рода реклама в большей степени ориентирована на женскую часть населения.

В ходе нашего исследования нами было проанализировано порядка 250 рекламных текстов по радио и телевидению, рекламирующих различного рода продукцию, как для женщин, так и для мужчин, а также для детей, где мужчина или женщина выступают в роли родителя. Из них: реклама автомобилей (таких как *Renault, Peugeot, Citroen*); продуктов питания, а именно шоколада (*bounty, snickers, kinder bueno, kinder maxi, M&Ms, OREO*), детского питания (*Nestle Bébé, Lactel Matin Leger, Lactel Eveil, GUIGOZ*), молочных продуктов (сыр *Saint Albrey*, питьевой йогурт *Yop*), макаронных изделий (*Fagottini, Barilla*); косметической продукции и средств по уходу за телом (*Nivéa, Lancôme, L'Oréal, Clarins, Clinique, Dior, Vichy, Garnier, Gillette*).

В результате, мы разделили рекламную продукцию на три подгруппы: автомобили, продукты питания и косметическая продукция.

В первую очередь, мы проанализировали рекламу автомобилей. Конечно же, такого рода реклама больше нацелена на мужскую аудиторию, однако, за последние несколько лет ситуация очень сильно изменилась, и увидеть женщину за рулем – не редкость, а обычное явление. Другой вопрос, как это преподносят маркетологи.

Реклама, нацеленная на мужскую аудиторию – это чаще всего объемный и осмысленный текст, это стиль и статус, скорость и энергия, сила и власть.

Например, реклама нового Renault Talisman:

En un souffle fluide et naturel, ce mot de trois syllabes affirme le statut puissant et l'énergie qui émane de la voiture. Son design robuste et racé associé aux technologies innovantes, confèrent protection et sécurité. Renault TALISMAN offre un plaisir de conduite intense faisant la part belle aux expériences sensorielles.

Есть и другой образ мужчины, свободного и беззаботного, который мы наблюдаем в рекламе Renault Megan: *à quoi sert de fréquenter les restaurants cafés, l'une de vos chansons, on peut passer du temps, il a réussi à percer savoir ce dont on apprend, nouvelle renault mégane, d'autres technologies, nouvelle renault mégane et scénic en ce moment profiter de la reprise, attendue sert plus 3500 nouveaux.*

Образ женщины – это всегда легкость, и эта легкость выражается не только в действиях, но и в словах. Например, в рекламе Renault Twingo: *Agile de corps et d'esprit.*

Далее мы проанализировали рекламу продуктов питания.

Именно в этой подгруппе мы чаще всего видим мужчину и женщину в роли отца и матери. Женщина в роли матери – это образ, который никого не оставит равнодушным, особенно если ребенок еще совсем маленький. Так в рекламе *Guigoz* и *Nestlé Bébé*, мы наблюдаем образ заботливой, нежной и ласковой матери.

Мужчина в роли отца – это совсем иной образ, если женщина относится к ребенку трепетно, мужчина же сам отчасти становится ребенком, и складывается впечатление, что между ними незаметна разница в возрасте, и отец для ребенка – добрый и хороший друг. Примером могут послужить такие рекламные ролики, как *Oreo (2012)*, *Saint Albray (2012)*, *Lactel Eveil – Dis Papa (2010)*.

Но есть среди рекламы продуктов питания и иные образы. Например, реклама *Bounty* 1993 года, слоган которой звучит примерно так: *Le goût du Paradis* и реклама *Snickers* 1992 года *Le plein de satisfaction*. Два ролика достаточно схожи между собой, однако в первом случае, мы видим образ гармоничной, умиротворенной и довольной жизнью девушки, а во втором – образ брутального, сильного и уверенного в себе молодого человека.

И наконец, анализ продукции по уходу за телом.

В «женской» рекламе акцент делается на красоте, ухоженности и привлекательности. Например, реклама *Nivéa*:

Toujours pressée le matin? Gagnez du temps. Hydratez-vous sous la douche. "Bien hydratée même après s'être rincée" avec le Lait Corps Sous la Douche de NIVEA. 96% des femmes sont conquises.

Avec sa texture riche et son parfum unique, le lait crème nourrissant de NIVEA laisse votre peau douce et vous permet de vivre un moment de soin incomparable. Retrouvez également ce parfum unique dès la douche avec la crème douche nourrissante de NIVEA.

Или *Garnier*: *Gagnez du temps avec la BB Light Peaux Sèches de Garnier! 1 seul produit pour nourrir intensément la peau toute la journée, réconforter et raviver l'éclat, unifier sans effet maquillage, estomper ridules et imperfections et protéger des UV (FPS 20)*

В «мужской» рекламе красота и привлекательность стоят явно не на первом месте, потому что для мужчины гораздо важнее быть сильным, энергичным и мужественным, ввиду чего именно такие слова французские маркетологи используют в рекламных текстах. Однако, и мужчины, и женщины всегда стремились и будут стремиться быть ухоженными:

Hydrate protège réduit les rides raffermi renforce régénère. Tout commence par vous.

Non gras, absorbé immédiatement, hydrate et réveille, gel q10 réveil express, nouvelle formule.

Нельзя не отметить особенности обращения в рекламе. В мужской рекламе чаще всего употребляются формы третьего лица единственного числа, либо просто рекламируется сам продукт. Однако нередко можно встретить и обращение к мужчине:

Le rasoir Gillette Mach 3 Sensitive est le parfait compagnon pour de bonnes habitudes de rasages. Grace à ces conseils, vous pouvez apaiser le feu du rasoir et éviter les irritations sur le visage.

При обращении к женщине чаще всего используется форма 2 лица множественного числа, выраженная местоимением “votre”:

Révolutionnez votre look avec nos nouveaux Clinique Pop Mat, des couleurs intenses avec une touche d'hydratation pour un confort unique.

А еще французские маркетологи зачастую используют заимствования при создании рекламных текстов, о чем свидетельствует выше представленный пример.

С синтаксической точки зрения, почти вся рекламная продукция, предназначенная как для мужчин, так и для женщин, состоит из простых и лаконичных предложений, что, вероятно, и привлекает покупателей.

Средства выразительности также играют немаловажную роль. Как для мужской, так и для женской рекламы, характерно использование эпитетов и градаций. Однако, антитезы, метафоры, олицетворения и гиперболы больше свойственны для рекламной продукции, предназначенной для женщин, что, на наш взгляд, говорит о необходимости выражения образности и выразительности [2,с.4].

Итак, опираясь на данные, полученные в ходе нашего исследования, мы можем сделать выводы. Проанализировав различного рода рекламные тексты, у нас сложилось вполне объективное представление о тенденциях проявления гендерного аспекта в рекламе. Качества, характерные для мужчины – это, в первую очередь, сила, мужественность и энергичность, а также спортивность, уверенность и харизматичность. Женщина – она более чувственная, утонченная, однако не лишенная уверенности в себе. И поэтому в некоторых рекламных роликах женщина представляет собой свободную, энергичную и независимую личность. Роль отца и матери также встречается в рекламе, образ матери более нежный и ласковый, образ отца отличается тем, что он строится на дружеских отношениях. Рекламируя косметическую продукцию для женщин, маркетологи уделяют больше внимания красоте и привлекательности, для мужчин – энергичности и мужественности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Пичиенко К.Ю. Прагматика перевода гендерно-ориентированной рекламы (на материале французского и русского языков). Вестник ВолГУ, серия 9, вып. 14, 2016. 2с.
2. Могилевская О.А. Гендер в рекламе: сопоставительный аспект (на материале французского и английского языков). ВолгГТУ, 2007.

ГЛАВА 2. ЯЗЫКОВЫЕ КОНТАКТЫ И ЗАИМСТВОВАНИЯ

ЗАИМСТВОВАННАЯ ЛЕКСИКА В СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ

Кузнецова П. В.

Акимова О. В.

Статья посвящена специфике заимствованной лексики спортивного дискурса, выявлению классификации заимствований. В статье представлены примеры обнаруженных в текстах спортивного дискурса заимствований, приведен анализ наличия заимствованных слов в русском языке.

Ключевые слова: заимствования; спортивный дискурс; классификация; лексика; межкультурная коммуникация.

This article defines the specifics and classification of loanwords. The article provides examples of loanwords found in the texts of sport discourse. Likewise, the article presents the analysis of loanwords in Russian language.

Key words: loanwords; sport discourse; classification; vocabulary; intercultural communication.

Язык – это важная часть общественной жизни, он хранит традиции и обычаи народов. Заимствования оказывают влияние на лексику языка-реципиента, так как привносят систему словообразования своего языка и основывают определенный образ восприятия и устройства мира. Таким образом, словарный состав формирует у реципиента своеобразное представление о мире и системе определенных ценностей. Именно этот факт вызывает интерес к заимствованной лексике как к объекту исследований. Становятся актуальными исследования, в которых рассматриваются влияние заимствований из других языков на словарный состав русского языка, отношение населения к иноязычной лексике и анализ структуры заимствований в сравнении с существующими эквивалентами. Принятие заимствованной лексики, в частности из английского языка, составом русского языка происходит под влиянием того, что множество тенденций в таких сферах, как политика, экономика, техника, искусство, спорт, возникает в англоязычных странах. Более того, в современном мире английский язык считается универсальным средством межкультурной коммуникации.

В нашей работе мы исследуем заимствования в спортивном дискурсе русского языка. Актуальность нашей работы обусловлена тем, что сфера спорта активно развивается, растет интерес к спортивным соревнованиям, появляются новые понятия, технологии. Следовательно, в других языках так же должны появиться соответствующие понятия, и, чаще всего, происходит процесс заимствования слов или словосочетаний из одного языка в другой.

Материалом нашего исследования послужили лексические единицы – слова и словосочетания, относящиеся к текстам спортивного дискурса. Теоретической базой послужили работы таких ученых, как Л.П. Крысин, С.В. Гринев, Л.М. Баш, М.А. Брейтер. Нами были рассмотрены онлайн-статьи газетных изданий спортивной тематики (Спорт-экспресс, Советский спорт, русская служба ВВС Спорт).

В наши дни почти каждый язык пополняет свой словарный состав заимствованиями из других языков. Сам термин «заимствование» имеет неоднозначные трактовки. Так, Л.П. Крысин отмечает, что заимствование – это переход слова или отдельных элементов слова из языка в язык [4].

Другую точку зрения приводит Л.М. Баш. Согласно подобной идее, «заимствование» подразумевает под собой несколько явлений, и по этой причине выявляется разделение на заимствования и квазизаимствования [1].

Существует несколько причин заимствования иноязычных слов русским языком. Как отмечает М.А. Брейтер, таковыми причинами являются [2]:

- отсутствие соответствующего понятия в когнитивной базе языка-рецептора;
- обозначение понятий, новых для языка-рецептора и не имеющих в языке-источнике. При возникновении нового понятия не сразу находилось подходящее слово для обозначения. В этом случае помогали заимствования, которые образовывали в языке (в нашем случае русском) новое слово.
- отсутствие соответствующего наименования в языке-рецепторе. Также, многие заимствования полностью заменяют русские обозначения каких-либо понятий. Однако русские понятия не исчезают и могут использоваться в зависимости от контекста.
- уточнение или детализация уже существующего понятия в языке-рецепторе. Таким образом, язык становится богаче, возникает ряд синонимов для одного понятия.

Л.П. Крысин выделяет похожие причины заимствования, делая акцент на сферу использования иноязычной лексики и на социальные моменты [4]. Таким образом, он выделяет:

- потребность в наименовании новой вещи, нового явления;
- необходимость разграничить близкие по содержанию, однако различающиеся понятия;
- необходимость в специализации понятий (сфера и цели);
- определение цельного понятия одним словом, а не сочетанием слов;
- социально-психологические причины и факторы процесса заимствования. То есть, употребление и восприятия заимствованного слова, как более престижного и подходящего для ситуации слова.

Таковыми являются внутрилингвистические причины заимствования лексики. Однако не менее важными являются экстралингвистические причины заимствования.

Основным критерием является налаживание отношений с западными культурами. Современные международные отношения создают благоприятную среду для обмена лексикой. Заимствовать уже существующие определения проще и эффективнее. При этом заимствуются и предмет, и понятие.

Таким образом, коммуникативная актуальность понятия так же играет особую роль в необходимости процесса заимствования. Когда какое-либо понятие присутствует в важных сферах деятельности человека, то слово, которое обозначает это понятие, становится общеупотребительным и обосновывается в русском языке.

Спорт – это социальное явление, которое взаимодействует с различными сферами современного общества, такими как, например, политика, экономика, образование, социальная сфера, искусство и т.д. Спорт напрямую связан с деятельностью человека и общества.

В наши дни существует огромное множество разных видов спорта, и каждый вид имеет свои отличительные особенности, а значит и особую специальную лексику. Для проведения международных соревнований необходимо решить многие вопросы, в том числе и проблемы обозначений тех или иных понятий на русском языке.

Каждый вид спорта стремится быть популяризированным, поэтому необходимо решить все возникающие проблемы. И таковым решением является заимствование лексики.

И, так как английский язык является универсальным средством межкультурной коммуникации, многие заимствования приходят в спортивную лексику русского языка именно из английского.

В русском языке процент заимствований спортивной лексики велик. Многие названия видов спорта переходят в русский язык, сохраняя свою первоначальную форму. Некоторые из подобных заимствованных названий, как *футбол* или *баскетбол*, уже перестают восприниматься как иноязычное слово, так как они входят в повседневный обиход.

Спортивный дискурс имеет четкую организацию, которую обеспечивают правила и нормы. Основным из проявлений спортивного дискурса являются тексты, посвященные обозрению каких-либо соревнований. Изучая данные тексты, можно легко проследить лексику спортивного дискурса, выявить наличие заимствований и другой специализированной лексики.

На основании работ вышеперечисленных исследователей, выделяется следующая классификация заимствований

- полные заимствования (слова сохраняют фонетические и семантические особенности);
- относительные заимствования (слово меняет свое первоначальное значение);

По степени ассимиляции выделяют:

- варваризмы (используются в связи со спецификой языка, из которого слово заимствовано);
- частично ассимилировавшиеся заимствования (не ассимилировавшиеся по какому-либо признаку слова).

В ходе нашего исследования были выявлены заимствования, подходящие под классификацию.

К примеру, относительными заимствованиями можно считать следующие слова: *допинг, респондент, трофей, тренер, стимулятор, пас, тайм, форвард*. Данные слова были заимствованы из английского языка и частично ассимилировались в русском языке, семантика данных слов ясна русскоговорящему человеку. С приходом в русский язык эти слова не изменили полностью свое значение, однако в английском языке сейчас они реже употребляются в речи, чаще выступают синонимы и эквиваленты. Например, форвард – *front man*, тренер – *coach*, пас – *ball*.

Также, нам встретились слова, которые можно отнести к прямым заимствованиям. Например, *пенальти, камбэк, турнир, овертайм, хет-трик, плей-офф*. Подобные слова сохранили в русском языке свои фонетические и семантические особенности. И, несмотря на то, что грамматический и фонетический строи не совсем привычны русскоговорящим людям, эти слова относятся к частично ассимилировавшимся заимствованиям.

К варваризмам можно отнести такие заимствования, как *селесао, векзит, супербоул*.

На основе нашего исследования, можно провести анализ заимствований в русском языке.

В текстах спортивного дискурса процентное отношение всех типов заимствований выглядит следующим образом: полные заимствования – 60%, относительные заимствования – 30%, варваризмы – 10%.

Большинство рассмотренных нами заимствований пришли из английского языка (примерно 73%). Это объясняется высокой ролью и распространенностью английского языка в мире. В наши дни новые понятия возникают в англоговорящих странах, поэтому английский язык имеет такое большое влияние и на русскую речь.

Таким образом, мы видим, что английский язык, являясь основным языком межкультурной коммуникации, оказывает огромное влияние на лексику русского языка. Множество понятий в спорте, и не только, в русском языке передаются посредством английских слов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Баш Л.М. Дифференциация термина «заимствование»: хронологический и этимологический аспекты // Вестник Моск. ун-та. Сер. 9. Филология. 1989.
2. Брейтер М.А. Англицизмы в русском языке: история и перспективы: Пособие для иностранных студентов-русистов / М. А. Брейтер. Владивосток: изд-во «Диалог», 2005.
3. Гринев С.В. Введение в терминоведение. М., 1993.
4. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. М., 1968.
5. Советский спорт. URL: <http://www.sovsport.ru/> (дата обращения: 25.01.2017).
6. Спорт-Экспресс. URL: <http://www.sport-express.ru/> (дата обращения: 27.01.2017).
7. BBC Russian Sport. URL: <http://www.bbc.com/russian/topics/4063f80f-cccc-44c8-9449-5ca44e4c8592> (дата обращения: 1.02.2017).

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ СЛОГАНЫ В РОССИЙСКИХ СМИ

*Сергеева С. О.
Яценко Г. С.*

В статье рассматриваются причины появления и употребления англоязычных слоганов в российских средствах массовой информации. В ходе работы затрагивается история возникновения слоганов, типология и примеры их употребления. Предложена статистика использования англоязычных слоганов, а также результаты социального опроса, проведенного среди обычных граждан.

Ключевые слова: общество; слоган; маркетинговая ценность; художественная ценность; товарные слоганы; корпоративные слоганы; эмоциональные слоганы; суррогатные слоганы.

The article considers the reasons of existence and using of English-language slogans in the Russian media. In the course of the work, the history of the appearance of slogans, typology and examples of their using are touched upon. Statistics on the usage of English-language slogans is offered, as well as the results of a social survey conducted among ordinary citizens.

Key words: society; slogan; marketing value; artistic value; commodity slogans; corporate slogans; emotional slogans; surrogate slogans.

За сравнительно небольшой период времени англоязычные слоганы успели быстро проникнуть и укрепиться в пространстве российских СМИ. И для того, чтобы более подробно поговорить об этой теме, следует обратиться к теории.

Итак, *слоган* – это рекламный лозунг, девиз, направленный на создание имиджа фирмы или рекламы товара. Он представляет собой сжатую и в то же время легко воспринимаемую формулировку рекламной идеи. Также слоган можно назвать лаконичной, броской и легко запоминающейся фразой, выражающей суть рекламного сообщения.

В переводе с английского языка слово «слоган» означает «лозунг», «призыв» или «девиз».

Степень приближения к максимальному (наиболее желательному) результату слогана, как правило, определяется такими параметрами как:

- 1) *Маркетинговая ценность* рассчитывается исходя из успешности прохождения этапа вовлечения потребителей.

Поскольку слоган, как мы уже упомянули, является емким выражением содержания рекламной кампании, то он должен быть максимально информативен, для того чтобы выразить все потребительски важные сведения. Помимо того определенные ограничения накладывают краткость и афористичность слогана, в первую очередь в длине самой рекламной связи. Поэтому самое важное при создании слоганов – это передать максимум информации и минимум слов.

2) *Художественная ценность*

Эстетичность и «интересность», которые достигаются за счет употребления различных выразительных средств, – критерии, по которым оценивается художественная ценность.

Использование англоязычных слоганов в нашей стране значительно увеличилось за последние двадцать пять лет. В первую очередь, это связано с зарождением рыночной экономики в России после распада Советского Союза. Именно в тот период на прилавках отечественных магазинов впервые появилась импортная продукция.

Большой приток товаров из-за рубежа начал развивать в стране конкуренцию между производителями. Поэтому, для улучшения продаж, помимо товаров они «привозили» с собой готовые англоязычные слоганы.

Само понятие «слогана» в нашей стране появилось только в 90-х годах прошлого века, однако слоганоподобные фразы существовали в России очень давно. Они были выражены в устной форме, а также широко представлены в присказках и прибаутках торговцев на ярмарках. Купцы, предлагая свой товар, использовали простые и легко воспринимающиеся образные фразы (например: *Люди подходите-ка, платки поглядите-ка!*). Однако, некоторые историки рекламы официальной датой зарождения слогана считают конец девятнадцатого столетия, а местом возникновения – США. Согласно их версии, слоганы эволюционировали из заголовков и подзаголовков рекламных статей.

Вот один из примеров слоганов того времени: *«You press the button, we do the rest»*. Подобные слоганы были эффективны, и поэтому их популярность росла, а вместе с ней возрастало и количество. Это послужило причиной разделения слоганов на несколько типов.

Прежде всего, слоганы можно разделить на две основные группы: товарные и корпоративные.

Начнем с подробного рассмотрения товарных слоганов.

Слоганы такого типа помогают реализовать непосредственно товары или услуги. Они используются в так называемой сбытовой рекламе, которая подталкивает потребителя к покупке рекламируемого объекта.

Примерами могут послужить такие слоганы:

1) **Bruno banani (not for everubody)**. Другие мужчины напрягаются, ABSOLUTE MAN просто наслаждается жизнью (реклама духов немецкой кампании “bruno banani”).

2) **Молоко вдвойне вкусней, если это Milky way** (слоган, придуманный для рекламы шоколадного батончика американской компании Mars Incorporated).

3) **212 VIP MEN (Are you on the list?)** (рекламный слоган духов от Каролины Эрреры – предпринимателя венесуальско-американского происхождения).

4) **Snikers (не тормози – сникерсни)** (слоган компании Mars Incorporated).

В отличие от уже знакомых нам товарных слоганов, корпоративные слоганы направлены на создание благоприятного отношения к объекту рекламы и имиджа фирмы. Ожидается, что результатом такой кампании будет увеличение объема продаж. Важно заметить тот факт, что по итогам проведенного нами исследования выяснилось, что слоганы такого типа являются самым популярными в наши дни.

Вот одни из таких слоганов:

1) Nike. Just do it.

2) Skoda. Simply clever.

3) Apple. Think different.

- 4) Nokia. Connecting people.
- 5) Panasonic. Ideas for life.
- 6) Volvo for life.

Слоганы также можно разделить по способу воздействия на человека, который стимулирует покупку рекламируемого товара или услуги, на эмоциональные и суррогатные.

К первой группе относятся слоганы, которые должны производить впечатление, передающее владельцу товара вес, не только в собственных глазах, но и в глазах окружающих. В основном, эмоциональные слоганы рекламируют товары для женщин (косметика, белье, украшения, колготки и некоторые продукты питания).

Например,

- 1) Persil expert. Наше вдохновение – это вы!
- 2) Blend-a-med 3D white luxe.
- 3) Clear Vita Abe. Перхоти нет.
- 4) Pampers. Малыши вдохновляют.

Ко второй группе относятся суррогатные слоганы. Также их называют слоганами междоветного характера.

Слоганы такого типа не содержат большого количества значимых рекламных единиц. По сути дела, это чистые эмоции, элементы звукоподражательного характера.

К ним относятся:

- 1) Shweps. Schhh! You know who?/Шшшш! Знаете что?
- 2) Ред Булл окрыЛЯЯет.
- 3) М-м-м, «Данон».

Такое большое количество англоязычных слоганов в современных российских СМИ не могло остаться без внимания. Поэтому мы решили провести социальный опрос среди граждан РФ.

В опросе приняло участие 30 человек, а средний возраст опрошиваемых был 18 лет.

Каждому участнику эксперимента задали вопрос: «Как вы относитесь к англоязычным слоганам в российских СМИ?». И предложили выбрать один из трех вариантов ответа.

Семнадцать человек, что составляет 57% всех опрошиваемых, сказали, что им все равно (они не обращают внимание на англоязычные слоганы);

Семеро из тридцати (23%) одобрили активное использование англицизмов;

И только шесть человек (20%) оказались против употребления англоязычных слоганов.

По результатам опроса мы сделали вывод, что подавляющее большинство молодых людей не обращают внимание на слоганы иностранного происхождения.

Но чтобы иноязычные слоганы не «резали слух» нашим гражданам, следует запомнить одно важное правило при их употреблении:

Слоган должен быть максимально простым. Чаше всего в русскоязычной среде успешно существуют те непереводимы слоганы, которые содержат слова из минимального словарного запаса иностранных слов рядового ученика средней школы.

И в завершении, хотелось бы рассказать о рейтинге использования рекламных слоганов, основанном на наших наблюдениях во время исследования. Как было упомянуто ранее, первыми в этом списке по популярности являются корпоративные слоганы. Вторыми по употреблению стали товарные слоганы. После которых идут слоганы междоветного характера и эмоциональные.

В ходе всей исследовательской работы нам удалось выяснить, что несмотря на то, что англоязычные слоганы в российских СМИ появились сравнительно недавно, но они уже пользуются огромной популярностью среди рекламодателей для привлечения внимания к собственной продукции и создания имиджа корпораций. При проведении рекламной акции такого типа, не случайно был выбран английский язык. И все это потому, что нашей целевой аудитории этот язык является наиболее близким из всех иностранных.

ЛИТЕРАТУРА

1. Слагая слоганы. URL: http://linguistics-online.narod.ru/morozova_i-slagaja_slogany-2003.pdf / (дата обращения 30.04.2017).
2. URL: <http://ppt-online.org/9304/> (дата обращения 01.05.2017).
3. URL: <http://www.q-text.ru/articles/istory/> (дата обращения 01.05.2017).
4. URL: <https://www.livemaster.ru/topic/515063-naletaj-toropis-pokupaj-yarmarochnye-zaklichki-i-prigovorki/> (дата обращения 02.05.2017).
5. URL: <http://nsportal.ru/shkola/inostrannye-yazyki/angliiskiy-yazyk/library/2012/04/15/angloyazychnye-slogany-v-rossiyskikh> / (дата обращения: 02.05.2017).
6. URL: http://studopedia.ru/3_108814_ponyatie-effektivnost.html/ (дата обращения: 02.05.2017).

АНГЛИЙСКИЕ ВКРАПЛЕНИЯ ВО ФРАНЦУЗСКИХ ТЕКСТАХ КАНАДСКИХ СМИ

Гайнуллина А.А.

Данная статья посвящена особенностям английских вкраплений французского языка в канадских газетах, сайтах и блогах. В статье рассматриваются примеры англоязычных вкраплений во франкоязычных текстах Канады. И раскрываются особенности французского языка Канады в частности.

Ключевые слова: английские вкрапления; французский язык Канады; СМИ Канады; влияние английского языка.

This article is devoted to peculiarities of English inclusions in the French language in canadian Newspapers, websites and blogs. The article discusses examples of English inclusions in the French texts of Canada. And the peculiarities of the French language in Canada in particular.

Key words: English inclusions; French language of Canada; media in Canada; the influence of the English language.

На развитие французского языка в Канаде оказало большое влияние английская культура. Благодаря историческим, культурным и лингвистическим факторам, французский язык Канады претерпел изменения и имеет определенные отличия. В первую очередь, наличие англоязычных вкраплений в канадском французском языке СМИ – это наличие двух официальных языков – английского и французского, что в свою очередь влечет за собой множественные конфликты. Эти разногласия берут свое начало со второй половины 18 века, а именно со времен Семилетней войны между Англией и Францией, продолжавшейся с 1745-1763 года. В результате которой, ранее независимое государство Новая Франция без принципиальных лингвистических отличий, перешла во владении Англии [2, с.115]. И в данный период французский канадский начал развиваться обособленно от классического французского.

Большое количество франкоязычного населения Канады сосредоточено в Квебеке, его территория в четыре раза больше территории Франции, а так же провинциях: Новой Шотландии, Нью – Брансуике и на острове Принца Эдуарда [3, с.87]. Некоторое число франко-канадцев живет в Онтарио, где они составляют значительную часть сельского населения. И на данный момент французский язык Канады испытывает влияние со стороны как стандартного французского, так и английского языков. А также в Канаде около полувека назад вышел закон в поддержку билингвизма, согласно которому англоязычные или

франкоязычные меньшинства из любого региона страны имеют право на образование и услуги на их родном языке.

Особенности французского языка Канады проявляются в основном в письменной речи. Посредством газет, блогах, журналов, сайтов Канады мы рассмотрим примеры английских вкраплений на французский канадский. В качестве иллюстративного материала использовались такие квебекские периодические издания в электронной форме как: *La Presse*, *Le Devoir*, *Le Journal de Montréal*, *Le Journal de Québec*, *Le Soleil*, Сайт радио Канады, также блоги журналистов и приложение *TC Media Nouvelles* где освещаются новости с точки зрения Канады, а именно Квебека за период 2015-2017 г.

В последнее время количество англоязычных вкраплений неустанно увеличивается, причиной тому служат несколько факторов, а именно: англоязычное СМИ, телевидение, радио, газеты, журналы, международные контакты в различных сферах социальной жизни, а также экономическая и политическая зависимость от ряда англоязычных стран. Всё это очень сильно влияет на франкоговорящее население Канады, и в особенности на родной язык франкоговорящих канадцев.

Есть огромное количество примеров вкраплений во французских текстах Канадских газет. Но эти вкрапления можно найти не только во времена расцвета социальных медиа и телевидения, но и 30, а то и 60 лет назад. В выпусках газет прошлого века присутствуют примеры англоязычных вкраплений, примеры которых будут приведены ниже. Но все же заметная активизация процесса заимствования происходит с девяностых годов прошлого века, когда в процессе мгновенного обмена информации происходит вхождение новых слов из других языков, в особенности из английского [1, с.160].

Исследуя публицистические источники на разных языках, исследователи обнаруживают огромное количество всем известных англоязычных вкраплений в современном французском канадском представляющие собой названия фирм, марок автомобилей, городов, продуктов. К примеру на сайте *radio.canada.ca* можно найти такие примеры: *Samsung Galaxy Note 7*, *Uber*, *Facebook*, *NASA*, *Snapchat*, *YouTube*, *Apple*, *Google*, *Amazon*, *Twitter* и так далее [2, 4].

Среди франко-канадской прессы можно найти множество английских вкраплений, которые представляют собой имена известных деятелей. Например : *Paul Rayan*, *Donald Trump*, *Kellyanne Conway*, *Barack Obama*, *Michael Pittman*, *Kayla Norton*, *Brian Fortner* и многие другие. При этом английская форма имени сохраняется [6].

Для начала можно рассмотреть примеры последних событий в мировой арене напечатанные в Канадских газетах на французском языке. В них вкрапления встречаются реже, чем в малотиражных газетах и журналах, так как там в меньшей степени следят за чистотой языка. Например:

–“*Tu ne t’attends pas à ça quand tu es en mission, surtout au Koweït où l’on supporte (поддержка) une coalition (коалиция) formée*” [8] .

На официальном сайте другой газеты можно встретить еще один англицизм:

–“*La collaboration en recherche porte ses fruits...*” [5];

–“*Un juge de la Nouvelle-Zélande a confirmé lundi que l’entrepreneur internet Kim Dotcom...*» [8];

–“*La La Land*» *mérite-t-il de remporter plusieurs Oscar?*” [5];

–“*...en début de mandat depuis l’invention des sondages...*” [7];

–“*...son assermentation n’a pas amélioré cette perception...*” [5];

–“*...c’est une formation qui nous a reprouvés...*” [7].

На странице блога канадских журналистов *SPiN Doctors* которые разместили на официальном сайте газеты Канады интересную статью, в которой также нашлось немало количество иноязычных вкраплений:

–“*le Conseil canadien des relations industrielles (CCRI) a tranché à l’effet que la STO n’est pas un service*” [9].

У блоггера Пьера Мартена (Pierre Martin) также разместившего свою статью на сайте Le journal de Québec можно увидеть такие примеры:

– “*ce qui lui a valu d’entamer sa présidence avec la **distinction** peu enviable du plus taux d’**approbation** le plus bas*” [7] ;

– “*mais reste à voir s’il parviendra à faire un pas dans cette **direction***” [7].

Приведем пример из статьи канадского блогера и журналиста пишущего в основном в сфере новейших технологий:

– “*qui feraient la **distinction** entre le prix du forfait lui-même et celui lié au remboursement de la **subvention***” [8].

Анализируя страницы блогов Канадских сайтов можно встретить множество англицизмов, которые используются для обозначения новых понятий и предметов. Это свидетельствует о том, насколько сильно влияние английского языка на современный французский язык Канады.

В приложении TC Media Nouvelles, где канадская пресса освещает все мировые, региональные новости на канадском французском также можно найти немало примеров английских вкраплений. Журналист Изабель Ларме (Isabelle Larmée) ведущий рубрику на данном сайте в теме посвященной хоккею использует немалое количество иноязычных вкраплений:

– “*en finale d’**association** contre Philadelphie*” [10].

Язык канадской прессы изобилует английскими вкраплениями. Несмотря на тот факт, что, например, в Квебеке очень трепетно относятся к состоянию французского языка в средствах массовой информации. На протяжении десятков лет ведутся оживленные споры, издаются законы контролирующие нормы языка, проводятся различные исследования. Но тем не менее английский язык прочно закрепился в канадской культуре письма .

Из этого можно сделать вывод, что язык подстраивается под средства массовой информации, которые диктуют свои правила. И в языке обнаруживаются особенности национального речевого поведения носителей языка. Данные языковые явления характерны для канадских СМИ и особенности французского языка в Канаде находят отражение в прессе с помощью журналистов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеева А.В. Типология иноязычных вкраплений в русских текстах. Вестник Московского университета. Серия 22: Теория перевода. М.: изд-во МГУ, 2014. №1. С. 153-162
2. Коленеко В.А. Французская Канада в прошлом и настоящем: очерки истории Квебека, XVII-XX века. М.: Наука, 2006. 314 с.
3. Реферовская Е.А. Французский язык в Канаде. М.: Наука, 1972. 215 с.
4. Сайт радио Канады URL : <http://ici.radio-canada.ca/premiere/> (дата обращения 26.02.2017).
5. Le Devoir URL : <http://www.ledevoir.com/> (дата обращения 27.02.2017).
6. Le Soleil URL : <http://www.lapresse.ca/le-soleil/> (дата обращения 27.02.2017).
7. Le journal de Québec URL : <http://www.journaldequebec.com/> (дата обращения 01.03.2017).
8. La Presse URL : <http://www.lapresse.ca/> (дата обращения 01.03.2017).
9. SPIN Doctors URL : <http://www.journaldequebec.com/2017/02/28/transport-en-commun - service-essentiel> (дата обращения 01.03.2017).
10. TC Media Nouvelles <https://itunes.apple.com/ca/app/tc-media-nouvelles/id991115855?l=fr> (дата обращения 01.03.2017).

ИНОЯЗЫЧНЫЕ ВКРАПЛЕНИЯ В РУССКИХ ТЕКСТАХ (НА МАТЕРИАЛЕ СОВРЕМЕННЫХ СМИ)

Смахтина Ю.В.

Статья посвящена особенностям используемых в современных СМИ иноязычных вкраплений и разным точкам зрения на предмет их классификации. В статье рассматриваются порядка 50 единиц вкраплений и предлагается их подробная классификация, опирающаяся на их графическое оформление, степени ассимиляции и морфологические особенности.

Ключевые слова: иноязычное вкрапление; классификация; транслитерация; ассимиляция.

The article is dedicated to the description of the peculiarities of newly-borrowed foreign words which are spreadly used in modern media and to different points of view on the question of their classifying. The article analyses about 50 foreign language units and proposes a detailed classification based on their graphic design, the degree of assimilation and morphological features.

Key words: newly-borrowed foreign words; classification; transliteration4 assimilation.

В последнее время общественность много говорит о проблемах использования языка, о грамотности населения, обращает внимание на скорость, с которой русский язык растет и развивается. Считается, что каждые два часа в языке появляется новое слово, но это не единственный способ его обогащения: язык также в большом количестве «впитывает» в себя иностранные термины. Это особенно заметно и даже ожидаемо в условиях современного мира и глобализации, когда употребление иностранной лексики в родной речи вполне естественно. Несмотря на привычность используемых заимствований и вкраплений как в устной, так и в письменной речи, ученые-лингвисты не перестают многосторонне изучать это широко развивающееся направление языка.

Взаимодействие языков – основной экстралингвистический фактор их обогащения, при котором больше всего под влияние попадают лексические базы взаимодействующих языков. Первые случаи употребления иностранной лексики в языке еще не говорят о том, что это ассимилированные заимствования, для которых характерна уже некоторая степень освоенности. Подобные иноязычные термины получили название иноязычные вкрапления. Работа А.А.Леонтьева «Иноязычные вкрапления в русскую речь» впервые вводит этот термин и исследует это явление. Автор считает, что к иноязычным вкраплениям можно отнести русские слова, которые употреблены с семантическим нарушением и в иностранном фонетическом оформлении, можно отнести и русские слова в иноязычной грамматической форме. Сюда относятся и случаи передачи иностранного акцента, и варваризмы [2].

Довольно много исследовал иноязычные вкрапления и Л.П.Крысин, который определил их как «незамкнутые группы слов, употребление которых обусловлено степенью знакомства говорящего с иностранным языком, некоторыми стилистическими или жанровыми особенностями речи» [3].

Нельзя не согласиться с С.И.Маниной, которая считает, что «иноязычные вкрапления относятся к неассимилированной лексике и не принадлежат к системе использующего их языка, они не закреплены в толковых словарях, а также в словарях иноязычных слов». Иноязычные вкрапления характеризуются тем, что они попали в язык сравнительно недавно, тогда как те же заимствования функционируют в языке уже несколько веков, прошли несколько этапов ассимиляции и многими людьми воспринимаются как родные слова [4].

Неоценимый вклад в изучение этого вопроса внесли и такие ученые-лингвисты, как Ю.Т.Листрова-Правда, И.Н.Мозова, Е.Б.Нарочная, Г.В.Шевцова, И.Н.Геранина и многие

другие, на чьи работы мы опирались при исследовании материалов СМИ. Было обработано несколько классификаций вкраплений, выведенных филологами.

Одна из них построена на разности соотношений систем языка-источника и языка-рецептора в контексте вкрапления, на основе которой выделяются четыре группы иноязычных вкраплений:

1. Полное иноязычное вкрапление – отрезок текста на иностранном языке, включенный в текст без каких-либо изменений.

2. Частичное иноязычное вкрапление – слово, словосочетание, предложение или даже отрывок иностранного текста, которые частично (фонетически или морфологически) ассимилированы в языке или включены в синтаксические отношения с членами русского предложения.

3. Контаминированное, или русско-иноязычное вкрапление, представляющее собой русское слово, словосочетание или предложение, употребленное по законам другого языка (или с нарушением закона русского языка).

4. Нулевое вкрапление, представляющее собой обычный русский переводной текст или отрывок такого текста, включенного в оригинальную русскую речь [5].

Вкрапления можно классифицировать не только с точки зрения их графических, фонетических и морфологических изменений, но и изучать их с позиций

1) место языкового контакта;

2) характеристика контактирующих (национальность, социальный статус, пол, степень владения языками);

3) цель общения

4) психическое и физическое состояние контактирующих [5].

Мы охватили, таким образом, достаточно большое количество материала, чтобы попробовать объединить и сгруппировать классификации и предложить новые решения, где можем выделить:

1. Транслитерированные вкрапления, в среде которых, с точки зрения тематической принадлежности, можно выделить терминологическую лексику разных отраслей и экзотизмы:

«Бровям в этом мэйке следует тоже уделить немало внимания», «...нанесение праймера для лица, желательно матирующего... нанесение тональной основы и консилера...» («YES!», «Макияж для летних вечеринок»);

«Недавно Рок закончил съёмки нового спешла...» («Российская газета», «Ведущим церемонии вручения премии «Оскар» назначен скандальный комик»);

«...сообщил на брифинге в кабмине РТ...» («Аргументы и факты», «В Набережных Челнах от гриппа умер ребенок»);

«Нарежьте сыр чеддер на крупной терке... Формочкой или стаканом вырежьте сконы» («Школа гастронома», январь 2017, стр. 32).

2. Контаминированную лексику, которая в свою очередь подразделяется на вкрапления

нетранслитерированные, когда часть слова, являющаяся заимствованной, не оформляется графически по правилам языка-реципиента:

«...устраивали apt-fashion-инсталляции...» («YES!», «Sunday Up Market Fashion Fest: как это было»);

«Однако как при этом можно объяснить отсутствие розеток и USB-входов, предназначенных для задних пассажиров?» («Газета.ру», «Вкус к суровым тропам»);

транслитерированные, когда заимствованная часть слова оформляется графически по правилам языка-реципиента, но фонетически сохраняет облик прототипа:

«За приключениями любителей экстремального мореплавания в онлайн-режиме следили родственники...» («РИА Новости», «По следам Сенкевича. К юбилею знаменитого путешественника и журналиста»);

«Это место объединяет под своей крышей лучшие бренды экип-спорт индустрии» (“YES!”, «Модно. Модные новости»).

3. Нетранслитерированные вкрапления: нетранслитерированные названия периодических изданий, Интернет-порталов, мобильных приложений, косметических брендов, модных домов, компаний, занимающихся производством высокотехнологических компонентов, телекоммуникационного оборудования, бытовой техники, аудио- и видеоустройств и др.:

«Напомним, сообщать о нарушениях в сфере экологии можно с помощью Telegram и WhatsApp» («Аргументы и Факты», «Водитель снегоуборочной машины сбрасывал с моста в Казанку грязный снег»)

«Она с выгодой для себя участвовала в рекламе продукции компаний Christian Dior, Samsung и Puma» («ТАСС», «Тейлор Свифт возглавила список самых высокооплачиваемых певиц по версии Forbes»);

«В интервью телеканалу CNN он также заметил, что истерика в Вашингтоне и американских СМИ вредит отношениям России и США» («Российская Газета», «Баку раскритиковал США за оголтелую антироссийскую компанию»): CNN – Cabel News Network (Кабельная Новостная Сеть). Встречается и транслитерированное обозначение: *«Как передаёт Си-эн-эн, Дональд Трамп и члены его команды сочли, что...»* («Эхо Москвы», «Советник Президента США Келлиэнн Конуэй временно лишена возможности давать телеинтервью»).

Сохранение графического оригинала написания иностранных слов в подобных случаях отражает брендовую политику этих компаний и Интернет-порталов [1, с.160]. При переводе официальной документации переводчики соответствуют желанию заказчика перевода, который сообщает им о желании или нежелании сохранять оригинал написания названия. Заметим, что и в прессе встречаются транслитерированные названия, но при анализе материала не было обнаружено определенной закономерности, когда автор использует транслитерацию, а когда избегает её, поэтому было бы ошибочно полагать, что в статьях менее официального содержания названия умышленно используются автором не в их оригинальном виде.

4. Морфологические элементы (эквивалентные и безэквивалентные в принимающей системе (префиксы и суффиксы):

«...он принимал активное участие в антиправительственных и националистических акциях в Киеве...» («ТАСС», «СК передал в суд дело россиянина, вступившего в «Правый сектор»). Иноязычной приставке анти- соответствует в русском языке приставка противо-;

«По мнению разработчика, длительное отсутствие практики приводит к деградации врача» («ТАСС», «Депутат предлагает разрешить парламентариям-медикам работать врачами по совместительству»): иноязычный префикс де- не имеет аналога в русском языке и означает отмену, уничтожение или отрицание;

«Из-за особенностей расположения выходного патрубка угольного абсорбера существует вероятность образования трещины в патрубке» («Газета.ru», «В России отзывают почти 220 тысяч автомобилей Toyota из-за возможных дефектов»): с помощью иноязычного суффикса –er от глагола абсорбировать (с нем. absorbieren) для образования существительного, обозначающего действующее лицо или действующий объект.

5. Композиты разной степени ассимиляции:

Полная ассимиляция: *«Например, в настоящий момент уже известно, что в заповеднике появится визит-центр и уже есть кемпинг для туристов»* («Аргументы и факты», «Путин поручил приостановить процесс перевода заповедников в нацпарки»): оба компонента (визит и центр) ассимилированы и могут выступать в роли автохтонных слов;

Частичная ассимиляция: *«...указанная деятельность может быть квалифицирована с точки зрения закона неоднозначно, что несет с собой «комплаенс-риски»* («Газета.ru», «Навальный капитализирует скандалы»): опять же компоненты комплаенс и риск были

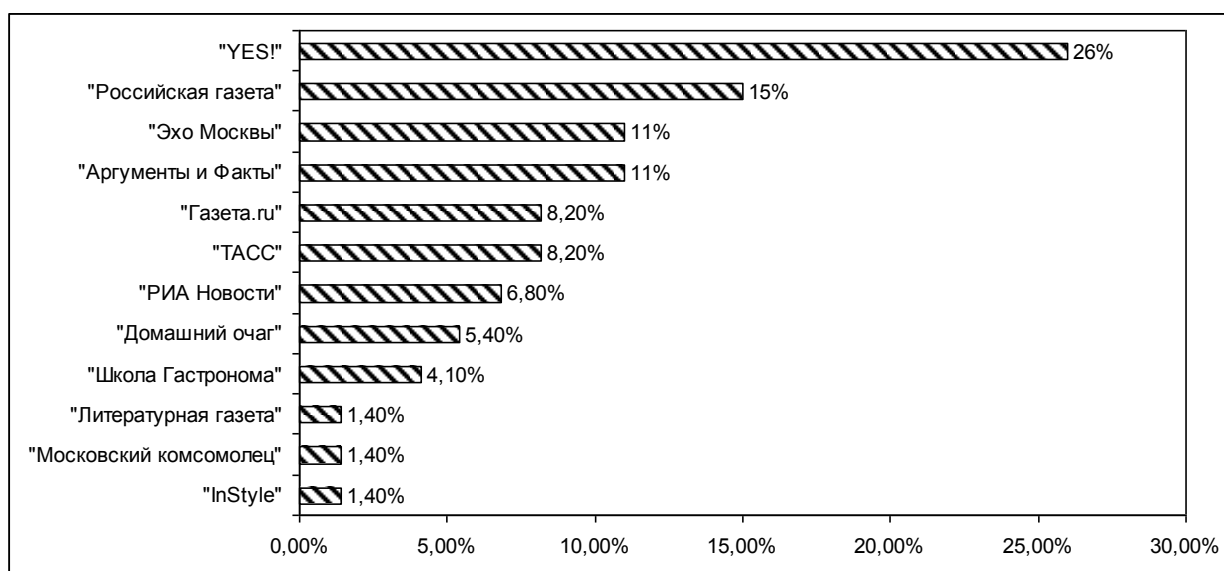
заимствованы, однако риск является полностью ассимилированным вкраплением, а комплаенс – недавно пришедшее в язык слово;

Нулевая ассимиляция: «24 декабря 1957 года – не стало знаменитого французского модельера, создателя стиля «ню-лук» Кристиана Диора» («Эхо Москвы», «Ну и денёк» от 24.10.2016). Вкрапление ню-лук состоит из компонентов ню (от англ. new – новый) и лук (от англ. look – взгляд), оба из которых прошли только первую ступень ассимиляции и были транслитерированы, в современных текстах написание на языке оригинала практически не встречается, но компоненты еще не стали употребляться как полноценные заимствованные слова.

6. Графические знаки.

«Жан-Клод Карьер & Умберто Эко «Не надейтесь избавиться от книг!» («YES!», «Жан-Клод Карьер & Умберто Эко «Не надейтесь избавиться от книг!»). Знак амперсанд чаще всего используется в названиях брендов и компаний, на письме он заменяет союз «и» (“and” в английском языке);

«Стоят они от €15 до €20 евро» («YES!», «Moleskine выпустил блокноты с The Simpsons»). Символ валюты евро используется скорее в целях экономии языковых средств и в связи с общепризнанностью и общеузнаваемостью этого символа.



База найденных и обработанных нами вкраплений составляет порядка 350 единиц, однако в работе была приведена лишь их часть. Для поиска и обработки вкраплений мы остановили свой выбор на таких новостных порталах сети Интернет и на таких печатных периодических изданиях, как «ТАСС», «Эхо Москвы», «Газета.ру», «Российская газета», «Аргументы и факты», «РИА Новости», «Литературная газета», «Московский комсомолец», «YES!», «InStyle», «Домашний очаг», «Школа гастронома». Абсолютным лидером по количеству иностранной лексики стал молодежный журнал «YES!», примерно 26% вкраплений были найдены именно в нем. За ним следуют государственная газета «Российская газета» с 15%, сайт информационно-разговорной радиостанции «Эхо Москвы» и общественно-политическая газета «Аргументы и факты», набравшие одинаково 11%. Последние позиции заняли литературное и общественно-политическое издание «Литературная газета», модный журнал «InStyle» и общественно-политическая газета «Московский комсомолец», набравшие одинаково по 1,4%. Если говорить о характере заимствований, то отметим, что больше всего терминов, связанных с уходом за собой и миром моды, представили журналы «YES!» и «Домашний очаг», о новых веяниях в Интернете, социальных сетях, музыке больше всего рассказывал журнал «YES!». Большинство «строгих» тематических вкраплений из области политики, экономики и науки

содержали статьи информационных агентств «ТАСС» и «РИА Новости». Заимствованная лексика, употребляемая в статьях «Эха Москвы» и «Аргументов и фактов», представляет особый интерес для исследования, поскольку она относится к широкому спектру тем и трудно выбрать превалирующую, будь то политика или мода. Это говорит не только о разнообразии затрагиваемых ими тем, но и о нацеленности на то, чтобы «идти в ногу со временем», быть двигателем процессов глобализации, коллаборации и смешения языков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Агеева А.В. Типология иноязычных вкраплений в русских текстах. Вестник Московского университета. Серия 22: Теория перевода. М.: изд-во МГУ, 2014. №1. С. 153-162
2. Леонтьев А.А. Иноязычные вкрапления в русскую речь. Вопросы культуры речи. М.: Наука, 1966. С. 60.
3. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. Вопросы культуры речи. М.: Наука, 1968. С. 47-49.
4. Манина С.И. Прагматические функции иноязычных вкраплений. Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2010. С. 1 – 4.
5. Листрова-Правда Ю.Т. Отбор и употребление иноязычных вкраплений в русской литературной речи XIX века. Воронеж: Изд. Воронежского ун-та, 1986. 144 с.

ОСОБЕННОСТИ ПРОНИКНОВЕНИЯ АНГЛИЦИЗМОВ В РУССКИЙ ЯЗЫК (НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ В РОССИЙСКИХ БЛОГАХ)

*Гиниятуллина Л.Р.
Морозова Т.В.*

Статья освещает результаты исследования, посвященного изучению особенностей использования английских заимствований в русскоязычных блогах. Авторы рассматривают вклад лингвистов в изучение данной проблемы. В статье предложена тематическая классификация отобранных англицизмов из Интернет публикаций.

Ключевые слова: заимствования; англицизм; Интернет; блог.

The article describes the findings on the borrowings from the English language in the modern Russian language and their usage in Russian blogs. The authors dwell on the contribution of linguists into the issue. The article presents a thematic classification of the English loan words selected from Internet publications.

Key words: borrowings; English loan word; Internet, blog.

В языке, как и в современном обществе, постоянно происходят изменения, что связано с историческим развитием языка. Появляются новые слова, также происходит процесс вытеснения старых. Известно, что за последние годы огромное количество слов было заимствовано в русском языке. Подобный процесс характерен для развития каждого языка, и связано это с тесными политическими и экономическими отношениями между государствами, взаимоотношениями между культурами и народами, что, в свою очередь, приводит к расширению лексического запаса языка.

Первым, кто обратил внимание на процесс взаимодействия языков, был И.А. Бодуэн де Куртене в 1875 г. Вслед за ним лингвисты начали подробно изучать данную проблему. В период XIX – начала XX века немало трудов проблеме заимствования иноязычных слов было написано Ю.С. Сорокиным, Д.С. Лотте, Л.П. Крысиным, Л.М. Башем, Э. Хаугеном, В.Г. Костомаровым.

В лингвистической литературе понятие «заимствование» не имеет единого определения. С одной стороны, заимствование – это введение в словарный фонд языка иностранного слова [3, с. 54], а также переход элементов одного языка в систему другого языка как следствие более или менее длительных контактов между этими языками. С другой стороны, заимствование рассматривается как иноязычное слово, не только перешедшее, но и полностью освоенное заимствующим языком. [2].

В конце XX века лингвисты начали активно изучать заимствования английского и американского происхождения – В.М. Аристова, С.А. Беляева, М.А. Брейтер, А.И. Дьяков, С.Г. Апетян, М. Войтович, Г.Г. Тимофеева и другие ученые.

Как и понятие «заимствование», «англицизм» имеет множество трактовок. Современные лингвисты придерживаются следующего определения: англицизмы – это «слова и выражения, заимствованные из английского языка (в его британском и американском вариантах), а также слова и выражения, созданные по образцу английского слова или выражения с использованием английских морфем». [2].

На сегодняшний день англицизмы являются неотъемлемой частью в лексике русского языка. Англицизмы используются практически во всех сферах современного общества – в рекламе, СМИ, политике и экономике, но наиболее часто в сфере информационных технологий.

В настоящее время информационные технологии имеют большое влияние в современном обществе, поэтому основным и самым быстрым источником обмена и получения информации становится Интернет. Наиболее популярным способом распространения и получения информации являются блоги.

Блог (англ. blog, от web log) – веб-сайт, основное содержимое которого – это регулярно добавляемые записи, содержащие текст, изображения или мультимедиа. Слово «блог» также является англицизмом. Впервые оно было упомянуто в 1997 году Йорном Баргером как «weblog», он также дал определение слову. В 1999 году Питер Мерхольц сократил до «blog» и использовал его и как существительное, и как глагол. [4]

Основная тенденция, которая прослеживается в блогах – это высокая распространенность заимствований. Одной из главных причин использования заимствований в Интернете считается стремительное развитие компьютерной техники и активное проникновение новых информационных технологий в повседневную жизнь людей.

Используя метод сплошной выборки, из российских блогов (Лайфхакер, Кинопоиск (раздел «блоги»), ВВС блоги, LiveJournal.ru, Sport.ru, New York Film Academy блог) были выявлены англицизмы в количестве 107 единиц, используемые в публикациях. Проанализировав материал, мы обнаружили, что полученный список новых слов можно разделить на семантические группы: «Мода и Красота» (14%), «Политика» (9%), «Экономика и Финансы» (17%), «Технологии» (13%), «Интернет коммуникации» (21%), «Спорт» (14%), «Музыка и Кино» (12%).

Группа «Политика» (9%) – является самой малочисленной из всех перечисленных. В ней представлены наименования политических органов, ситуаций и должностей (*конгресс - congress, апартеид - apartheid, рейтинг - rating, митинг - meeting, бойкот - boycott, Европарламент - Europarlament, конфликт интересов - conflict of interest, реадмиссия - readmission, резидент - resident, экзит-полл - exit-poll*).

Рассмотрим пример из статьи «Беларусь и Китай готовят соглашения о миграции и реадмиссии»:

«...Обсуждались также основные векторы для дальнейшего взаимодействия. Так, на данный момент на рассмотрении китайской стороны находятся два соглашения — о

миграции и о **реадмиссии**...» [7]. Реедмиссия (англ. readmission) - передача лиц, незаконно пребывающих на территории государства, в страну, из которой они прибыли, с согласия этой последней. [1] Слово употребляется в заголовке и статье для замены длинного описательного оборота.

Область «Музыка и Кино» (12%) – лексика представлена наименованиями новых жанров, а также терминологией, присущей данной области (*саундтрек - soundtrack, тизер - teaser, трейлер - trailer, приквел - prequel, вебизод - webisode, ремейк - remake, лейбл - label, ки-арт - key art, бэкстейдж - backstage, дабсмен - dubstep, дин-хаус - deep house, плей-лист - playlist, таймлапс - time lapse*).

Область «Технологии» (13%) – в данной группе представлены англицизмы, которые дают определение ранее не существовавших предметов и явлений (*таймер - timer, нанотехнология - nanotechnology, гаджет - gadget, апдейт - update, апгрейд - upgrade, баг - bug, смартфон - smartphone, фаблет - phablet, тачскрин - touchscreen, твик - tweak, ультрабук - ultrabook, смарт-часы - smart watch, юзер - user, стилус - stylus*).

«...ранее модельный ряд **фаблетов** Xiaomi был представлен линейкой Note, что на дюйм меньше Mi Max...» [9]

В данном случае англицизм дает более точное определение смартфону. Фаблет (англ. Phone телефон + tablet планшет)- большой смартфон с диагональю экрана от 5 до 7 дюймов с четырехъядерным процессором и двумя Гбайтами оперативной памяти, способный выполнять функции планшетного компьютера.[1]

Группа «Мода и Красота» (14%) – новые англицизмы, заимствование которых связано с тенденциями в индустрии красоты и моды (*скинни - skinny, принт - print, свитшот - sweatshirt, оксфорды - oxford shoe, дерби - derby shoes, монки - monkies, худи - hoodie, праймер - primer, бронзер - bronzer, лип-арт - lip art, лук - look, снэпбэк - snapback, бьюти-блендер - beautyblender, сайз - size, стайлер - styler*).

Группа «Спорт» (14%) – англицизмы, описывающие спортивные явления. В большинстве случаев они используются для замены словосочетаний в русском языке (*спринтер - sprinter, стайер - stayer, плейофф - playoff, фол - foul, тайм-аут - time-out, хелибординг - heliboarding, дрифт - drift, пик-н-поп - pick-n-pop, трэшток - trash talk, овертайм - overtime, форвард - forward, воркаут - workout, трейлраннинг - trail running, голкипер - goalkeeper, УЕФА - UEFA*).

«...в спринтерских разборках в классическом стиле Крэг меня не убедил, в отличие от ярко выраженного двадцатидвухлетнего **спринтера** Фоссли...» [10]. **Спринтер** (англ. Sprinter) – спортсмен, специализирующийся в забеге коротких дистанций в легкоатлетическом беге, в беге на коньках, в велосипедном спорте и некоторых других видах спорта. [1].

Область «Экономика и Финансы» (17%) – данная группа включает в себя бизнес-термины и экономические понятия (*транзит - transit, инвестор - investor, маркетинг - marketing, спред - spread, кеппи-трейд - carry trade, франшиза - franchise, дивиденд - dividend, диверсификация - diversification, волатильность - volatility, такс-фри - tax-free, стартап - startup, сейфинг - safining, кэш - cash, инфляция - inflation, биткойн - but coin, байер - buyer, доллар - dollar, аутсорсинг - outsourcing*).

«...социальные инновации, такие, как сушилка для посуды, материнский пакет, Ресторанный день и самый большой в мире форум **стартапов** Slush...» [6] **Стартап** (англ. start-up) - недавно созданная фирма или компания, которая находится на стадии развития и базирующаяся на инновационных идеях или на только что появившихся технологиях. [1]

Область «Интернет коммуникации» (21%) – является самой большой группой по количеству английских заимствований в интернет-публикациях. В этой группе постоянно происходят изменения, что связано с активным развитием всемирной паутины и популяризации общения в интернете (*мейнстрим - mainstream, контент - content, фаерфокс - Firefox, лайк - like, пост - post, стикер - sticker, троллинг - trolling, бот - bot, фейк - fake, фидбэк - feedback, хештег - hashtag, скроллинг - scrolling, мессенджер - messenger, наблик -*

public, *фолловер* - *follower*, *мем* - *mem*, *твит* - *tweet*, *репост* - *repost*, *френдлента* - *friendliest*, *логин* - *login*, *лайфхак* - *lifehack*, *сторис* - *stories*).

«...Различные **боты** и **фейки** одновременно исчезнут из **фолловеров**, подписчиков и групп...» [5].

Бот (англ. bot от robot) - вторая, третья и т. д. учётная запись у одного человека на форуме; Фолловер (англ. follower последователь) - пользователь, который подписался на чьи-то обновления в различных социальных сетях; Фейк (англ. fake фальшивый) - человек, создавший ложную интернет-страницу, не со своими фотографиями, с чужим именем. [1].

На основании проведенного анализа можно сделать вывод, что главной причиной проникновения англицизмов чаще всего обуславливается отсутствием в русском языке эквивалента английскому слову. Наиболее многочисленной группой по содержанию англицизмов является «Интернет коммуникации», что связано с быстрым развитием компьютерных технологий и активное проникновение новых информационных технологий в повседневную жизнь людей.

ЛИТЕРАТУРА

1. А.И. Дьяков. Словарь англицизмов русского языка. URL: <http://anglicismdictionary.dishman.ru/Slovar> (дата обращения: 07.05.17).
2. Изюмская С.С. Определение понятия «англицизм» в лингвистической науке. URL: http://www.rusnauka.com/25_PNR_2012/Philologia/9_116098.doc.htm (дата обращения: 25.04.17).
3. Нелюбин Л.Л. Толковый переводоведческий словарь. М.: Флинта: Наука, 2003. 320 с.
4. JENNA WORTHAM. After 10 Years of Blogs, the Future's Brighter Than Ever. URL: <https://www.wired.com/2007/12/after-10-years-of-blogs-the-futures-brighter-than-ever/> (дата обращения: 20.05.2017).
5. sidorov_iv. Привяжут ли SIM карту к человеку. URL <http://sidorov-iv.livejournal.com/9027.html> (дата обращения: 21.04.17).
6. tiina Книга. «Наша страна» расскажет о самых популярных финских людях и явлениях на русском языке. URL: <http://tiina.livejournal.com/8604767.html> (дата обращения: 21.04.17).
7. Беларусь и Китай готовят соглашения о миграции и реадмиссии. URL: <https://www.belnovosti.by/politika/belarus-i-kitay-gotovyat-soglasheniya-o-migracii-i-readmissii/> (дата обращения: 20.04.17).
8. vg_saveliev. 2017 – год экономических сюрпризов. Вот увидите. URL: <http://vg-saveliev.livejournal.com/1548240.html/> (дата обращения: 20.04.17).
9. Николай Маслов. ОБЗОР: Xiaomi Mi Max — огромный, тонкий и удобный смартфон. URL: <https://lifehacker.ru/2016/08/05/obzor-xiaomi-mi-max/> (дата обращения: 25.04.17).
10. Chernyshevsky jr. Спринтерские догонялки в Драммене. URL: <https://www.sports.ru/tribuna/blogs/biathlontida/891767.html> (дата обращения: 20.04.17).

ИЗМЕНЕНИЕ СЕМАНТИКИ ЗАИМСТВОВАННОЙ ЛЕКСИКИ (НА ПРИМЕРЕ СЛОВА «ДЕГЕНЕРАТ»)

Салахутдинова Г. Н.
Шигапова Ф. Ф.

Представленная статья посвящена изучению семантики слова дегенерат, заимствованному из латинского языка в русский. Авторами были проанализированы частотность употребления и коннотация слова дегенерат в русском языке. Практическая значимость результатов исследования состоит в возможности использования результатов исследования на занятиях языкознания, теории и практики перевода.

Ключевые слова: ассимиляция, Национальный корпус русского языка, дегенерат, коннотация, частотность употребления.

This article deals with the semantics of дегенерат incorporated from Latin into Russian. Authors have analysed the usage frequency of the word and its connotation in Russian. The practical importance of research consists in possibility of usage of research results in linguistics, theory and practice of translation.

Key words: assimilation, Russian National Corpus, дегенерат, connotation, usage frequency.

В современном обществе даже сидя дома мы можем узнать о культуре другой страны, выучить иностранный язык, читать литературу или СМИ на другом языке, пользоваться товарами иностранного происхождения и тд. Уже не существует четких культурных границ между разными странами. С одной страны, это хорошо, попав в другую страну, мы вряд ли испытаем шок, зная об их особенностях, о богатой истории мы становимся более толерантными. Более того, это помогает нам лучше понимать людей другой национальности, мы знаем, что по большей части мы испытываем похожие чувства, для всех нам крайне важны такие понятия как доброта, человечность, мораль. Однако, исчезает то, что сближало нас с нашей нацией, разрываются нити, которые связывали нас предыдущим поколением, теряются характерные особенности определенного народа. Человек перестает чувствовать свою соотнесенность к определенной нации. Все эти явления заставили ученых заняться проблемой национальной идентичности.

Проблема взаимосвязи, взаимодействия языка и национальной идентичности и национальной культуры является одной из центральных в языкознании, начиная с 17 века. Первые попытки решения этой проблемы предсавлены в трудах Вильгельма Гумбольдта, основные положения концепции которого можно свести к следующему: 1) материальная и духовная культура воплощаются в языке; 2) всякая культура национальна, ее национальный характер выражен в языке посредством особого видения мира; языку присуща специфическая для каждого народа внутренняя форма; 3) внутренняя форма языка – это выражение «народного духа», его культуры; 4) язык есть опосредующее звено между человеком и окружающим его миром[1, с.120]. Концепция Вильгельма Гумбольдта получила своеобразную интерпретацию в работах Александра Афанасьевича Потебни, Ивана Александровича Бодуэна де Куртенэ, Романа Осиповича Якобсона и других исследователей. Мысль о том, что язык и действительность структурно сходны, высказал еще Луи Ельмслев, отмечавший, что «структура языка может быть приравнена к структуре действительности или взята как более или менее деформированное ее отражение» [2, с. 44]

Исходя из вышеизложенного становится ясно, что язык постоянно меняется, чтобы отражать происходящие явления. Национальный язык обогащается, словарный запас пополняется новыми словами, некоторые из которых заимствуются из другого языка. Больше всего лексический состав языка пополняется во время социальных, культурных и научно-

технических преобразований, ввиду того что появляются новые понятия, термины, явления. Так во время христианизации Руси, в 988-990 годах, в состав русского языка вошли латинизмы, обогащение русского языка заимствованиями из монгольского языка произошло начиная с 1243 года, когда установилось татаро-монгольское иго, а в 1696–1715, 1715–1725 годах, в период петровских реформ, в язык начали проникать заимствования из европейских языков. Однако попадая в другой язык, иноязычное слово оказывается в иной языковой системе, отличающейся от языка-источника, особенностями фонетического, грамматического строя, обладающей своей графикой, своей системой понятий. Чтобы функционировать в этой системы, заимствованное слово должно приспособиться. Поэтому заимствованная лексика проходит процесс освоения. Леонид Петрович Крысин, известный российский лингвист, выделяет 5 этапов освоения заимствованного слова:

1. Употребление иноязычного слова в тексте в его исконной орфографической форме, без транслитерации и транскрипции.

2. Приспособление его к системе заимствующего языка: транслитерация или транскрипция, отнесение к определенной части речи, с соответствующим морфологическим и словообразовательным оформлением.

3. Употребление «на равных» с другими словарными единицами родного языка. Слово еще сохраняет свои жанрово-стилистические, ситуативные и социальные особенности.

4. Утрата жанрово-стилистических, ситуативных и социальных особенностей.

5. Регистрация иноязычного слова в толковом словаре [3, с. 75].

Иноязычные слова подвергались в процессе их освоения разного рода изменениям: фонетическим, морфологическим, семантическим.

В статье представлены результаты изучения семантической структуры русского этнонима «дегенерат», заимствованного из латинского языка. В Толковом словаре русского языка под редакцией Ушакова дается следующее определение: Дегенерат – это человек с признаками физического или психического вырождения [6, с.97]. А в толковом словаре русского языка под редакцией Ожегова зафиксировано следующее коннотативное семантическое значение слова «дегенерат» «Человек с признаками дегенерации. П ж. дегенератка,-и. П прил. дегенератский, -ая, -ое.» [5, с.102]. В приведенных словарных статьях слово дегенерат имеет негативную окраску и отражают определенное отношение, аккумулированные русским этносом.

Таблица 2.1.1. Слово «дегенерат» в Национальном корпусе русского языка

<i>Подкорпус</i>	<i>Основной</i>	<i>Акцентиологический</i>	<i>Устной речи</i>	<i>Поэтических текстов</i>	<i>Газетный</i>	<i>Параллельный</i>
<i>Общее количество документов</i>	109 028	241 323	3665	78 868	433 373	1 761
<i>Общее количество предложений</i>	22 209 999	3 429 756	1662 05	1 046 991	16669 748	5 187 818
<i>Общее количество слов</i>	265401717	30 874 686	11349008	10971 89	228 521 421	68 894 009
<i>Документы, содержащие слово Дегенерат</i>	124	13	5	1	30	10
<i>Вхождения с словом Дегенерат</i>	167	14	5	1	32	31

В Национальном корпусе русского языка содержится более 254 вхождений, и 187 документов, в которых употреблено слово «дегенерат», что свидетельствует что референт до сих пор употребляется с речи. Диапазон текстов, в которых используется это словосочетание включают в себя историческую и современную, художественную литературу, прозу и поэзию. Например:

Сколько лет армию изображали как сборище пьяниц, дегенератов и садистов, – и ребята-десантники, живые и мертвые, заставили критиков замолчать (Павел Евдокимов, 2003).

«– Панюков перешел на крик: – Разве не ты заявил на весь мир, что наши люди – дегенераты, что наш человек полностью деградировал?» (Андрей Дмитриев, 1999).

«Идиот в русской культуре – это не дегенерат, который не отличает движущегося предмета от неподвижного и у которого капает слюна. У идиота тоже есть жизненная норма, но она имеет иную природу по отношению к норме большинства» (С. Чернышев, 1997).

«И среди всего этого – иступленный маленький человек, дегенерат, выродок, которому власть вскружила голову» (Н. Л. Давыдова, 1920-1921).

Шампанское по утрам пьют или аристократы или дегенераты. (Леонид Гайдай и др. Бриллиантовая рука, к/ф (1968).

Национальный корпус русского языка выявил слово «дегенерат» в основном в словосочетаниях с прилагательными и глаголами, тем самым показывая типовые синтаксические шаблоны, употребляемые в русском языке: Прилагательное + «дегенерат», глагол + «дегенерат».

Все зарегистрированные словосочетания делятся на нейтральные, мелиоративные и пейоративные. К нейтральным отнесли случаи, когда словосочетания не несут в себе ни эмоций, ни оценку референта. Например: *«Прочтя повесть, где какой-то японец, выйдя из дому в пижаме, уселся в лужу, ему было мокро и мерзко, но он все сидел, дед сказал, что это стремление омерзительности в конечном счете унижить человека в литературе пройдет, как болезнь, она перестанет изображать дегенератов и превращение в насекомых и вернется кобычным и вечным чувствам и ситуациям»* (Александр Чудаков, 1987-2000).

Уничижительный оттенок или пейоративная коннотация представлена в следующем предложении: *«Из чего следует, что бездельник – это не только преступник, но и дегенерат, агент эволюционного отступления, обезьяноподобный шпион в природного мира, пытающийся свернуть нас с прямой дороги прогресса»* (Илья Калинин, 2010).

Мелиоративные коннотации, хотя и реже, но все же зарегистрированы в Национальном корпусе русского языка. Например: *«Среди чахоточных людей, имеющих приобретенный и наследственный сифилис, и всякого рода неуравновешенных, т. е. так называемых «дегенератов», встречались люди, которые самым широким образом способствовали прогрессу человеческого рода»* (И. И. Мечников, 1907-1913).

Проанализировав газетные статьи, представленные в Национальном корпусе русского языка, содержащие слово дегенерат, мы пришли к выводу, что в 77% случаях он носит негативную окраску, 20% случаях нейтральную и лишь 3% мелиоративную.

Так же мы выяснили, что изучаемое слово происходит от лат. *degeneratus* «выродившийся» и если раньше под словом дегенерат понимали лишь «выродка», «умственно отсталого человека, страдающего слабоумием с рождения», то в 20 веке появились уже такие термины психический дегенерат – душевнобольной (необязательно с рождения), социальный дегенерат – примитивно мыслящий человек, который не способен справляться со сложными задачами, и ,наконец, биологический дегенерат- тот самый умственно отсталый человек, страдающий слабоумием с рождения [7, с. 430].

На втором этапе нашего исследования, направленного на раскрытие того, что понимают русские под словом «дегенерат», мы опросили 40 человек и провели

семантический анализ лексических групп. Интервью проводилось в соответствии с послонной многоступенчатой селекцией в 3 городах и 2 сельских округах Российской Федерации, 11 российских мужчин и 29 российских женщины в возрасте 19 – 45, представители различных профессий (рабочие, служащие, школы, колледжа и студенты университета) отвечали на вопрос: «Какие ассоциации у вас вызывает слово дегенерат/интервенция/порядок?». И исходя из ответов мы составили основной ряд понятий, включающий в себя смысл, восприятия, изображения и понятия, которые вызывает эти слова у опрошенных. 80% опрошенных описали «дегенерата» как невежду, не желающего развиваться, интернет-зависимого, невоспитанного, морального уродца, не уважающего других, с узким кругозором, что означает, что понятие «дегенерат» расширило свое значение.

Таким образом, в результате исследования было выявлено, что заимствования наделяются в дискурсе новыми ценностно-смысловыми элементами, что свидетельствует об эволюции современного языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гумбольдт В. О влиянии различного характера языков на литературу и духовное развитие. М.: Прогресс, 1821. 345с.
2. Ельмслев Л. Общее языкознание. М.: Русский язык, 1992. 566 с.
3. Крысин Л.П. Этапы освоения иноязычного слова // Русский язык в школе. 1991. №2. С. 74–78.
4. НКРЯ – Национальный корпус русского языка. URL: <http://ruscorpora.ru/> (Дата обращения: 15.01.2016).
5. Ожегов С. Толковый словарь русского языка /Скворцов Л. И. М.: Оникс, 2010. 736 с.
6. Ушаков Д.Н. Толковый словарь современного русского языка. М.: Аделант, 2013. 800 с.
7. Шанский Н.М. Этимологический словарь русского языка. Вып. 5. М.: Московский университет, 1975. 125 с.

РОЛЬ ГАЛЛИЦИЗМОВ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ: ИСТОРИКО-ФУНКЦИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Батрова М.Ф.

Статья посвящена роли галлицизмов в английском языке и их влиянию на его лексическую структуру. В данной работе рассматриваются различные классификации заимствований, предложенные выдающимися лингвистами, на основе которых можно проследить значимый вклад французских заимствований в лексику английского языка.

Ключевые слова: галлицизм, заимствование, ассимиляция, коннотация.

The article describes the role of gallicisms in English language and influence on its lexical structure. This work presents different classifications offered by outstanding linguists on the basis of which we can follow the French borrowing's contribution in the English vocabulary.

Key words: gallicisms, borrowings, assimilation, connotation.

Как известно, лексика любого языка включает в себя не только исконные слова, но и заимствования из других языков. Что касается словарного запаса английского языка, то на него большое влияние оказали заимствования из разных языков, от романо-германских до скандинавских. Однако наибольшую роль сыграли заимствования из латинского и французского языков.

С целью предоставления более полной картины развития языка с исторического аспекта, в нашем случае речь идёт об английском языке, без сомнения важно учитывать динамику развития словарного состава языка. Вокабуляр английского языка пополнялся галлицизмами с давних времен и по сей день продолжает расширять свои границы ведь и в своём современном виде он продолжает обогащаться не только новыми словами, но и заимствованиями. Так, истоки первых галлицизмов берут своё начало с XI века, в наибольшей степени в таких областях, как наименования социальных отношений и юриспруденции, а также в тематической группе “управления страной”. Чуть позже заимствования охватывают сферы моды и кулинарии и даже выступают в качестве коммерческих и производственных терминов. Таким образом, галлицизмы быстро вошли в оборот речи как у знати, так и у простого народа того времени. Для того, чтобы понимать друг друга, первые учили английские слова с целью находить общий язык с простыми гражданами, а те в свою очередь обогащали речь французской лексикой, тем самым внедряясь во все слои общества [7, 8].

Если говорить, о процессе заимствования лексики, то он может происходить устным и письменным путем. В случае заимствования первым путем слова быстрее полностью ассимилируются в языке. Однако, слова, заимствованные письменно, дольше сохраняют свои фонетические, орфографические и грамматические особенности.

Существует три основных способа заимствований:

1) **калькирование** - элементы заимствовавшегося слова переводятся отдельно и составляются по подобию иноязычного слова.

Таким способом, к примеру, было заимствовано французское слово **chef d'oeuvre** «шедевр» на английском “**masterpiece**”.

Также на основе этого способа создано множество фразеологических единиц в английском языке, на основе французского и латинского языков - **below one's dignity** «ниже своего достоинства» (из лат. *infra dignitatem*), и **consideration** «обсуждаемый» (из лат. *sub judice*);

2) **транслитерация** - заимствуется написание слова и читается по правилам родного языка.

Примером данного способа заимствования может послужить английское слово **cruise** [kru:z] на русском «круиз».

3) **транскрипция** (фонетический способ) - происходит заимствование словарной единицы, при котором сохраняется ее звуковая форма.

Например, англицизм **football** во французском языке. И такие распространенные галлицизмы, как **ballet, bouquet**.

Помимо этого, необходимо отметить, что существуют различные классификации заимствований, но чтобы рассмотреть их в рамках английского языка, изначально необходимо разобраться с их типами [6, с. 23].

Опираясь на работу И.М. Крейна, где им были рассмотрены типы заимствования из французского языка XIX века по тому, какой аспект является новым для заимствующего языка, выделяли:

I. Словарное заимствование, т.е. заимствование французских слов и словосочетаний в их материальной форме (звуковой или письменной), например такие слова, как **mirage, diplomat, employée, café** и др.

II. Калькирование, к примеру, **gilt youth** (фр. *jeunesse dorée*), **that goes without saying** (фр. *cela va sans dire*) и др.

III. Семантическое заимствование, другими словами, заимствование из французского языка нового значения к уже имеющемуся в английском языке слову [5, с. 6].

Также, не стоит обделять вниманием классификацию заимствований, представленную И.В. Арнольд, которая опирается на степень ассимиляции заимствованных слов.

Выделяется три группы:

- 1) полностью ассимилированные заимствованные слова: **strange, charge, и, apartment;**
- 2) частично ассимилированные заимствованные слова: **cravat, caprice, grimace, precise, recherché, farouche, demand, arrive, prepare, roulette, rouge, и;**
- 3) неассимилированные заимствованные слова, которые в свою очередь делятся на просто иностранные слова (**apropos, protégé, buffet, debauchee**) и на варваризмы (**mal-à-propos, tête-à-tête, hors-d'oeuvre, vis-à-vis**).

Частично ассимилированные заимствованные слова подразделяются на следующие подгруппы:

- а) заимствованные слова, не ассимилированные фонетически;
- б) заимствованные слова, не ассимилированные графически;
- в) заимствованные слова, не ассимилированные грамматически;
- г) заимствованные слова, не ассимилированные лексически [4, с. 89].

Свою подробную классификацию также предлагает Н.Н. Амосова, рассматривая степени ассимиляции слов и принцип вхождения лексем в язык. Предполагается две группы, в первую из которых выделяют:

- слова, полностью усвоенные языком-реципиентом;
- книжные слова, специализированные и ограниченные сферой употребления;
- слова местного и исторического колорита;

Во вторую группу относят:

- «полные заимствования», воспринимающиеся как чужеродный элемент в языке;
- «относительные заимствования» - заимствования, потерявшие в ходе процесса развития свою смысловую связь с прототипами в исходном для них языке;
- «морфемные заимствования» - слова, созданные в пределах заимствующего языка при помощи заимствованных морфем;
- слова-кальки [2, с. 62];

Также, нам бы хотелось отметить роль коннотации в английском языке, которая, несомненно, сыграла важную роль в лексике языка.

Коннотация предназначена для выражения эмоциональных или оценочных оттенков высказывания и отображает культурные традиции общества. Она включает дополнительные семантические или стилистические элементы, устойчиво связанные с основным значением в сознании носителей языка, а поскольку заимствующий язык, о котором идёт речь это английский, то необходимо рассмотреть отдельные примеры галлицизмов, имеющих своё коннотативное значение, а потому занимающих особое место в ряду заимствований.

Таблица 1

Пример	Эквивалент	Коннотация
à propos	by the way	кстати
parvenu	upstart	выскочка
tête-a-tête	head-to-head	личный, интимный разговор между двумя людьми наедине
vis-à-vis	face to face with	лицом к лицу
coup d'état	revolution	государственный переворот

rendez-vous	appointment	свидание
a la carte	-	заказные, порционные блюда
élite	high society	высшее общество, сливки общества

По выше приведенным примерам можно сделать вывод, что данные слова, неспроста присутствуют в английском языке. Сохранив своё оригинальное написание и звучание, тем самым выделяясь среди ассимилированных заимствований, они также имеют и иной смысл в лексике.

Например, употребление такого слова, как **rendez-vous** подразумевает не просто встречу, а именно свидание, так как несёт именно любовный характер, и именно поэтому не заменяется такими эквивалентами, как **meeting** или **appointment**. Тоже самое можно сказать и о широко распространённом выражении **tête-a-tête**, которое используется в английском языке в значении «личного разговора с глазу на глаз» с особым оттенком, который предполагает интимный характер, а потому не может быть заменено простым выражением “private talk”.

Что касается таких выражений, как **table d'hôte** и **a la carte**, то они оба не имеют эквивалентов в английском языке и употребляются в оригинальном виде как графически, так и фонетически, соответствуя нормам французского языка.

Как мы понимаем, влияние галлицизмов на словарный фонд английского языка действительно огромно, и именно за счет французских заимствований любой язык становится богаче и красивее.

В ходе длительного взаимодействия английского и французского языков, лексический состав английского языка, несомненно, обогатился, впитав в себя множество слов и различных словосочетаний, большая часть которых до сих пор широко употребляются в речи и письме.

В современной английской речи используется много французских заимствований разных периодов истории. Это различные части речи, употребляемые практически во всех сферах человеческой деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Антрушина Г. Б. Лексикология английского языка. М.: Дрофа, 2000. 288 с.
2. Амосова Н. Н. Этимологические основы словарного состава современного английского языка. М.: Издательство литературы на иностранных языках, 1956. 218 с.
3. Арбекова Т.И. Лексикология английского языка. М.: Высшая школа, 1977. 49 с.
4. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка, учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. 3-е изд., перераб. и доп. (на англ. языке). М.: Высшая школа, 1986. 295 с.
5. Крейн И. Французские заимствования XIX века в английской литературе (Опыт – статистические исследования.): автореф. дисс. ... к. филол. н. М, 1963. 17 с.
6. Секирин В.П. Заимствования в английском языке. Киев: изд-во Киевского ун-та, 1964.
7. Эвфемизация английского языка в свете вежливости и политкорректности / А.Гурьянова. URL: http://portalus.ru/modules/english/rus_readme.php?archive=&id=1270910227&start_from=&subaction=showfull&ucat (Дата обращения: 12.03.2017)
8. Булатова Р.Р., Агеева А.В. Артурианская легенда: лексический аспект воссоздания средневекового антуража в современной фантазии. Terra Linguae. Сборник научных статей. Казань: ТАИ, 2015. С. 116-119.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСОВ ПРИ АНАЛИЗЕ ИСПАНСКИХ ЗАИМСТВОВАНИЙ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Ворошникова К.С.

Статья посвящена вариантам использования современных Интернет-ресурсов в выявлении ассимиляционных, семантических и этимологических особенностей испанских заимствований в английском языке. В статье предложены варианты классификации изучаемых заимствований на примере 204 заимствованных единиц, отобранных в Интернет-источниках.

Ключевые слова: заимствование; классификация; ассимиляция; семантическое поле; этимология.

The article describes the ways of using the modern Internet resources in identification of the assimilating, semantic and etymological peculiarities of Spanish borrowings in the English language. The article presents classification options of the borrowings under study exemplified by 204 borrowed units selected from the Internet resources.

Key words: borrowing; classification; assimilation; semantic field; etymology.

Английский язык считается наиболее богатым в плане заимствованных слов, составляющих около 70 процентов от всего его лексического корпуса.

Проблема заимствований неоднократно рассматривалась в работах Л.В. Щербы [5], Л.П. Крысина [3] и других ученых. В.Д. Аракин [1] и Б.А. Ильиш [2] рассматривали непосредственно заимствованные единицы в составе английского языка. Однако испанским заимствованиям уделено незаслуженно мало внимания. А. Бо и Т. Кейбл изучали испанские заимствованные единицы в рамках истории английского языка, однако не совершили попытку их классификации [6]. Ф.Р. Гонзалес в своей монографии сделал акцент на семантику испанских заимствований, но не изучил их этимологию [8]. О.Г. Палутина говорит о необходимости поиска лингвистических аналогий между двумя языками, что особенно важно для студентов, изучающих испанский язык как второй иностранный [4].

Таким образом, актуальность проблемы взаимодействия английского и испанского языков обусловлена, прежде всего, отсутствием систематических исследований появившихся в результате культурных контактов заимствований в обоих языках.

Изучение испанских заимствований в нашей работе опирается на рассмотрение исторических процессов, повлиявших на взаимообмен лексическими элементами, степени ассимиляции, семантических и этимологических особенностей испанских слов в английском языке.

При анализе испанских заимствованной лексики нами были найдены современные Интернет-ресурсы, позволяющие проследить хронологию заимствования испанских слов английским языком, их адаптацию в рамках языка-реципиента и узнать изначальный источник появления того или иного лексического элемента.

В первую очередь, нами была исследована история проникновения испанских заимствований в английский язык. На сайте Oxford English Dictionary [10] была найдена интерактивная карта “OED in two minutes”, наглядно демонстрирующая формирование лексического состава английского языка посредством заимствований, с 1150 по 2010 год.

Так, было выяснено, что отдельные испанские заимствования появились в английском языке еще в XVI веке (**fanega** – *фанега*, **don** – *дон*). Предположительно, обмен лексикой происходил при совместном участии Англии и Испании в крестовых походах. Однако пик заимствования испанских слов пришелся на XVII век после открытия Христофором

Колумбом Америки в 1492 году. Эта дата способствовала переселению испанцев в Новый Свет и наращиванию экономического сотрудничества Испании со странами Европы, в том числе и с Англией. Страна-колонизатор передавала не только товары, но и новые слова, связанные с торговлей (**cargo** – *груз*, **embargo** – *эмбарго*), предметами экспорта и импорта (**banana** – *банан*, **guava** – *гуава*), явлениями природы (**tornado** – *торнадо*, **temblor** – *землетрясение*), а также с собственной культурой и бытом (**hidalgo** – *идальго*, **grandee** – *гранд*). Стоит подчеркнуть, что в это время заимствование велось, в целом, за счет британского варианта английского языка и кастильского варианта испанского языка. Но уже в XIX веке, как было отмечено согласно интерактивному ресурсу, на место языка-реципиента пришел американский английский язык, который стал перенимать лексические элементы из латиноамериканских вариантов испанского языка (**quetzal** – *кетцаль*, **navajo** – *навахо*, **pichiciego** – *щитконосец*). Вероятно, смена участников процесса заимствования произошла из-за резкого расширения границ, роста населения и изменения национального состава Америки после продажи Испанией колонии Испанская Флорида и поражения Мексики в Американско-мексиканской войне 1846–1848 годов. Кроме того, в 1848 году началась Калифорнийская золотая лихорадка, которая привела к стремительному увеличению численности иммигрантов, значительная часть которых была родом из Латинской Америки. Именно в это время формировался американский сленг, на который, в некоторой степени, повлиял и испанский язык. Среди сленгизмов испанского происхождения можно выделить: **booby** – *болван*, **hombre** – *парень*, **loco** – *сумасшедший*. Что касается XX века, найденный Интернет-ресурс показал активную роль мексиканского варианта испанского языка в передаче новых слов (**taco** – *тако*, **chicano** – *чикано*, **machismo** – *мачизм*). Это неслучайно, так как Мексиканская революция 1910-1917 годов и принятый в 1965 году в США закон «Об иммиграции» дали толчок эмиграции мексиканского населения. Предположительно, заимствование испанской лексики остановилось в 1995 году и с этих пор больше не возобновлялось.

Следующие Интернет-источники, которые были использованы при анализе испанской заимствованной лексики представляют собой онлайн-словари. Данный вид словарей имеет огромное преимущество перед их бумажными вариантами, так как дает возможность получить быстрый доступ к необходимой информации с возможностью ее сортировки. К тому же, электронные словари чаще всего включают в себя информацию из нескольких ресурсов, что помогает сделать более точные и качественные выводы по предмету исследования. Так, нами был найден Интернет-ресурс Online Etymology Dictionary [9], дающий подробную этимологическую справку по более, чем 50 тысячам английским словам. Из данного источника методом случайной выборки было отобрано 204 испанских заимствования, которые, для начала, были подвергнуты анализу на степень их ассимиляции, в результате чего были выделены следующие группы:

1) Заимствования, полностью ассимилированные на графическом и фонетическом уровне.

Слова, принадлежащие этой группе, малочисленны и характеризуются высокой частотой употребления в речи. К таким лексическим единицам относятся: **cork** – *пробка*, **canoe** – *каное*, **barbecue** – *барбекю*.

2) Заимствования, ассимилированные фонетически, но сохранившие изначальный графический облик.

Данные заимствования можно заметить по нехарактерным для английского языка сочетаниям букв, таких как удвоенная ll (**llama** – *лама*) и rr (**chaparral** – *чапараль*), и окончаниям –ada (**empanada** – *эмпанада*), –uda (**barracuda** – *морская щука*), –аго (**guacharo** – *гуахаро*), –еро (**caballero** – *кабальеро*).

3) Заимствования, ассимилированные графически, но оставшиеся оригинальными по своему произношению.

К этой группе относятся слова с палатализованным звуком n, например: **senor** – *сеньор*, **senorita** – *сеньорита*, **pina colada** – *пинья колада*. В этих

заимствованиях испанская графема, обозначающая смягченную *p*, в процессе ассимиляции была заменена на обычную, однако фонетически эти лексические единицы сходны со своими испанскими вариантами.

Что касается грамматической ассимиляции, то она прошла незаметно в связи с тем, что практически все испанские заимствования являются существительными, а образование множественного числа в испанском языке не отличается от английского. Однако семантически многие испанские заимствованные единицы не смогли адаптироваться к языку-реципиенту и до сих пор остаются экзотизмами, обозначающими объекты и реалии Испании и стран Латинской Америки. Испанские заимствования представляют собой слова разной тематической направленности, поэтому нами была совершена попытка организовать их по семантическому признаку, в результате чего были выделены:

1) Семантическое поле «Окружающий мир».

Данное поле состоит из 79 слов и является самым обширным среди остальных семантических полей. В данный раздел входит лексика из лексико-семантических групп «Растения» (**avocado** – авокадо, **maize** – сахарная кукуруза), «Животные» (**alpaca** – альпака, **cockroach** – таракан), «Явления природы» (**hurricane** – ураган, **pampero** – памперо), «Породы и вещества» (**carmin** – кармин, **zarate** – заратит). Однако многие из этих слов, будучи биологическими и географическими терминами, не знакомы людям, и, соответственно, используются только узким кругом лиц с определенными профессиями.

2) Семантическое поле «Культура Испании и Латинской Америки».

Это семантическое поле включает в себя 40 слов на тему «Кухня» (**burrito** – буррито, **paella** – паэлья), «Музыка» (**castanets** – кастаньеты, **guitar** – гитара), «Танцы» (**flamenco** – фламенко, **salsa** – сальса), «Игры и традиции» (**corrida** – коррида, **rodeo** – родео). В связи с тем, что предметы испанской культуры набирают все большую популярность в современном мире, заимствования данной группы являются наиболее ассимилированными в английской речи.

3) Семантическое поле «Деятельность человека».

В этот раздел включены 35 испанских заимствований, связанных с человеческой деятельностью в области политики (**alcalde** – алкальд, **infante** – инфант), экономики (**peso** – песо, **real** – реал), юриспруденции (**garrote** – гаррота, **vigilante** – вигилант), военного дела (**grenade** – граната, **guerilla** – партизан) и торговли (**contraband** – контрабанда). Но в большей степени эти слова являются историзмами, фигурирующими только в узкоспециализированных источниках.

4) Семантическое поле «Быт».

26 заимствованных единиц данного семантического поля относятся к лексико-семантическим группам «Места и сооружения» (**cafeteria** – кафетерия, **ranch** – ранчо), «Одежда и текстиль» (**poncho** – пончо, **sombrero** – сомбреро) и «Устройства и приспособления» (**lasso** – лассо, **machete** – мачете) и характеризуются низкой частотой употребления.

5) Семантическое поле «Человек».

Это семантическое слово включает в себя 24 слова, дающих человеку субъективную оценку (**amigo** – приятель, **bravado** – храбрец), описывающих его с точки зрения объективных физических характеристик (**mulatto** – мулат, **sambo** – самбо), а также его социальной позиции (**majordomo** – мажордом, **stevedore** – портовый грузчик).

В ходе анализа было выявлено процентное соотношение испанских заимствований из разных семантических полей, которое показало, что 39% от общей лексики составляют слова из семантического поля «Окружающий мир», 20% – «Культура Испании и Латинской Америки», 18% – «Деятельность человека», 12% – «Быт», 11% – «Человек».

Кроме того, во время исследования была выдвинута гипотеза, что большинство испанских заимствований пришли в английский язык опосредованно. Это означает, что испанский язык был всего лишь каналом передачи, а сами слова берут свои корни в других источниках.

Действительно, обратившись к ранее упомянутому Интернет-ресурсу Online Etymology Dictionary, было выяснено, что многие из отобранных слов этимологически не являются испанскими. Но для более точных результатов исследования нами был использован еще и другой сайт – Dictionary.com [7], на котором можно также получить краткую информацию по этимологии того или иного английского слова. Изучив оба Интернет-источника, мы определили, что большинство испанских заимствованных слов происходят из латинского языка. Так, были найдены 31 заимствованные единицы данного типа, среди них: **armada** – *армада*, **indigo** – *индиго*, **oregano** – *орегано*, **patio** – *патио*, **plaza** – *площадь*. Кроме того, были выделены 9 заимствований из арабского языка, широко использовавшегося на территории Испании во время мусульманского господства. К словам из этого языкового источника относятся: **adobe** – *сырец*, **alfalfa** – *люцерна*, **lime** – *лайм*, **merino** – *меринос*, **tuna** – *тунец*. Но, в целом, лексика, берущая начало в этих языках, не популярна в ежедневной речи, чем уступает заимствованиям из языков и диалектов коренных народов Америки, обозначающим, в основном, растения, употребляемые в пищу по всему миру, и в связи с этим, находящимся в активном употреблении, а не в пассивном запасе.

Так, значительный вклад в испанскую лексику внесли языки ацтекских племен, проживавших на территории современной Мексики и Республики Эль-Сальвадор. Из этого следует, что заимствования из этого источника, предположительно, были переняты на территории Мексики испанскими колонизаторами и через американское население мексиканского происхождения. В процессе работы нами было отмечено 17 слов ацтекского происхождения, среди которых наиболее известными считаются: **chili** – *перец чили*, **chocolate** – *шоколад*, **coyote** – *койот*, **tomato** – *томат*.

Следующими крупными источниками заимствованных элементов выступают аравакские языки, а именно относящаяся к ним языковая группа Таино, господствовавшая на территориях Кубы, Гаити, Ямайки, Пуэрто-Рико и Багамских островов и исчезнувшая к XVIII веку. Заимствование слов из этих языков объясняется географической близостью района распространения языков Таино к США, а также его колониальной зависимостью от Испании. Посредством торговли испанские колонизаторы знакомили европейцев с предметами и явлениями Вест-Индии, не имевших лексических эквивалентов на других материках: **iguana** – *игуана*, **paraya** – *панайя*, **potato** – *картофель*. Всего было найдено 13 лексических элементов из аравакских языков.

Еще один язык, сыгравший роль в пополнении испанской и английской лексики – язык Кечуа, язык одноименного южноамериканского индейского народа, ареал проживания которого простирается по огромной части Южной Америки, в частности, в Аргентине, Боливии, Колумбии, Перу, Чили и Эквадоре. Эти территории также были испанскими колониями, что и определяет заимствование новых слов испанским языком, а затем и английским. 9 выделенных заимствований, как и большинство слов из других источников, относятся к семантическому полю «Окружающий мир»: **condor** – *андский кондор*, **puma** – *пума*, **quinine** – *хинин*, **vicugna** – *викунья*.

В ходе исследования также было выявлено процентное соотношение испанских заимствований по этимологическому признаку, которое подтвердило нашу гипотезу и показало, что 36% испанской заимствованной лексики является опосредованной.

Таким образом, современные Интернет-ресурсы играют важную роль в изучении тех или иных языковых реалий, облегчая и ускоряя процесс нахождения информации и ее сортировки. Благодаря найденным сайтам, нами было проведено расширенное исследование испанских заимствований в английском языке, после которого был сделан вывод, что испанский язык был важным источником новых слов для английского языка и ключевым звеном в процессе передачи лексики из латинского и арабского языков, а также языков и диалектов ацтеков и американских индейцев. Несмотря на определенную неактуальность для коммуникации, испанская заимствованная лексика многочисленна и, соответственно, требует большего внимания для изучения со стороны лингвистов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Аракин В.Д. История английского языка. М.: ФИЗМАТЛИТ, 2003. 272 с.
2. Ильиш Б.А. История английского языка. М.: Высшая школа, 1968. 420 с.
3. Крысин Л.П. Иноязычные слова в современном русском языке. М.: Наука, 1968. 208 с.

4. Палутина О.Г. Использование лингвистических аналогий между английским и испанским языками при изучении испанского языка как второго иностранного // Актуальные вопросы иберо-романской филологии, переводоведения и методики преподавания испанского языка: материалы международного научно-практического семинара – Казань: Отечество, 2014. С.128-133.
5. Щерба Л.В. Языковая система и речевая деятельность. Л.: Наука, 1974. 427 с.
6. Baugh A. A. and Cable Th. A History of the English Language – London: Routledge, 2002. 447 p.
7. Dictionary.com. URL: <http://www.dictionary.com/browse/flotilla?s=t> (дата обращения 04.03.2017).
8. Gonzalez F.R. Spanish Loanwords in the English language: a tendency towards hegemony reversal. – New York: Mouton de Gruyter, 1996. 301 p.
9. Online Etymology Dictionary. URL: http://www.etymonline.com/index.php?allowed_in_frame=0&search=spanish (дата обращения 02.03.2017).
10. Oxford English Dictionary. URL: <http://public.oed.com/resources/the-oed-in-two-minutes/> (дата обращения 03.03.2017).

ГЛАВА 3. АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ И СОПОСТАВИТЕЛЬНОЙ ЛИНГВИСТИКИ

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕДКИХ ФОРМ CONTINUOUS В ПАССИВНОМ ЗАЛОГЕ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

*Блощицына А. С.
Амирханова К. М.*

Статья посвящена особенностям использования редких форм Continuous в пассивном залоге английского языка. В статье также рассмотрена частота употребления разных редких форм пассивного залога в американском и британском вариантах английского языка.

Ключевые слова: пассивный залог; частота использования; особенности использования; редкие формы пассивного залога

The article describes the peculiarities of using rare Continuous forms of the Passive voice of the English language. The article also discusses the frequency of using different rare forms of the Passive voice in American English and British English.

Key words: Passive voice; frequency of using; peculiarities of using; Passive Voice rare forms.

В английском языке различают два залога – активный и пассивный. Пассивный залог представляет собой конструкцию, которая позволяет выразить действие, выполняемое каким-либо активным объектом и направленное на лицо или предмет, выраженное подлежащим. При этом предмет, над которым совершается действие, нам более важен, нежели тот, кто его осуществляет. Общеизвестны следующие формы пассивного залога в английском языке: Present Indefinite Passive, Past Indefinite Passive, Future Indefinite Passive, Present Continuous Passive, Past Continuous Passive, Present Perfect Passive, Past Perfect Passive, Future Perfect Passive.

В данной работе мы рассмотрели следующие формы пассивного залога: Present Perfect Continuous Passive, Past Perfect Continuous Passive, Future Continuous Passive и Future Perfect Continuous Passive.

Актуальность рассматриваемой темы заключается в том, что пассивный залог – неотъемлемая часть современного английского языка: большинство инструкций, объявлений, газетных заголовков и рекламных текстов составлены именно при помощи пассивного залога. Поэтому изучение новых процессов, происходящих в использовании форм пассивного залога, необходимо для понимания и отслеживания развития BrE и AmE, а также для обеспечения более полного и глубокого преподавания данной темы в языковых ВУЗах.

Нами была проведено комплексное изучение исследований различных ученых (как англоязычных, так и российских) в области лингвистики, которая касается непосредственно пассивного залога, а также изучение частоты употребления отдельных его форм.

При написании данной работы было исследовано более 20 учебников, справочников и пособий по грамматике английского языка российских и зарубежных авторов, а также материал интернет-ресурсов, позволяющих проследить частоту использования языковых единиц и конструкций.

Лишь в 28% изученных источников [2; 3; 4; 5; 6; 7] указано, что группа времен Perfect Continuous и время Future Continuous могут использоваться в пассивном залоге. Остальные 72% утверждают, что такие формы не существуют, либо авторы не упоминают их существование.

Для получения данных о частоте использования редких форм Continuous в пассивном залоге английского языка был использован интернет-ресурс **Google Books Ngram Viewer** [8], который позволяет строить графики частотности употребления языковых единиц BrE и AmE на основе огромного количества печатных источников, опубликованных с XVI века.

Таблица 1. Использование форм Continuous в пассивном залоге американского и британского корпусов английского языка

	Форма	Начало использования	Использование на 2008 год
British English	Present Perfect Continuous Passive (have)	1748 год	160 единиц на 1 млрд слов
	Present Perfect Continuous Passive (has)	1775 год	86 единиц на 1 млрд слов
	Past Perfect Continuous Passive	1744 год	64 единиц на 1 млрд слов
	Future Continuous Passive	1713 год	97 единиц на 1 млрд слов
	Future Perfect Continuous Passive	1855 год	6 единиц на 1 млрд слов
	Форма	Начало использования	Использование на 2008 год
American English	Present Perfect Continuous Passive (have)	1812 год	104 единиц на 1 млрд слов
	Present Perfect Continuous Passive (has)	1816 год	46 единиц на 1 млрд слов
	Past Perfect Continuous Passive	1813 год	64 единиц на 1 млрд слов
	Future Continuous Passive	1810 год	50 единиц на 1 млрд слов
	Future Perfect Continuous Passive	1848 год	9 единиц на 1 млрд слов

Вейхман Григорий Абрамович, автор учебника «Современный английский. Новейший справочник по грамматике. Морфология» [1], предполагает, что редкое использование форм, включающих сочетание be/been + being может быть вызвано неудобством произнесения данного словосочетания. Именно по этой причине формы пассивного залога часто упрощаются, происходит замена на формы активного залога. Например, сложная конструкция с использованием Present Perfect Continuous Passive: “*Seats **have not been being won** by the Conservatives lately*” заменяется на более упрощенный вариант с Present Perfect Passive: “*Seats **have not been won** by the Conservatives lately*”. Часто пассив заменяют на активный залог: “*The Conservatives **have not been winning** seats lately*” [1].

Ричард Сайд и Гай Веллман в своем учебнике «Grammar and Vocabulary for Cambridge Advanced and Proficiency» [7] говорят о том, что носители языка избегают использования Continuous форм в пассивном залоге, однако иногда они все же проскальзывают в речи. Далее идет совет избегать в разговоре использование сложных конструкций. Наилучшим

вариантом будет заменить их на упрощенный пассив или использовать активный залог, например:

The road will have been being repaired for months.

They will have been repairing the road for months.

The road will have been under repair for months [7].

Также стоит отметить, что пассивный залог более типичен для письменной деловой речи, чем для повседневной устной. Если запросить поиск каждой конструкции по отдельности, почти вся найденная литература будет представлять собой либо газетные статьи, либо научные труды, которые в большей степени связаны с лингвистикой. Такие интернет-СМИ, как Daily mail, ABC Online, Independent часто прибегают к использованию этих форм. Представленная ниже таблица была составлена на основании данных, взятых с сайта The NOW corpus [9]. По запросу формы Future Perfect Continuous Passive не удалось ничего найти.

Таблица 2. Частота упоминания редких форм Continuous Passive в англоязычных интернет-СМИ за последние 7 лет

Форма	Частота
Present Perfect Continuous Passive (have)	153
Present Perfect Continuous Passive (has)	102
Past Perfect Continuous Passive	53
Future Continuous Passive	79

В заключении можно сказать, что утверждение об отсутствии в пассивном залоге английского языка некоторых форм Continuous, все же будет неправдой. Начиная уже с 18 века, в письменной речи начинают использоваться различные виды глаголов в продолжительном времени страдательного залога. Однако процентная составляющая таких случаев крайне мала по сравнению с остальным массивом языка (менее двухмиллионных процента) [8].

Главной причиной такого редкого использования данных форм является излишняя «нагруженность» подобных конструкций. Для разговорной речи, которая нуждается в краткости, яркости и понятности, формы пассива в продолжительном времени никак не подходят, а потому заменяются на более упрощенные виды пассива или же полностью исчезают, уступая место активному залогу.

Несмотря на редкость использования, лингвистам и студентам-лингвистам необходимо знать о существовании таких форм продолжительного времени в пассивном залоге английского языка для того, чтобы понимать и отслеживать развитие британского и американского вариантов английского языка.

ЛИТЕРАТУРА

1. Вейхман Г.А. Современный английский. Новейший справочник по грамматике. Морфология: справ. учеб. пособие – М.: Астрель: АСТ, 2010. 318 с.
2. Azar, Betty S. Hagen, Stacy A. Understanding and using English Grammar (fourth edition). Longman. 2009.
3. Foley, Mark. Hall, Diane. 2008. Advanced Learners' Grammar. Longman

4. Foley, Mark. Hall, Diane. 2012. MyGrammarLab (Advanced). Pearson
5. Hewings, Martin. 2008. Advanced Grammar in Use. Cambridge
6. Lloyd, Mark. Day, Jeremy. Active Grammar, level 3. Cambridge
7. Side, Richard. Wellman, Guy. 2000. Grammar and Vocabulary for Cambridge Advanced and Proficiency. Longman
8. Google Books Ngram Viewer. URL: <https://books.google.com/ngrams> (дата обращения 11.04.2017)
9. The NOW corpus. URL: <http://corpus.byu.edu/now/> (дата обращения 23.04.2017)

ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИЕ ЕДИНИЦЫ С КОМПОНЕНТОМ «МЕДВЕДЬ»

Воложанинова А. Е.

Юсупова Л. Г.

Статья посвящена лексико-семантическим особенностям английских и русских фразеологизмов с компонентом-зоонимом «медведь», их анализу и систематизации. Во фраземах отражается индивидуальное для каждого народа мировосприятие, они составляют важную ячейку языка, интересную как с лексической, так и с семантической точки зрения. Различные коннотации в русском и английском языках позволяют оценить своеобразие двух культур, глубже проникнуть в них и понять национальный характер.

Ключевые слова: фразеологическая единица; зооним; систематизация; лексико-семантические особенности; культурные смыслы.

The article describes lexical and semantic peculiarities of English and Russian phraseological units containing a zoonym component “a bear”, examination and systematization of them. Phraseological units reflect the individual world perception of each nationality, they form an important part of the language, which is interesting both lexically and semantically. Various connotations in Russian and English show the uniqueness of the two cultures, let us know those cultures better and understand the national character.

Key words: phraseological units; zoonym; systematization; lexical and semantic peculiarities; cultural meanings.

Изучением фразеологизмов занималось в свое время много ученых. А.В. Кунин, выдающийся советский лингвист, лексикограф и фразеолог, определяет понятие «фразеологизм» следующим образом: «Фразеологическая единица – это устойчивое сочетание слов с полностью или частично переосмысленным значением» [2]. Фразеологизмы с компонентом-зоонимом содержат в себе уникальное видение мира определенного этноса. Образ медведя, который считается стереотипным, как в русском, так и в английском языке, осмысливается лингвокультурологически и становится средством характеристики человека и окружающего мира [5, с. 192]. «Язык – единственное средство, способное помочь нам проникнуть в скрытую от нас сферу ментальности, ибо он определяет способ членения мира в той или иной культуре» [3, с. 114].

Нами было выявлено 52 фразеологические единицы русского языка и 44 фраземы на английском языке с компонентом «медведь».

Так, путем анализа мы выделили три категории, на которые можно разделить ФЕ из обоих языков:

1. Характер человека;
2. Образ действия;

3. Положение в обществе.

В первую группу вошли выражения, отображающие представления того или иного народа о **характере** медведя, который в последствие переносился на человека.

Здесь стоит отметить, что в английском языке гораздо больше ФЕ с отрицательной коннотацией. Этим объясняется отношение к самому представителю фауны. Для англоговорящих народов медведь – существо свирепое, чрезвычайно опасное. Медведь – проблема, неприятность: *to have a bear by the tail* [букв.: схватить медведя за хвост] – *быть вынужденным принять сложное, трудное решение*; *loaded for bear* – *быть очень рассерженным*; *take a bear by the tooth* [букв.: схватить медведя за зубы] – *бесцельно рисковать*.

В ФЕ «*escape the bear and fall to the lion*», что в переводе звучит как «*убежать от медведя и натолкнуться на льва*», можно проследить, что «*the bear*» – очевидная угроза, неприятность, проблема, которую нужно всячески стараться избежать.

Также «*a bear*» в английском языке ассоциируется с ленью: *busy as a hibernating bear* – *занят, как спящий медведь*; *busy as a bear in a beehive* – *занят, как медведь в улье*.

В русском языке ситуация похожая. Медведь отождествляется с опасным животным, которое способно доставить немало хлопот: *медведи – плохие соседи*; *хорошо медведя в окно дразнить*; *с медведем дружись, а за ружье держись*.

Однако между коннотациями в русском и английском языках есть существенные различия. Во-первых, медведь выступает как символ России, он очень близок русскому народу, поэтому отношение к нему больше ироничное, чем презрительное. Во-вторых, несмотря на внешнюю свирепость, почти во всех произведениях русского фольклора медведь (Михайло Потапыч) предстает как положительный персонаж: «*и медведя плясать учат*», «*медведь грозился, да в яму свалился*».

В следующей группе мы рассмотрели **образ действия** – «по-медвежьи». В обоих языках ситуации аналогичны: «*медвежьи объятия*», «*медвежья хватка*», «*a bear hug*» (медвежьи объятия). Во всех данных выражениях лексема «медвежий» обозначает нечто мощное, крепкое, нечеловечески сильное.

Русское «*медведем глядеть*», что значит «быть, казаться нелюдимым, угрюмым» вполне созвучно с английским «*as cross as a bear*» или «*like a bear with a sore head*» – очень сердитый, разъяренный, «*gruff as a bear*» – необщительный, замкнутый человек.

Однако коннотации в русском и английском языках отличаются. В уже упомянутом выражении «*медвежьи объятия*» и его аналоге на английском языке «*bear hug*» есть разница. Толковый словарь Ожегова дает следующее определение данной ФЕ: «*Медвежьи объятия (разг. шутл.) – тяжелые и неловкие*» [4]. Английская версия определяется Кембриджским словарем иначе: «*Bear hug – the action of putting your arms around someone very tightly and quite roughly*» [7]. Очевидно, что во втором случае нет никакого намека на ироничность, здесь все предельно серьезно и даже негативно. В английском же языке «*bear*» все так же несет отрицательный подтекст, это отображается в следующих фраземах: «*bear garden*» – шумное сборище, «*to play the bear*» – вести себя грубо, «*bear sport*» – шумная, грубая игра [1].

Добрая насмешка прослеживается в таких русских фраземах, как: «*медвежья услуга*» – услуга, приводящая к результату, противоположному ожидаемому, «*неповоротлив как медведь*».

Последним критерием стало **положение в обществе**. Здесь имеется в виду не только положение человека, к которому применяется выражение, но и отношение к самому медведю, то есть степень его «авторитетности» в народе. В русском сознании образ медведя как сурового хозяина леса закрепился также с образом медведя-раба, шута. Так как с XVII века на Руси стало весьма распространено вождение медведя, он больше не воспринимался как непобедимый, однако олицетворение силы и мощи не потерял. Об этом свидетельствуют русские пословицы и поговорки: *силен медведь, да воли ему нет*; *медведь силен, да люди его ловят*; *медведь силен, да на цепи водят*; *и медведь теленком бывает*.

Такой коннотации в английском языке нет, здесь медведь чаще всего предстает как неконтролируемый и внушающий страх, хотя из истории европейских стран известно выражение «*a bridled bear*» (обузданный медведь), которое применялось при описании «обеспеченного молодого человека, путешествующего с губернатором» [9, с. 73]. Кроме того, медведями (*bears*) на английском сленге называют сотрудников полиции и все, что с ними связано, как например «*bear trap*» – радар для определения скорости, «*bear cage*» – «обезьянник», «*mama bear*» – женщина-полицейский [8].

Принимая во внимание социальные группы, использующие в своей речи сленг, можно сделать вывод, что их отношение к полицейским выражается через слово «*a bear*» и несет в себе отрицательную, пренебрежительную окраску. Также «*a bear*» часто применяется для обозначения особой категории представителей сексуальных меньшинств, отсюда появляются и новые фразеологизмы, вошедшие в оборот совсем недавно.

В современном мире в оборот плотно вошли фразы, в которых лексема медведь или «*a bear*» используются в сфере финансов и бизнеса. Термин «*медвежий рынок*» – «*a bear market*» служит для обозначения «рынка, на котором наблюдается устойчивая тенденция к понижению цен в течение длительного периода времени» [6]. Безусловно, эта ФЕ заимствована русским языком из английского, где она стала производной от жаргонизма «*a bear*» в его значении «участник рынка, играющий на понижение цены». То есть игрок, как бы прихлопывающий конкурентов своей «лапой» как медведь.

В данном анализе нам удалось разграничить положительную и отрицательную оценочные коннотации пословиц. Образовалась группа нейтральных пословиц, которые могут приобрести как положительный, так и отрицательный характер в зависимости от контекста. Таким образом, мы разделили фразеологизмы на: ФЕ с положительной коннотацией, ФЕ с отрицательной коннотацией и ФЕ с нейтральной коннотацией.

Медведя в английском языке представляют, как животное опасное, ленивое, грубое, невежественное, язык наполнен ФЕ с нотками презрения, поэтому отрицательная коннотация в данном языке преобладает – отрицательные фраземы составили 57% от общего числа рассмотренных фразеологизмов. Меньше всего, как ни странно, фразем с положительной коннотацией (6%). Ситуация в русском языке более однородная: здесь процент положительных ФЕ составил 26%, отрицательных – 29%, а нейтральных – 45%, что говорит о высокой их зависимости от экстралингвистических факторов и контекста. Медведь – неуклюжий и неловкий, его водят людям на потеху, поэтому в ФЕ присутствует ирония и некоторое сочувствие.

Обобщая результаты анализа ФЕ с компонентом-зоонимом «медведь», можно сделать вывод, что представления о данном представителе фауны в рассматриваемых языках имеют как схожие, так и совершенно разные аспекты. Эти особенности нужно, безусловно, учитывать, так как они указывают на отличия в мировосприятии представителей русской и английской культур. Некоторые фразеологизмы полностью совпадают, то есть эквивалентны, что обуславливается заимствованием языками друг из друга. Другие фраземы имеют схожие коннотации благодаря похожему видению мира разными культурами, их способностью выделять одинаковые характеристики животных и применять их в подобных ситуациях. Общие и отличительные свойства образных средств родного и английского языков помогает увидеть единство и своеобразие языковых единиц.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий / отв. ред. д-р филол. наук В.Н. Телия. М.: АСТ-ПРЕСС КНИГА, 2006. 784 с.
2. Кунин А.В. Английская фразеология (теоретический курс). М.: Высш. шк., 1970. 289 с.
3. Маслова В.А. Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2001. 208 с.
4. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. 4-е изд. М., 1997. 944 с.

5. Третьякова И.Ю. Культурные смыслы фразеологических компонентов-зооморфизмов медведь и волк (к вопросу о национально-культурных особенностях русских фразеологизмов) // Вестник КГУ им. Н.А. Некрасова. 2014. №6. С. 192–194.
6. Финансы. Толковый словарь. 2-е изд. М.: «ИНФРА-М», Издательство «Весь Мир». Брайен Батлер, Брайен Джонсон, Грэм Сидуэл и др. Общая редакция: д.э.н. Осадчая И.М., 2000. 455 с.
7. Cambridge International Dictionary of English. Cambridge: Cambridge University Press, 2001. 1773 p.
8. Chapman R. L. Dictionary of American Slang / R. L. Chapman, B. A. Kipfen. 4th edition. New York: Harper Collins, 2007. 608 p.
9. Ebenezer Cobham Brewer Dictionary of Phrase and Fable Cambridge University Press. 1184 p.

СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФРАЗЕОЛОГИЗМОВ С КОМПОНЕНТОМ, ОТНОСЯЩИМСЯ К ФРАЗЕОСЕМАНТИЧЕСКОМУ ПОЛЮ «ПРИРОДА», В АНГЛИЙСКОМ И ТАТАРСКОМ ЯЗЫКАХ

*Маршева А. А.
Юсупова Л. Г.*

Статья посвящена особенностям фразеологизмов с компонентом, относящимся к фразеосемантическому полю «Природа». Анализ был произведен в двух генетически неродственных языках – татарском и английском. В статье предложены варианты классификации изучаемых фразеологизмов на примере 122 фразеологических единиц, отобранных в лексикографическом источнике.

Ключевые слова: фразеологическая единица; генетически неродственные языки; контрастивная лингвистика; классификация; фразеосемантическое поле.

The article describes phraseological units with the component, relating to the phraseosemantic field “Nature”. The analysis has been made in two genetic unrelated languages – Tatar and English. The article presents classification variants of the studied units exemplified by 122 phraseological units selected from lexicographic resources.

Key words: phraseological unit; genetic unrelated languages; contrastive linguistics; classification; phraseosemantic field.

Практикующие переводчики сталкиваются с трудностями во время перевода текстов, которые содержат фразеологические единицы. Актуальность данного исследования определяется необходимостью опыта исследования фразеологических единиц выбранных языков.

Лексикология, отрасль языкознания, состоит из трех поддисциплин. Одна из них – фразеология, наука об устоявшихся словосочетаниях. В связи с этим, в кругу ученых, которые занимаются исследованием словарного состава, на переднем плане стоит на ряду с другими вопросами проблема фразеологической системы и ее положения в составе языка. Производится анализ как и общего языкознания, так и отдельно взятых языков. Становление языка во многом зависит от культуры народа. Наше исследование предоставит возможность взглянуть на мир глазами носителей английского и татарского языков, понять их образ мышления, ведь в своей работе мы уделяем внимание не только словарному составу языков, но и национальной языковой картине. Для анализа мы выбрали эти языки не случайно. В процессе глобализации изучение иностранных языков играет большую роль. В мире живет около 7 млрд. человек, при этом 1 млрд. всех живущих на Земле владеет английским. Выучив английский, человек может говорить с каждым 7 человеком. Из этого следует, что английский язык используется, как инструмент общения во всем мире. Теперь перейдем к

причинам выбора следующего языка. На территории Российской Федерации проживают представители 190 национальностей, неудивительно, что во многих регионах развивается двуязычие. Не исключением стала и наша республика. Из 3,8 миллионов жителей нашего региона 52% составляют татары. В связи с этим, вопрос разработки методики обучения английскому с опорой на татарский, учитывая особенности данного языка, является актуальным. Ведь не стоит забывать, что русский язык для татар также является иностранным.

В нашей работе мы анализируем лексику языков, независимо от того, что эти языки не являются генетически родственными. Исследования таких языков пользуются большой популярностью среди научных работ. Работы Д.Х. Бакеевой, М.Ю. Ибрагимовой, Н.Г. Ковальчук также были посвящены опыту сопоставления данных языков.

Выбор тематики фразеосемантического поля обоснован тем, что общество является обособившейся от природы, но тесно связанной с ней частью материального мира. Естественное окружение, климат, природные явления влияли на развитие человека и становление языка.

Цель работы состоит в выявлении типологических сходств и различий в системе, в плане содержания и выражения выбранных языков. Основным методом исследования является метод лексикографического анализа. Поставленная цель определяет решение таких задач, как выявление ФЕ, описание фразеосемантического поля и выделение микрополей, определение объема исследуемого поля, а также непосредственное осуществление анализа. Хотелось бы отметить, что данное исследование относится к анализу словарного состава в синхроническом аспекте. Исследования, которые опираются на синхронию, пользуются сейчас особым вниманием. В своем исследовании мы уделяем внимание прагматическому и социолингвистическому аспектам словарного запаса. Проведенный анализ окажет помощь в развитие теории и практики перевода.

Для анализа мы отобрали 122 фразеологические единицы, пользуясь лексикографическими источниками. Внутри фразеосемантического поля «Природа» можно выделить несколько микрополей. Каждое микрополе, в свою очередь, включает в себя группы, представляющие собой совокупность близких фразеологических единиц. На основе изучаемого материала было выявлено, что в английском языке фразеосемантическое поле с компонентом «Природа» включает 57 ФЕ, а в татарском языке – 65 ФЕ. В рамках ФСП «Природа» в АЯ и ТЯ выделяются три микрополя: «Животный мир», «Растительный мир» и «Природные явления».

Первое микрополе «Животный мир» включает в себя 42 фразеологизма АЯ и 34 фразеологизма ТЯ.

Рассмотрим группы и приведем примеры.

1) Домашние животные и животные, которые издавна помогали по хозяйству.

Среди домашних животных наиболее часто встречаются фразеологизмы, связанные с кошками: англ.: **it rains cats and dogs** [*Лить как из ведра*], **as nervous as a cat** [*Очень нервный*], **has the cat got your tongue** [*Проглотить язык*] [1], тат.: **мэче тычкан белэн уйнаган кебек уйлау** [*Играть как кошка с мышью*], **тычкан өчен мәчедән дә көчлерэк жанвар юк** [*Для мыши сильнее кошки зверя нет*], **эт белэн мэче сыман** [*Как кошка с собакой*] [2].

Фразеологизма, связанного с «другом человека», собакой, было найдено только 3: англ.: **it rains cats and dogs** [*Лить как из ведра*], **a clever dog** [*Умница*] [1], тат.: **эт белэн мэче сыман** [*Как кошка с собакой*] [3].

Издавна животные помогают людям по хозяйству, поэтому ФЕ, в которых присутствуют названия таких животных, популярны: англ.: **to buy a pig in a poke** [*Купить кота в мешке*], **it is a small flock that has not a black sheep** [*В семье не без урода*] [1], тат.: **казларны котырту** [*Дразнить гусей*], **каргага төзеп, сыерга аткан** [*Метил в ворону, а попал в корову*] [6].

Стоит отметить, что количественное соотношение в данной группе показывает преимущество английских фразеологизмов. У этого есть причина: американцы очень любят домашних животных и считают их полноправными членами своей семьи.

Перейдем к следующей группе, которая раскроет нам совершенно другую ситуацию.

2) Дикие животные.

Среди упоминания диких животных, можно выделить три подгруппы: ФЕ о зайцах (англ.: **start a hare** [*Сменить тему*][2], тат.: **куян йөрэк** [*Заячья душа*][3]), о волках (англ.: **a lone wolf** [*Волк-одиночка*], **one must howl with the wolves** [*С волками жить, по-волчьи выть*][4], тат.: **бүреләр белән торсан, буречә уларсың** [*С волками жить – по-волчьи выть*], **бүреләр дә түк, сарыклар да исән** [*И волки сыты, и овцы целы*][3]), а также о медведях (тат.: **аюдан курыккан урамга бармас** [*Волков бояться, в лес не ходить*], **аю хезмәте** [*Медвежья услуга*][6]). Отметим, что ФЕ, которые имеют упоминания о медведях, не встретились нам в английском языке.

Помимо выше упомянутых животных, в татарском были отмечены и прочие, менее частотные по употреблению: тат.: **керпе биялэйләре** [*Ежовые рукавицы*], **тэгәрмәч эчендәге тиен кебек бөтерелү** [*Вертеться как белка в колесе*][3].

3) Птицы.

Нами было отмечено, что в английском языке во фразеологизмах используется само название англ. **bird** [*птица*], а не названия отдельных видов птиц: англ.: **a dolly bird** [*Хорошенькая девушка*], **a bird of paradise** [*Райская птица*], **a rare bird** [*Редкая птица*], **birds of a feather** [*Два сапога пара*][4].

Встретились лишь 5 ФЕ, в которых упоминается конкретный вид птиц: англ.: **put a cat among the canaries** [*Наделать шуму*], **dead duck** [*Гиблое дело*], **a spring chicken** [*Неопытный человек*], **tame as a chicken** [*Совсем ручной*], **that's my chicken** [*Мое дело*][1]. Курица встречается наиболее часто. Вероятно, это связано с тем, что курицы помогали в хозяйстве.

В татарском языке складывается иная ситуация: тат.: **саескан шикелле кабатлау** [*Повторять как сорока*], **каргага төзәп, сыерга аткан** [*Метил в ворону, а попал в корову*], **күктәге торна яки кулдагы песнәк** [*Журавль в небе или синица в руках*], **тырнагы батса, кош һәлак булла** [*Коготок увяз-всей птичке пропасть*][2].

4) Фразеологизмы, которыми можно охарактеризовать человека и его действия.

Такие фразеологизмы описывают человека. Их употребление помогает составить яркий и понятный образ: англ.: **a silly goose** [*Глупый*], **as brave as a lion** [*Храбрый как лев*], **a rare bird** [*Редкая птица*], **tame as a chicken** [*Совсем ручной*][4], тат.: **куян йөрэк** [*Заячья душа*][3].

Некоторые ФЕ используются для того, что описать образ действия: англ.: **laugh like a hyena** [*Смеяться как гиена*], **eat like a bird** [*Есть как птичка*][1].

Фразеологизмы ТЯ почти не встречаются в данной группе.

Помимо этого, в татарском языке были отмечены ФЕ, связанные с насекомыми, однако мы не выделили их в отдельную группу, потому что в английском языке нами их отмечено почти не было: тат.: **чаяннар белән суктыру** [*Бичевать скорпионами*], **Һәр бал корты һәр чәчәктән аз-азлап бал жыйт** [*Каждая пчелочка с каждого цветочка берет взяточку*], **чебенән фил ясау** [*Из мухи делать слона*][3].

Второе микрополе «Растительный мир» включает в себя 5 фразеологизмов в АЯ и 4 фразеологизма в ТЯ.

Обратимся к группам и примерам.

1) **Фрукты:** англ.: **apple of discord** [*Яблоко раздора*][1], тат.: **сыгылып беткән лимон** [*Выжатый лимон*][3].

2) **Овощи:** англ.: **as cool as a cucumber** [*Спокоен, как удав*][4], тат.: **алма төшәр урын юк** [*Яблоку негде упасть*][2].

3) **Деревья:** тат.: **ике агач арасында адашу** [*Заблудиться в трех соснах*][6].

Третье микрополе «Природные явления» включает в себя 10 фразеологизмов АЯ и 27 фразеологизмов ТЯ.

Перейдем к описанию групп.

1) Стихийные бедствия: тат.: давил һәм һөжүм чоры [Период бури и натиска], бер стакан судагы давил [Буря в стакане воды], жил чәчсән, давил урырсың [Кто сеет ветер, тот пожнет бурю], тормыш упкыны [Водорот жизни][3].

2) Воздух, ветер: англ.: as free as the wind [Свободный, как ветер], it's still all up in the air [Нерешенное до конца дело][1], тат.: жил чәчсән, давил урырсың [Кто сеет ветер, тот пожнет бурю], жил искән якка яву [Куда ветер дует], һавага ату [Стрелять в воздухе], борынны жил унаена тоту [Держать нос по ветру], жил очырткандай [Как ветром сдуло] [2].

В английском языке ФЕ этой группы чаще описывают состояние человека и являются положительными, в татарском языке наоборот.

3) Вода: англ.: a drop in the ocean [Капля в море], to go through fire and water [Пройти через огонь и воду] [1], тат.: су тамчылардан чагылган кояш кебек [Как солнце в малой капле воды], судан коры чыгу [Выходить сухим из воды], күпме сулар акты [Много воды утекло], ике тамчы судай [Две капли воды], актык тамчысына кадәр [До последней капли] [6].

4) Огонь: англ.: to go through fire and water [Пройти через огонь и воду][1], тат.: утсыз төтен булмый [Дыма без огня не бывает], ут белән уйнау [Игра с огнем], ике ут арасында [Между двух огней] [2].

5) Гром, молния: англ.: like a bolt from the blue [Как гром среди ясного неба][4], тат.: күк күкрәтү һәм яшен яшьнәтү [Метать громы и молнии] [3].

На основе произведенного анализа можно сделать вывод, что фразеологизмы отражают картину мира народов и тесно переплетаются с культурой и историей. Наиболее частотными ФЕ в том, и в другом языке стали ФЕ, относящиеся к микрополю «Животный мир», однако в ТЯ языке было встречено много фразеологизмов, которые мы отнесли к микрополю «Природные явления». В английском языке большое влияние имеют домашние животные, а в татарском – дикие. Татары были кочевниками, это объясняет, что дикие животные и природные явления играли в их истории большую роль. Исследования в этой области будут проводиться нами и в дальнейшем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арсентьева Е.Ф. Русско-англо-немецко-турецко-татарский фразеологический словарь. Казань: Изд-во Казанск. гос. ун-та, 2008. 720 с.
2. Байрамова Л.К. Русско-татарский фразеологический словарь. Казань: Издательство Казанского университета, 1980. 232 с.
3. Байрамова Л.К. Учебный тематический русско-татарский фразеологический словарь. Казань: Татарское книжное издательство, 1991. 158 с.
4. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь. М.: Издательство «Советская энциклопедия», 1967. 1264 с.
5. Сафиуллина Ф.С. Карманный татарско-русский и русско-татарский словарь. Казань: ТаРИХ, 2001. 576 с.
6. Сафиуллина Ф.С. Татарско-русский фразеологический словарь. Казань: Издательство «Магариф», 2001. 335 с.

ОБРАЗНАЯ И ЦЕННОСТНАЯ СОСТАВЛЯЮЩИЕ КОНЦЕПТА «ДЕНЬГИ» В НЕМЕЦКОЙ И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ

Ситникова Д. Ю.
Заглядкина Т. Я.

Статья посвящена сравнению концепта деньги в сознании представителей немецкой и русской лингвокультур. Для исследования ценностной составляющей концепта было отобрано 200 фразеологических единиц в немецких и русских лексикографических источниках и представлен анализ их фреймовых моделей. В статье приведены также данные ассоциативного опроса, отражающие настоящее представление о деньгах в обеих лингвокультурах.

Ключевые слова: ядро концепта; деньги; ассоциативный опрос; фреймовая модель концепта, когнитивная лингвистика.

This article explores the concept of money in the consciousness of German and Russian people. We selected 170 idioms from German and Russian lexicographic resources to study the value based aspect of the money concept and made an attempt to describe its frame models. In this article results are presented from the associative survey, that gives an insight into the contemporary vision of money among Germans and Russians.

Key words: kernel of concept; money; associative survey; frame model of concept, cognitive linguistics.

Концепт как операционная единица мысли, и единица национального менталитета занимает одно из приоритетных мест в исследованиях когнитивной лингвистики и лингвокультурологии. Жизнь современного человека немыслима без денег, именно поэтому по мнению Ю.С.Степанова концепт «деньги» является базовым концептом, участвующим в категоризации современного мира [5].

Концепт – это сложное ментальное образование, имеющее многослойную структуру и предполагающее наличие ядра, базовых слоев, периферии. «С одной стороны в него входит то, что является содержанием понятия, с другой — то, что делает концепт явлением культуры: этимология, ассоциативный ряд, оценки и коннотации...» [4].

Наиболее всеобъемлющий подход к структуре концепта предложен в диссертационной работе И.В.Конновой, где структура лингвокультурного концепта включает образную, ассоциативную, понятийную, ценностную, этимологическую и историческую составляющие [2]. В настоящей статье мы частично рассмотрим образную составляющую концепта деньги, а также его ассоциативную и ценностную стороны.

Обратимся к ценностной составляющей концепта деньги. Нами было рассмотрено 200 паремий на русском и немецком языке, связанных с деньгами. Материал для данного исследования был отобран из немецких и русских фразеологических словарей. Для моделирования данной составляющей был использован фреймовый анализ концепта, с помощью которого фреймы как единицы знаний организуют концептуальные системы, содержащие данные о существенном и типичном для этого концепта в рамках данной языковой культуры [1, с.19]. Для обеих языковых культур целесообразно выделить три основных фрейма: **1. «Деньги и их характеристика», 2. «Деньги и человек» и 3. «Деньги как мера ценности».** В рамках фрейма существуют слоты, его структурные элементы, которые во многом совпадают для русских и немцев.

В ходе исследования было установлено, что первый фрейм «**Деньги и их характеристика**» занимает 37% среди немецких фразеологизмов и 16% среди русских:

Слот-1: «Деньги могут все», занимает наибольшую часть немецких паремий и отражает идею о том, что деньги играют самую значительную роль. *Geld ist alles* (деньги – все), *Geld spielt überall erste Violine* (деньги везде играют первую скрипку), *alles dreht sich um Geld* (все вращается вокруг денег), *Geld ist Leben* (деньги – жизнь). Они лечат (*Geld ist ein guter Doctor* (деньги – хороший доктор); *Geld ist ein Pflaster für alle Schäden* (деньги – лекарство от всех болезней), открывают новые возможности (*Geld öffnet alle Türen* (деньги открывают все двери), они правят миром и способны сделать глупого умным (*hast du Geld, so hast du Welt* (у кого деньги, тот правит миром); *Geld genug macht dumme Leute klug* (денег достаточно, чтобы сделать глупого умным). В русских пословицах определяется та же мысль, однако встречается уже значительно реже (*денежка дорожку прокладывает; стоит крикнуть, да денежкой брякнуть – все будет; были бы деньги и за умного сочтут*).

Слот-2: «Деньги – сплошные заботы», встречается одинаково часто в русских и немецких фразеологизмах и выражен почти одинаково: больше денег – больше хлопот – *je mehr Geld, je große Sorge*; без денег сон крепче – *ohne Geld, ohne Furcht*.

Следует отметить, что существуют слоты, типичные только для одной из языковых культур. Так, например, **слот-3 «Деньги достаются тяжело, но тратятся с легкостью»** находит отражение только в русских паремиях: *деньги что вода; кровные деньги; деньги под ногами не валяются; денежки труд любят*. Точно также **слот-4 «Деньги – не самое важное в жизни»** представлен исключительно в русских пословицах: *не в деньгах счастье; здоровье дороже денег; уговор дороже денег; на деньги ума не купишь*.

Фрейм №2 «**Деньги и человек**» занимает в структуре немецкого концепта деньги 26%, а среди русских фразеологизмов 31%.

Слот-1: «У человека много денег и он умеет их зарабатывать» отражено в обеих лингвокультурах самыми различными способами: *денег куры не клюют; грести деньги лопатой; мерить деньги четвериками – das Geld mit Scheffeln messen*; чемодан с деньгами; *Geld wie Dreck/Heu haben* (иметь денег как грязи);; *das (große) Geld machen* – делать деньги.

Слот-2: «Человек легко расстается с деньгами»: *просвистеть деньги*(прост.); *сорить деньгами; das Geld (mit beiden Händen) auf die Straße bringen* (выбрасывать деньги на улицу); *sein/das Geld zum Fenster hinauswerfen* (выбрасывать деньги в окно); *das Geld auf den Kopf hauen* – просаживать деньги.

Слот-3: «Человек бережлив или жаден»: *знать цену деньгам; хранить деньги под спудом; er sitzt auf seinem Geld wie der Teufel auf der armen Seele* (он чахнет над деньгами, как дьявол над душами); *er ist dem Gelde gut* (быть жадным до денег); *am Geld hängen* (он любит деньги).

Слот-4: «У человека мало денег»: *денег кот наплакал; ни гроша за душой; Geld wie ein Frosch Haare haben* (иметь денег как лягушка волос).

Слот-5: «Чужие деньги» отражен только в немецких фразеологизмах. Несмотря на то, что в русских паремиях, связанных с понятием долг, не одобряется займ «чужих» денег, в немецких подчеркивается то, что чужие деньги не делают человека богаче, а если это долг, то его все равно придется вернуть: *fremd Geld macht nicht reich* (чужие деньги не сделают богаче); *geborgtes Geld bringt kein Glück, denn es will immer zu seinem Herrn zurück* (деньги в долг счастья не приносят, они всегда хотят к своему хозяину назад); *mit fremden Geld ist gut wirtschaften* (чужими деньгами легко распоряжаться).

И третий фрейм «**Деньги как мера ценности**» воспроизведен в таких фразах, как: *nicht mit Geld zu bezahlen* – ни за какие деньги; *ins Geld laufen/gehen* – встать в копеечку; *nicht für Geld und gute Wörter* – ни за какие деньги; *steht/die Gelder nicht* (стоит денег/не стоит денег).

В ходе исследования ассоциативной составляющей концепта «деньги» нами был проведен опрос среди представителей русской и немецкой лингвокультур, в котором участвовало 210 человек. Всех опрошенных мы разделили на три возрастные категории 16-26, 27-37, 38 лет и старше. Рассмотрим, что русскоязычное население связывает со словом «деньги». Среди первой возрастной категории наиболее частотными ассоциациями с деньгами оказались «*работа и карьера*», «*возможности*» и «*доллары*» соответственно. Молодые люди,

разумеется, связывают деньги в первую очередь с успехами в карьере и считают их средством, открывающим новые возможности и перспективы. Особый интерес в списке представляет «доллар», занимающий лидирующую позицию. Целесообразно связывать это с тем, что при слове деньги опрашиваемые актуализируют их с обозначением доллара, т.е. символом – «\$». Действительно, деньги главным образом ассоциируются именно со знаком доминирующей международной валюты и с ее визуальным образом. Реже, но все же встречались и обозначение цветов купюр и монет – «зеленый», «желтый». Концепт «денег» в этом случае становится не только совокупностью ассоциаций с жизненными реалиями, но и результатом визуального восприятия. Участники опроса в возрасте от 27 до 37 лет в основном связывают деньги с работой и возможностями. Остальные варианты сильно варьируются: для одних деньги это непременно «траты» и «покупки», для других «доходы» и «отдых», для третьих «необходимость», четвертые указывают названия различных валют. Для людей в возрасте старше 38 лет на первом месте находится «зарплата и пенсия», далее «покупки» и «богатство». Появляются новые позиции «банк» и «кошелек». Представление о деньгах среди этой категории людей более материально и связано с получением дохода и обогащением, процессом купли-продажи, хранением капитала, способами распоряжения средствами. В результате опроса мы обнаружили, что ассоциации с деньгами среди русского населения в целом положительны, наличие денежных средств приносит «удовольствие» и «счастье». Однако, около 12% всех ответов содержали в той или иной мере негативные слова: «жадный», «идол человечества». Из опрошенных 5% людей считают, что деньги – «зло», причем все они старше 38 лет. Всего несколько человек указали, что деньги – «не самое главное», «бумажки».

Опросив немецких студентов в возрасте от 16 до 26 лет, мы выяснили, что наиболее повторяющимися ассоциациями являются «reich, Reichtum», «Arbeit», «Beruf», «notwendig», «Konto», «Bank», «Wirtschaft». Анализируя ответы, нами было замечено, что деньги близко ассоциируются с концептом богатство, тем не менее они рассматриваются больше как жизненная необходимость нежели основная цель. Немецкие молодые люди часто оценивали деньги как отрицательное явление, связывая их с жадностью («Gier»), материализмом («Materialismus»), переутомлением («übermüdet»), злом («Böse»), указывая на несправедливость их распределения («ungerecht verteilt») и устанавливая, что деньги не самое важное в жизни, но нечто необходимое («nicht das wichtigste im Leben, aber notwendig»). Результаты опроса второй группы людей оказались весьма разнообразными, но во многих повторяется идея необходимости денег («braucht man», «existenziell», «lebensnotwendig»), наблюдается связь с концептами роскоши и богатства («Reichtum, «Luxus»). Люди в возрасте старше 38 лет связывали деньги со словами «nützlich» (полезный), «notwendig» (необходимый), «Geldnot» (недостаток денег), «Übel» (зло). Приблизительно 40% всех ответов содержали негативные оценки. Опрашиваемые неохотно делились ассоциациями к слову деньги, часто на подбор ассоциаций к этому слову уходило больше времени, многим было сложно назвать больше, чем две лексемы.

На основе полученных данных, можно сделать вывод о том, что в русской языковой культуре большее внимание уделяется непосредственно отношениям между человеком и деньгами, а не самой сущности денег. В немецком сознании существует конгломерат паремий, отражающий мысль о всемогуществе денег, и в том числе подчеркивается то, что они красят человека, а их отсутствие «выставляет дураком» («Wer kein Geld hat, sieht einem Narren gleich»). Результаты ассоциативного опроса подчеркивают то, что деньги у немцев нередко связаны со страхами («Angst»), в первую очередь со страхом недостатка денег («Mangel»). В русском обыденном сознании делается акцент на том, что «деньги не растут на деревьях», их трудно заработать и легко «пустить на ветер», но они далеко не всегда занимают решающую позицию. Для немцев деньги – это ресурс первой необходимости. Представителям немецкой культуры несвойственно распространяться на тему денег, т.к. они считают финансы и их к ним отношение частью интимной сферы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гурина Р. В., Соколова Е. Е. Фреймовое представление знаний: монография. М.: Народное образование, 2005. 175 с.
2. Кононова И. В. Структура и языковая репрезентация британской национальной морально-этической концептосферы (в синхронии и диахронии): дис. на соиск. уч. степ. д-ра филол. наук: 10.02.04. Санкт-Петербург: СПбГУЭФ, 2010. 361 с
3. Михельсон М.И. Ходячие и меткие слова: Сборник русских и иностранных цитат, пословиц, поговорок. М.: ТЕРРА, 1994. 616 с.
4. Розенталь Д. Э., Теленкова М. А. Словарь-справочник лингвистических терминов. — М.: Издательство Астрель, Издательство АСТ, 2001. 624 с.
5. Степанов Ю.С. Константы: Словарь русской культуры М.: Языки русской культуры, 1997. 662 с.
6. Федоров А.И. Фразеологический словарь русского литературного языка. М.: ТОПИКАЛ, 1995.
7. Фреймовая структура концепта ЛЕС. URL: <https://moluch.ru/archive/24/2562/>
8. Duden, Band 11: Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten
9. Hans Schemann« Deutsche Idiomatik». Walter de Gruyter, Berlin. 2011.
10. Lutz Röhrich «Das große Lexikon der Sprichwörtlichen Redensarten» — Verlag Herder Freiburg im Breisgau. 1991. 668 s.
11. Wander Karl Friedrich Wilhelm «Deutsches Sprichwörter Lexikon Band 1.» Wissenschaftliche Buchgesellschaft Darmstadt. 1964. 1882 s.

ГЛАВА 4. ПРОБЛЕМЫ ИНТЕРПРЕТАЦИИ И ПЕРЕВОДА ПРОИЗВЕДЕНИЙ МИРОВОЙ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ ОБРАЗОВ ГЕРОЕВ В РОМАНАХ У. С. МОЭМА «ОСТРИЕ БРИТВЫ» И «ЛИЗА ИЗ ЛАМБЕТА». КОЛОРИСТИКА РОМАНА «ОСТРИЕ БРИТВЫ»

*Воропаева М. К.
Мухаметшина Э. Е.*

В данной статье авторами рассматриваются стилистические приемы, использованные У. С. Моэмом в романах «Острие бритвы» и «Лиза из Ламбета» для формирования образов героев. В ходе работы были использованы такие методы исследования, как анализ литературы, анализ словарных дефиниций, контекстуальный анализ. Был также применен новый метод исследования – анализ цветовой гаммы при создании образов героев.

Ключевые слова: стилистический анализ; анализ цветовой гаммы; диалект; формы расслабленного произношения.

The article is concerned with the usage of stylistic methods in novels «Liza of Lambeth» and «The Razor's Edge» of W. S. Maugham. We used such methods of research as analysis of literature items, vocabulary definitions and contextual analysis. Colour range analysis as a new method was also implied.

Key words: stylistic analysis, colour range analysis, dialect, forms of relaxed pronunciation.

Данная работа посвящена всестороннему исследованию образов героев в романах У. С. Моэма «Острие бритвы» и «Лиза из Ламбета». В начале дадим основные определения: что есть стилистика английского языка, стилистические тропы и их классификация.

Стилистикой называется отрасль лингвистики, исследующая принципы и эффект выбора и использования лексических, грамматических, фонетических и вообще языковых средств для передачи мысли и эмоции в разных условиях общения [1, с. 13].

Выразительные средства – это фонетические средства, грамматические и морфологические формы, средства словообразования, лексические, фразеологические и синтаксические формы, которые функционируют в языке для эмоциональной интенсификации высказывания.

I. Стилистические средства выражения образов героев в романе «Острие бритвы»

Главной особенностью романа является то, что автор не прячется за кулисами произведения, а выступает активным действующим лицом, глубоко анализирующим характеры персонажей. Как тонкий психолог, рассказчик выслушивает героев и советует, как поступить в той или иной ситуации, нередко дает емкие и язвительные комментарии сюжетным событиям. Благодаря такому приему читатель глубже понимает происходящее в романе.

Главный герой Ларри Даррел, отслужив в авиации и встретившийся лицом к лицу со смертью своего напарника, принял очень важное для себя решение: любыми путями найти смысл своей жизни.

Однажды Моэм застал юношу в библиотеке за чтением «Принципов психологии Уильяма Джеймса (William James's "Principles of Psychology")». На фразу Ларри о том, что он после всего прожитого не годится на роль ученика в колледже, так как преподаватели там

не дадут ему знаний для ответа на главный вопрос. Автор дал ему метафоричный ответ “You learn more quickly under the guidance of experienced teachers. You waste a lot of time going down blind alleys if you have no one to lead you.”/ «Под руководством опытных учителей ты учишься быстрее, но ты теряешь много времени, идя по глухим аллеям без человека, ведущего тебя» [9, с. 34].

Ситуация для главного героя осложнялась также тем, что его возлюбленная Изабелла была типичным представителем высшего класса. Несмотря на то что девушка любила его искренне и всем сердцем, что показывает емкая метафора “her glance rested on him” в предложении “Now and again *her glance rested on him* for a moment and I seemed to see in her expression not only love but fondness”/ «Время от времени ее взгляд покоился на нем на мгновение, и я видел в выражении ее лица не только любовь, но и нежность», она не понимала его внутренних порывов и не разделяла его желания познать суть происходящего [15].

В разговоре с Изабеллой наедине Сомерсет Моэм объясняет, что война изменила что-то глубоко внутри Ларри, и иронично замечает, что он, как писатель, в хорошо разбирается в человеческой натуре. “I dare say I’m not a great judge of human nature, but at any rate after thirty-odd years of practice I think I know something about it.”/ «Осмелюсь сказать, что я не великий знаток человеческой природы, но, во всяком случае, практикуясь уже тридцать лет, я кое-что об этом знаю».

Примечательно, что Ларри настолько всецело посвятил себя поискам великого смысла, что отказался от даже прибыльной должности, предложенной Греем, о чем второй сильно жалел. Отец Грея отмечал They’re great friends. Gray *thinks the world of him*” (фраз.)/ «Они хорошие друзья. Грей очень высокого мнения о нем».

Образ еще одного главного героя романа Эллиота Темплтона также точно предстает перед читателем благодаря всевозможным средствам языковой выразительности. Интеллигент и аристократ, манеры и привычки Эллиота полностью соответствовали его социальному статусу “When he shook hands with me my nostrils *were assailed by all the perfumes of Arabia*” (*were assailed* – метафора, *by all the perfumes of Arabia* гипербола).

Рассуждая о намерении Ларри остаться на несколько лет в Париже, Эллиот выражает свое мнение так “He’s young and I have no doubt *he wants to sow his wild oats* before he settles down to married life.” (фраз.)

Подводя итог жизни Ларри Даррела, полной скитаний, поиска и постоянной умственной работы, автор использует очень емкое сравнение во фразе: “It may be that when his life at last comes to an end, *he will leave no more trace of his sojourn on earth than a stone thrown into a river leaves on the surface*”/ «Возможно, когда его жизнь подойдет к концу, он оставит не больше следа своего пребывания на земле, чем камень, брошенный воду, оставляет на ее поверхности». Тем самым Сомерсет Моэм хочет сказать, что какой бы полной и интересной не была наша жизнь, человек останется лишь маленькой частью в столь огромном, гармоничном мире.

II. Колористика в романе «Острые бритвы»

Психофизиологические детали (такие, как цвет, звук, запах) часто формируют особую систему знаний, символов, авторских «намёков», рассчитанных на внимательного читателя и помогающих точнее и глубже осознать идею произведения, характеристику персонажей, композицию.

В романе «Острые бритвы» С. Моэм использует различные цвета и оттенки, характерные для героев, которые встречаются в описании внешности, одежды и окружающей обстановки, а также в идиомах. Определенные цвета сопровождают каждого из героев, на основании чего можно предположить, что автор вкладывал в эту цветовую гамму особый смысл, некие черты характера действующих лиц.

Таблица 1. Интерпретация цветов в романе «Острые бритвы»

Герой	Цвет	Английский	Русский
Лар-	Коричневый. Коричневые	1. His forehead and his	1. Его лоб и шея были

ри	<p>практичны, деловиты, очень сдержанны в своих эмоциях и чувствах. Большинство коричневых обладают крепким душевным здоровьем и твердостью, которая порой может доходить до безжалостности. Коричневые очень близки к земле, имеют сильную связь с физическим миром. Голубой. Человек, имеющий голубой цвет в одежде легок и открыт, мечтателен и верен. Он очень впечатлителен и стремится к глубоким раздумьям. Такие люди – идеалисты, способные работать день и ночь, чтобы добиться своей цели.</p>	<p>neck were deeply tanned. 2. His eyes were peculiar, not of the rich hazel that Isabel shared with her mother and her uncle, but so dark that the iris made one colour with the pupil, and this gave them a peculiar intensity. 3. He wore no hat and he had a mop of dark brown hair that badly needed cutting. 4. He wore a blue serge that nicely fitted his slim figure, a white shirt with a soft collar, a blue silk tie, and brown shoes. 5. He seemed to be in a brown study and I thought he hardly heard what we were saying.</p>	<p>сильно загорелыми. 2. Его глаза были особенными, не цвета богатого орешника, как у Изабеллы, ее матери и дяди, но настолько темные, что радужка сливалась со зрачком, что придавало им большую глубину. 3. У него не было шляпы, и с головы свисала черно-коричневая копна волос, явно нуждающаяся в подстрижке. 4. На нем была голубая саржевая рубашка, которая очень подходила его стройному телосложению, белая рубашка с мягким воротником, голубым шелковым галстуком и коричневыми туфлями. 5. Казалось, он был в глубоких раздумьях, и я подумал, что он едва ли слышит, что мы говорим.</p>
----	--	---	---

III. Стилистические средства выражения образов героев в романе «Лиза из Ламбета». Английский диалект кокни.

Диалект кокни появился в 1840-х годах в среде лондонцев Ист-Энда и использовался низшими слоями английского общества. Необычное произношение и особая лексика стали чем-то вроде секретного языка, позволяющего запутывать и даже обманывать посторонних людей, полицейских и прочих любителей подслушивать чужие разговоры.

Так как все герои романа – представители рабочего класса, для их речи характерен диалект кокни.

«Диалектом называют языковую систему, которая служит средством общения небольшой территориально замкнутой группы людей, обычно – жителей одного или нескольких населенных пунктов сельского типа. В этом значении термин «диалект» синонимичен русскому термину «говор». Диалектом называют также совокупность говоров, объединенных общностью языковых черт» [6].

В кокни мы можем проследить следующие отличия от литературных норм английского языка.

Таблица 2. Типичные особенности речи кокни, использованные в романе

Особенность	Пример из текста	Перевод
Употребление “ain’t» вместо “isn’t” или “am not”	There ain’t no one else?	Тут никого нет?

Пропуск звука [h]	Look at 'im! I think 'e lives up at the other end She's just 'ad twins	Посмотри на него! Я думаю, что он живет на другом конце У нее как раз близнецы
Пропуск звука [g] в конце слова	I can't swaller these new people as are comin' in	Я не могу принимать всех новых людей, которые заходят
Использование aht вместо out [aut]	You're not walkin' aht with anybody else, are you, Liza?	Ты не гуляешь с кем- нибудь, кроме меня, ведь так, Лиза?
Использование wot вместо what, yus вместо yes, na вместо no		
Замена [o] или [ou] на [er]	I don't want yer ter talk ter me Yer didn't expect ter see me, did yer?	Я не хочу, чтобы ты со мною разговаривал Ты не ожидала увидеть меня, не так ли?
Произношение звука [ə] и [ɒ] как [f] и [v]		
Употребление вместо [r] губно-зубного [r], на слух напоминающего [w]	Weally?	Серьезно?

Автор также часто использует формы *gonna*, *wanna*, *gotta*, которые являются примерами так называемого «расслабленного произношения» (relaxed pronunciation), характерного для разговорной речи. При этом типе произношения финальные буквы слов сливаются в речевом потоке, образуя из нескольких слов одно, и произносятся на одном дыхании [14].

В ходе стилистического анализа романов Уильяма Сомерсета Моэма «Лиза из Ламбета» и «Острие бритвы» была достигнута цель исследования – проведен стилистический анализ его творчества, рассмотрены стилистические приемы, используемые для формирования образа героев.

В связи с вышеизложенным, подход к стилистическому анализу произведений, разработанный в данном исследовании, может быть рекомендован для использования при анализе художественных образов в творчестве различных писателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд И. В. Стилистика современного английского языка. М., 1990. 377 с.
2. Бэн А. Стилистика и теория устной и письменной речи. М., 1886. 320 с.
3. Ермолович Д.И. Имена собственные на стыке языков и культур: заимствование и передача имен собственных с точки зрения лингвистики и теории перевода. М., Р.Валент, 2001. 133 с.
4. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. М., Феникс, 1996. 445 с.
5. Марьянова Н.В. Символика личных имен в языке и переводе // Межкультурная коммуникация и перевод: Материалы межвузовской конференции. М., 2002. С.8-15.
6. Маковский М.М. Английская диалектология. М., «Либроком», 2015. 194 с.
7. Моэм У. С. Искусство слова. М.: Высшая школа, 1990. С. 250.
8. Моэм У. С. Лиза из Ламбета. М., Астрель, 2012. 221.
9. Моэм У. С. Острие бритвы. М., Астрель, 2011. 384 с.
10. Палий А. А. Любимый герой С. Моэма // Проблема характера в зарубежной литературе конца XIX начала XX века. Свердловск, 1974. 124 с.
11. Сергеева А. Г. Стиль С. Моэма // Вопросы литературы. 1964. №4. С.49-54
12. Швейцер А. Д. Теория перевода: Статус, проблемы, аспекты. М.: Наука, 1988. 215 с.
13. Шевякова В. Е. Современный английский язык. М.: Наука, 1980. 381 с.

14. Maugham W. S. *Liza of Lambeth*. Canada, Random House, Inc., 2011. 114 с.
15. Maugham W. S. *The Razor's Edge*. USA, Vintage Classics, 2000. 216 с.
16. Cambridge dictionary. URL: <http://dictionary.cambridge.org> (дата обращения: 02.04.2017).

ГЕНДЕРНЫЙ АСПЕКТ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ЖЕНСКИХ РОМАНОВ НА ПРИМЕРЕ «ГОРДОСТЬ И ПРЕДУБЕЖДЕНИЕ» ДЖЕЙН ОСТИН

*Гумерова Э. Э.
Шигапова Ф. Ф.*

Женские романы Джейн Остен пользуются огромной популярностью во всем мире. Однако их перевод довольно сложен для переводчиков из-за определенных гендерных особенностей. Цель переводчика состоит в отражении гендерно точного перевода произведения с учетом прагматического замысла автора. Для более глубокого изучения этой области рассмотрим оригиналы и несколько вариантов перевода, которые были выполнены как мужчиной, так и женщиной.

Ключевые слова: гендерный аспект, гендер, перевод, женские романы, маскулинность, фемининность.

Jane Austen's novels are extremely popular all over the world. However, their translation is quite difficult for translators because of the specific gender characteristics. The aim of the translator is to give a gender accurate translation and to show the intentions of an author. The article presents original texts and several translations which were made by a man and a woman.

Key words: gender dimension, gender, translation, harlequin novel, masculinity, femininity.

На сегодняшний день изучение языковых аспектов, связанных с полом человека, приобретают все большую актуальность. Основным элементом в данной области исследования является понятие «гендер» – социокультурное понятие, объединяющее в себе определенные качества и нормы поведения, приписываемые человеку в зависимости от его биологического пола [2].

Данная область исследования является относительно новой и тем самым очень интересной для лингвистов. Еще одним поводом для изучения особенностей гендера является необходимость осуществлять адекватный перевод текстов с гендерной составляющей во избежание возможных ошибок. Особенно актуальным вопросом является влияние гендерной принадлежности переводчика на результат перевода, его прагматический аспект и сохранение стиля оригинала.

При переводе художественной литературы гендер играет одну из важных ролей, так как он может повлиять на правильное восприятие читателями образов, мыслей, переживаний созданных автором, поэтому очень важно правильно осуществить перевод, используя гендерно-маркированную лексику, которая имеет большую смысловую нагрузку.

На сегодняшний день исследования гендера касаются, прежде всего, анализа речи женщин и мужчин, с целью выявления особенностей речевого поведения, которые обусловлены полом [6].

Изучение гендера имеет большое значение для переводчиков. Для достижения адекватного перевода недостаточно лишь точности в передаче структуры, языковых особенностей, эмоций оригинала. Переводчику следует помнить, что существует множество факторов, способных повлиять на перевод текста, первенство среди которых принадлежит гендерному.

Переводчик обязательно должен обладать талантом писателя. В процессе перевода переводчик, как и писатель, находится под постоянным влиянием своего социального статуса, базовых знаний, представлений об окружающих его предметах, явлениях и людях, а также гендерной принадлежности.

Согласно исследованиям А. В. Кирилиной [2, 189 с.], И. М. Куликовой [3], Я. В. Левковской [4] и др., женщины и мужчины неодинаково интерпретируют мир, между ними есть определенные различия в отражении окружающей действительности.

Исходя из этого, перед нами стоит задача выявить и продемонстрировать основные гендерные различия в переводах, выполненных как мужчиной, так и женщиной, а также определить насколько удастся переводчику сохранить текст оригинала на лексическом и синтаксическом уровнях.

Данный анализ будет проводиться на примере женского романа Джейн Остен «Гордость и предубеждение» [7], и переводов, выполненных И.С. Маршаком [5] и И.Г. Гуровой [1].

Все романы Джейн Остен привлекают и очаровывают читателей не только своим сюжетом, но и своеобразным языком, тонкой иронией и афористическим стилем.

Женские романы писательницы наполнены переживаниями, чувствами, мыслями и эмоциями героев произведения; подобные тексты эмоционально нагружены, поэтому при передаче информации необходимо использовать такие приемы, которые делают произведение индивидуальным и неповторимым.

Основными стилистическими приемами в романе Джейн Остен «Гордость и предубеждение» являются ирония, метафора, эпитеты, сравнения, а также стилистическая инверсия, с помощью которой автор акцентирует определенные слова и фразы, придавая им дополнительные значения.

При рассмотрении переводов [5] и [1], мы обнаружили некоторые закономерности, характерные для мужских и женских переводов.

Рассмотрим некоторые из них. При анализе переводов, наше внимание привлек такой стилистический прием, как ирония.

a) *Lady Lucas was a very good kind of woman, not too clever to be a valuable neighbour to Mrs. Bennet* [7].

Леди Лукас была добродушной женщиной, в меру недалекой, чтобы стать подходящей соседкой для миссис Беннет [5]. (Мужской перевод);

Леди Лукас была не слишком умной женщиной, совершенно такой, какую миссис Беннет могла бы пожелать себе в соседки [1]. (Женский перевод);

b) *He is rich, to be sure, and you may have more fine clothes and fine carriages than Jane. But will they make you happy?* [7]

– Значит, другими словами, ты решила выйти за него замуж. Что ж, конечно, он очень богат, и у тебя будет больше красивых платьев и экипажей, чем у Джейн. Но разве ты от этого станешь счастливой? [5] (Мужской перевод);

– Иными словами, ты твердо решила выйти за него. Да, разумеется, он богат, и у тебя будут более дорогие наряды и более дорогие экипажи, чем у Джейн. Но сделают ли они тебя счастливой? [1] (Женский перевод)

В данных примерах присутствует ирония с элементами гиперболы и гротеска. При сравнении переводов мы выявили некоторые различия. В переводе, выполненной Гуровой, мы видим, что сохраняется структура и язык оригинала. А в переводе Маршака наблюдается более лаконичное использование иронии, раскрывающий отличительные особенности героев произведения, их характеров: иронический склад ума мистера Беннета, поверхностность чувств и натуры миссис Беннет и т.д.

В художественной литературе часто встречаются примеры, когда персонажи находятся в экстремальной или конфликтной ситуации. В таких случаях речь героя приобретает определенную речевую маркированность, которая позволяет определить эмоциональную напряженность персонажа. При переводе, переводчики стараются уловить и

передать экспрессию, и иногда это требует внесения некоторых изменений, например, маркировки некоторых предложений восклицательными знаками.

c) *But it is, returned she; «for Mrs. Long has just been here, and she told me all about it»* [7]
Тем не менее это так, – продолжала она. – Только что заходила миссис Лонг и сообщила мне эту новость! [5] (Мужской перевод);

Но да, да! Миссис Лонг только что побывала у нас и все мне рассказала [1].
(Женский перевод);

d) *She is a selfish, hypocritical woman, and I have no opinion of her* [7].

Терпеть не могу эту ханжу и эгоистку [5]. (Мужской перевод);

Она себялюбивая лицемерка, и я о ней самого низкого мнения! [1]. (Женский перевод)

Проанализировав вышеуказанные примеры, мы убедились в том, что в переводе Маршака не хватает эмоциональности, в то время, как в переводе Гуровой авторская экспрессия выражена наиболее ярко. В женском переводе восклицательными знаками маркируются даже те предложения, которые в оригинале являются нейтральными.

Необходимо отметить, что в переводах, выполненных мужчиной и женщиной, прослеживаются существенные различия при описании героев.

e) *Mr. Bingley was good-looking and gentlemanlike; he had a pleasant countenance, and easy, unaffected manners* [7].

Мистер Бингли оказался молодым человеком с благородной и приятной наружностью и непринужденными манерами [5]. (Мужской перевод);

Мистер Бингли был красив и выглядел истинным джентльменом. Выражение его лица отличалось большой приятностью, а манеры — мягкостью и непринужденностью [1].
(Женский перевод)

Данные переводы различаются стилистически, в то время как И. Маршак прибегает к использованию нейтральной лексики и фразеологизмов, И. Гурова использует архаичные слова, что иногда осложняет восприятие читаемого текста. Язык И. Маршака проще и доступнее. В его переводах переданы яркие характеристики внутреннего мира героев, с использованием стилистических приемов.

Необходимо отметить, что в переводах [5] и [1] отличаются подходы передачи исторической стилизации.

Перевод И. Маршака содержит меньшее число архаизирующих средств. В отрывке, представленном ниже, практически не встречается явно старинных слов.

f) *He was quite young, wonderfully handsome, extremely agreeable, and, to crown the whole, he meant to be at the next assembly with a large party* [7].

Он еще очень молод, хорош собой, чрезвычайно любезен и, в довершение всего, выражает намерение непременно присутствовать на ближайшем балу, куда собирается прибыть с целой компанией своих друзей [5]. (Мужской перевод);

Он очень молод, удивительно хорош собой, весьма любезен — и, в довершение всего, намерен приехать на следующую ассамблею в сопровождении большого общества [1].
(Женский перевод)

В основе исторического подхода Гуровой лежит современный язык, с неброским использованием архаизации. Тем не менее, в ее переводе наблюдается неточность: слово «ассамблея» относит читателя к другой эпохе. «Ассамблеей» назывались балы при Петре I. Данное слово встречается в стилизованном романе А.С. Пушкина «Арап Петра Великого».

В результате теоретического анализа переводов произведения «Гордость и предубеждение» Джейн Остен, были обнаружены основные гендерные различия в переводах, выполненных как мужчиной, так и женщиной.

Женщины-переводчицы стараются сохранить язык оригинала, используя определенное клише и лексику. Мужчины, в свою очередь, используют в переводе больше личных местоимений, имен прилагательных, особенно качественных в положительной степени, что совершенно не характерно для женщин-переводчиков. Они же, напротив, используют сравнительную степень прилагательных.

Что касается синтаксиса переведенных предложений и текстов, то и здесь наблюдается ряд различий в переводах, выполненных женщиной и мужчиной. В переводах женщин часто встречается прямой порядок слов, строящийся по готовому образцу, избегая нарушений в оригинальной конструкции. В некоторых примерах женщины-переводчицы отказываются от использования повелительной формы глагола, в отличие от мужчин, которые ярко это демонстрируют.

Таким образом, на основании вышеприведенных и других примеров мы пришли к следующим выводам. Действительно, стиль оригинала произведения влияет на переводчика. Более того, переводчик обязан сохранить стиль исходного произведения, учитывая гендерный аспект в художественном переводе и не только. В наши дни гендерология набирает большие обороты, и игнорирование такого важного фактора, как гендер может повлечь за собой множество ошибок.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гурова И.Г. Гордость и гордыня. URL: http://www.apropospage.ru/lib/osten/gurova_1.html (дата обращения: 23.04.2017)
2. Кирилина А. В. Гендер: лингвистические аспекты. М.: Изд-во «Институт социологии РАН», 1999. 155 с.
3. Куликова И. М. Индивидуальность переводчика и перевод // Федоровские чтения. Университетское переводоведение. СПб.: СПбГУ, 2004. Вып. 5. С. 58–62.
4. Левковская Я. В. Психологическая составляющая личности переводчика // Перевод и сопоставительная лингвистика. 2006. № 3. С. 244–249.
5. Маршак И.С. Гордость и предубеждение. URL: <http://lib.ru/INOOLD/OSTEN/gord.txt> (дата обращения: 23.04.2017)
6. Табурова, С. К. Гендерные аспекты по4. ведения парламентариев (на материале парламентских дебатов в ФРГ) // Социол. исслед. 1999. № 9. С. 84–92.
7. Austen J. Pride and Prejudice. URL: <http://www.literaturepage.com/read/prideandprejudice.html> (дата обращения: 23.04.2017)

СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ФУНКЦИИ ТРОПОВ ДЛЯ РАСКРЫТИЯ ТЕМЫ СТРАХА И ОДИНОЧЕСТВА В РОМАНЕ АНТОНИО МУНЬОСА МОЛИНЫ «ПОЛЬСКИЙ ВСАДНИК»

*Камалеева Г. А.
Абросимова Н. А.*

Статья посвящена стилистическому разбору современного испанского романа Антонио Муньоса Молины «Польский всадник», который был опубликован в 1991г. Его основное действие происходит в вымышленном городке Андалусии Махина, история которого воссоздается в воображении главного героя, который вырос в этом городке, но, повзрослев, переехал в Нью-Йорк и стал синхронным переводчиком. В статье отмечены наиболее важные и часто встречающиеся в I части романа тропы и их функции.

Ключевые слова: стилистика; тропы; метафора; сравнение.

The article suggests the stylistical analysis of the contemporary Spanish novel “El jinete polaco” by Antonio Muñoz Molina, published in 1991. The main action takes place in Magina, the fictional city of Andalusia, whose history is recalled in the mind of the main character. He was brought up there, but after having matured the man moved for New-York and became a simultaneous

translator. The article presents the most important and frequent tropes and their functions of the novel's first part.

Key words: stylistics; tropes; metaphor; simile.

Современный взгляд на проблему классификации тропов нельзя назвать абсолютно исчерпывающим и однозначным. Несмотря на то, что за многие годы изучения стилистики и образных средств литература обогатилась множеством посвященных интересующей нас проблеме трудов и работ; единой и общепризнанной классификации тропов не существует. Разные ученые дают разные определения как собственно тропам, так и их функциям. Проанализировав подходы Ю.М. Скребнева [5], М.П. Брандес [1], Т.Г. Хазагерова и Л.С. Шириной [6], С.Е. Никитиной и Н.В. Васильевой [3], а также обратившись к энциклопедической [4] и принятой в испанской литературе (Т.Н. Шишкова, Х.-К. Л. Попок) [7] дефиниции термина, мы пришли к следующему выводу: троп – это прием использования слова в переносном смысле для характеристики того или иного объекта или создания поэтического образа. При этом чаще всего выделяется три типа тропов по характеру связи между его прямым и образным значением: соответствие по сходству (метафора), по контрасту (оксюморон, ирония), по смежности (метонимия, синекдоха).

В рамках нашей статьи мы изучим некоторые из использованных А.М. Молиной тропов и определим их значимость для романа «Польский всадник». В произведении автор постоянно использует ретроспективу, обогащая повествование обычных явлений образным языком и тем самым создавая ощущение реальности и одновременно некой фантастичности происходящего. Изучив отзывы других читателей, мы еще раз убедились в том, что Антонио Молине удалось создать загадочный, погружающий в некоторое забвение пересказ действительности. Для достижения этого эффекта особенно значительны и многочисленны в романе сравнения и метафоры. В нашей работе мы подробнее остановимся на теме страха и одиночества и ее выражении с помощью вышеперечисленных стилистических средств. Эта тема, предваряя последующие темы взросления и принятия себя, раскрывается в I части романа, где подробно описываются события из детства главного героя и жизни родителей до его рождения. Мечтавший с юного возраста поскорее расстаться с Махиной, с родителями и отчим домом, главный герой Мануэль задумывается о своем происхождении и «...*видит огромную бездну темноты, беспомощности и страдания – боли, навсегда отпечатавшейся в его душе при рождении*» [2, С. 78].

В оригинале: «*Manuel ve una gran boca de oscuridad, de desamparo y tal vez de sufrimiento, un dolor que le fue impreso para siempre en su alma al nacer*» [8, P.72]. Сравнение с бездной подчеркивает чужеродность, ощущаемую героем по отношению к родителям, и даже некоторую обиду за рождение в бедной необразованной семье.

Мальчик словно с молоком матери впитал это чувство отстраненности и страха перед окружающим: будучи беременной, мать главного героя не столько мечтает о счастливом будущем своей семьи, сколько испытывает непреодолимый страх и стыд, что не сможет родить здорового ребенка, ее постоянно преследует мысль о неизбежном горе и наказании: «*La sospecha de una culpa adquirida involuntariamente y el temor a un castigo sin explicación actuaban sobre su alma como un perpetuo chantaje: desde antes de nacer el niño ya era un nuevo rehén de su desgracia*» [8, P.73]. «*Чувство невольной вины и страх необъяснимого наказания постоянно висели над ее душой, и ребенок, еще не родившись, был уже пленником этого несчастья*» [2, С.79].

Мучимая навязчивой идеей о смертоносной судьбе своего сына, беременная героиня не случайно сравнивает комнату с могилой: «*Con los ojos fijos en los haces de cañas y en las manchas de yeso del techo abuhardillado, tan bajo que la sofocaba, como si se hubiera despertado en el interior de una sepultura*» [8, P.74]. «*Она лежала на спине...смотрела на связки тростника и пятна гипсовой штукатурки на потолке, таком низком, что задыхалась под ним, будто проснувшись в могиле*» [2, С.79].

Несколько раз в романе упоминается андалусская легенда, возникшая на основе существующего в средние века мифа о некоей полуженщине-полуящерице Трагантии, которая выходит в ночь перед празднованием Сан-Хуана (праздником солнцестояния, который отмечается в ночь с 23 на 24 июня), и якобы тот, кто услышит ее пение, никогда больше не проснется. По всей видимости, легендой о Трагантии андалусские родители пугают непослушных детей, и данная легенда – чистая реалья южных провинций Пиренейского полуострова. Однако снова в романе подчеркивается, что и главный герой, и его мама, будучи детьми, боялись этой легенды особенно, не как остальные дети, и эта легенда выступает как некий метафоричный символ страха в романе: «*Oigo...una historia de la Tía Tragantía, esa gigante vestida de harapos que ronda las esquinas sin luces en las primeras noches del verano, yo soy la tía Tragantía, hija del rey Baltasar, el que me oiga cantar no vivirá más que un día y la noche de San Juan. Me tapo los oídos por miedo a escuchar esa canción, pero el insomnio de la noche está poblado de rumores que parecen palabras susurradas en un idioma extranjero*» [8, P.84]. «Я слышу...песню **теми Трагантии**: «Я тетя Трагантия, дочь царя Бальтасара. Кто услышит мою песню, не проживет больше Дня и Ночи святого Хуана». Я затыкаю уши, боясь услышать эту песню в бессонные ночи, наполненные неясным гулом, похожим на произнесенные шепотом иностранные слова » [2, С.90]. «*Mi madre se aproxima a él buscando el cobijo cálido y seguro de su cercanía para defenderse del frío, del desamparo, del miedo, para no oír esas voces infantiles que cantan en la calle la canción de la Tía Tragantía, hija del rey Baltasar*» [8, P.13]. «Она подходит к деду, ища в нем теплое и надежное укрытие от холода, отчаяния, страха, чтобы не слышать голоса детей, которые поют на улице песенку «**Тетя Трагантия**, дочь короля Бальтасара» [2, С.13].

И если между Мануэлем и его матерью были достаточно теплые отношения, то в случае взаимоотношений как между отцом и сыном, так и мужем и женой, нет никакой нежности и ласки. Отец семейства очень сдержан, молчалив, держится обособленно; возможно, это из-за влияния классического “мужского” воспитания, для которого не позволительно выражение эмоций. Отношения между героями прослеживаются в следующем примере: «Она целый день ждала мужа, но когда слышала и узнавала его шаги на лестнице, дрожала от страха, боясь его присутствия, его слов... но больше всего **непроницаемого одиночества**, окружавшего его **ледяным туманом**, за которым он скрывал свои намерения» [2, С.78]. «*Pasaba el día esperándolo, pero cuando escuchaba y reconocía sus pasos en la escalera temblaba de miedo, miedo a su presencia, a sus palabras ...pero sobre todo a la **soledad impenetrable** que lo envolvía como una **niebla helada** detrás de la cual ocultaba sus propósitos*» [8, P.73].

Далее приведем таблицу с частотностью употребления слов, связанных с темой статьи:

El miedo (страх)	95
La soledad (одиночество)	13
La desgracia (несчастье)	15
La culpa (вина)	14
El desamparo (отчаяние)	5

Таким образом, нами было выявлено 28 случаев употребления сравнений и метафор (12 и 16 соответственно) для выражения темы страха и одиночества. Также мы отметили значимость употребления множества соотносимых с темой страха и одиночества слов, которые глубже раскрывают данную тему. Судя по таблице, автор чаще всего прибегает к слову “el miedo” и реже всего – к слову “el desamparo”.

ЛИТЕРАТУРА

1. Брандес М.П. Стилистика текста. М.: Прогресс-Традиция; ИНФРА-М, 2004. 416 с.
2. Муньюс М. А. Польский всадник. АСТ, Транзиткнига, 2006. 251 с.
3. Никитина С.Е. Экспериментальный системный толковый словарь стилистических терминов. Принципы составления и избранные словарные статьи / С.Е. Никитина, Н.В. Васильева. М., 1996. 172 с.
4. Прохоров А.М. Большой энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1993. 1632 с.
5. Скребнев Ю.М. Очерк теории стилистики. Горький, 1975. 175 с.
6. Хазагеров Т.Г., Ширина Л.С. Общая риторика: Курс лекций. Слов. риторических приемов: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Филология». Феникс, 1999. 316 с.
7. Шишкова Т. Н., Попок Х.-К. Л. Стилистика испанского языка: [Учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз.] / Т. Н. Шишкова, Х.-К. Л. Попок. Минск, 1989. 136 с.
8. Molina Antonio El jinete polaco. URL: http://royallib.com/book/Molina_Antonio/El_jinete_polaco.html (дата обращения 24.04.2017).

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ В ПЕРЕВОДЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ ФРЕНСИС БЕРНЕТТ «ТАИНСТВЕННЫЙ САД»

Козлова А.К.

Статья представляет анализ использования лексических трансформаций переводчиками Р. Рубиновой и Е. И. Гаевой при переводе детского произведения Ф. Бернетт «The Secret Garden». В статье рассматривается понятие лексических трансформаций, а также представлены разновидности лексических трансформаций, их характеристика и примеры. Главной целью обзора является определение лексических трансформаций, которые были применены при переводе. В статье освещена одна из проблем теории и практики художественного перевода – достижение его адекватности путем использования лексических трансформаций.

Ключевые слова: перевод; переводческие трансформации; лексические трансформации; детская литература; эквивалентность и адекватность перевода.

The article presents an analysis of the use of lexical transformations by translators R. Rubinova and E. I. Gayeva in the translation of children's works written by F. Burnett "The Secret Garden". The article discusses the concept of the term «lexical transformations», and also presents a variety of lexical transformations, their characteristics and examples. The main purpose of the review is the definition of lexical transformations that have been used in the translation. The article highlights one of the problems of the theory and practice of literary translation – the achievement of its adequacy by the use of lexical transformations.

Key words: translation; translation transformation; lexical transformations; children's literature; the equivalence and adequacy of translation.

Перевода это не только простая замена единиц одного языка единицами другого, наоборот, перевод представляет собой сложный процесс, содержащий ряд трудностей, с которыми сталкиваются переводчики. Для того чтобы преодолеть эти трудности, существуют переводческие трансформации, то есть замены, которые могут использоваться при переводе различных текстов, когда эквивалент отсутствует, или не может быть использован в условиях данного контекста. Существует 6 видов переводческих

трансформаций: семантические, стилистические, морфологические, синтаксические, лексические и грамматические трансформации.

В нашей статье мы хотим рассказать о лексических трансформациях, которые были использованы двумя переводчиками Р. Рубиновой и Е. И. Гаевой при переводе детского произведения Ф. Бернетт «Таинственный сад».

Использование лексических трансформаций в переводе обуславливается своеобразием семантической структуры слов в разных языках. При использовании лексических трансформаций происходит «замена отдельных слов и устойчивых словосочетаний исходного языка лексическими единицами языка перевода, которые не являются их словарными эквивалентами, т. е., они имеют другое значение, нежели передаваемые ими в переводе единицы ИЯ» [1].

Существует восемь основных разновидностей лексических трансформаций [2]:

1) **Конкретизация** заключается в замене слова или словосочетания ИЯ с более широким значением словом или словосочетанием ПЯ с более узким значением [1]. Например: - It won't cost you a **thing**. Это тебе не будет стоить ни **гроша**.

2) **Генерализация** – явление, противоположное конкретизации – замена единицы языка оригинала, обладающей более узким значением, единицей языка перевода с более широким значением. I really **did go back** to Moscow. *Я действительно ездил в Москву.*

3) **Прием добавления** – использование дополнительных слов в процессе перевода переводчиком для того, чтобы правильнее и понятнее передать смысл исходного материала. Прием добавления используется в том случае, когда необходимо восстановить в переводе языка формально не выраженных элементов исходного языка. I saw a face watching me out of one of the upper windows. *Я увидел лицо человека, наблюдавшего за мной из одного из верхних окон.*

4) **Прием опущения** - противоположен приему добавления, используют его в том случае, когда в процессе перевода присутствуют избыточные слова, которые не несут важной смысловой нагрузки. The journey from King's Cross to Newcastle took three hours and twenty minutes. *Поездка заняла около трех часов.*

5) **Прием логического (смыслового) развития** – заключается в замене одного понятия другим на основе их смежности или логической близости. При замене главная идея высказывания не меняется, потому что понятия тесно связаны друг с другом. Можно выделить три вида связей:

1. Причинно-следственные, например: **Her dress was much dropped upon**. *Ее платье было в пятнах.* 2. Связи, основанные на смежности понятий, другими словами, метонимические связи. Разнообразные ассоциации по смежности могут быть в пределах одной части речи: Her life was full of **heights and depths**. *Жизнь ее была полна взлетами и падениями.* 3. Перифрастические связи, т.е. строящиеся на перифразе. Суть этого приема заключается в том, что вместо названия предмета или понятия переводчик использует свободное словосочетание, с помощью которого он описывает или характеризует этот предмет. Более того, приемлемая и обратная связь, вместо описательного оборота в процессе перевода дается название предмета: **the author of Hamlet Шекспир; His huge leather chairs were kind to the femurs**. *Его большие кожаные кресла были такими комфортными.*

б) **Приему целостного преобразования** подлежат как отдельные слова, так и предложение в целом. Причем преобразование происходит не по элементам, а целостно. Ни один из элементов (т. е. слов) этого преобразуемого комплекса, взятый в отдельности, не связан семантически с новой формой выражения — т. е. преобразование осуществляется более глубоко и более кардинально. Этот приём широко применяется при переводе фразеологии, которая отражает специфику английского живого разговорного языка: **Good riddance!** *скатертью дорожка!;* **help yourself please** *угощайтесь;* **Well done!** *Браво! Молодец*

7) **Антонимический перевод** – сущность данного приема состоит в том, что переводчик одно понятия, которое используется в подлиннике, заменяет противоположным

ему понятием. Происходит лексическая замена единицы исходного языка его антонимом в языке перевода: **When you cross the street remember to look at the traffic light.** *Когда пересекаешь улицу, не забудь посмотреть на светофор.*

8) **Компенсация** – данная разновидность лексической трансформации применяется тогда, когда какое-либо языковое явление не может быть передано само по себе в ПЯ. Если та или иная языковая единица подлинника осталась непереуведенной адекватно, переводчик компенсирует эту потерю путем передачи той же информации каким-либо другим средством, и располагаться эта информация в переводимом тексте может быть в другом месте, не как в подлиннике: **“Why don’t you paint a good gripping picture?” she asked. “Me?” exclaimed Mr. Jon Braun.** – *А почему бы вам не нарисовать картину, такую, чтобы дух захватывала? – Чего? – воскликнул мистер Браун.*

Рассмотрим лексические трансформации, которые были использованы переводчиками, Е.И. Гаевой и Р.Рубиновой, при переводе. В качестве основного источника мы использовали оригинальный текст детского произведения Ф. Бернетт “The Secret Garden”.

1. Her father **had held a position** under the English Government and had always been busy and ill himself, and her mother **had been a great beauty** who cared only to go to parties and amuse herself with gay people [3].

Отец ее состоял на службе у английского правительства, всегда бывал очень занят и тоже часто хворал, а мать ее была красавица, которая любила только бывать в гостях и веселиться в кругу веселых людей [4]. (Перевод Р. Рубиновой)

Ее отец был чиновником колониальной администрации, вечно занятый и тоже больной, а мать, которая славилась красотой, интересовалась только развлечениями и любила окружать себя веселыми молодыми людьми [5]. (Перевод Е. И. Гаевой)

В первом примере мы видим применение приема конкретизации. Английский глагол **to have (had)** имеет абстрактное значение и на русский язык переводится путем конкретизации: **had held a position** был чиновником колониальной администрации, а также при переводе конструкции **mother had been a great beauty** переводчик Е. И. Гаева использует конкретизацию. В данном случае глагол **had** славилась. Однако Р. Рубинова применила прямой перевод данных выражений.

2. She had not wanted **a little girl** at all, and when Mary was born she handed her over to the care of an **Ayah**, who was made to understand that if she wished to please **the Mem Sahib** she must keep the child out of sight as much as possible [3].

Ей вовсе не нужен был ребенок, и, когда родилась Мэри, она поручила уход за нею туземной служанке, или айэ, которой дали понять, что если она желает угодить мем-саиб [Так зовут в Индии белых женщин], то ребенок не должен попадаться ей на глаза [4]. (Перевод Р. Рубиновой)

Ее вообще не интересовала маленькая девочка – когда Мэри родилась, малышку отдали няне по имени Айя, которая поняла, что если хочет доставить удовольствие белой госпоже, то должна держать ребенка подальше от нее [5]. (Перевод Е. И. Гаевой)

В этом примере мы обнаруживаем сразу три трансформации: 1) Генерализация применяется переводчиком Рубиновой, здесь выполняется замена единицы исходного языка единицей языка перевода с более широким значением: **a little girl** – ребенок, а Гаева дает прямой перевод данного словосочетания *маленькая девочка*. 2) Добавление: *she handed her over to the care of an Ayah* – она поручила уход за нею туземной служанке, или айэ. Переводчик уточняет, что с индийского языка айэ – няня или служанка из местных жителей. Также прием добавления применяется при переводе *the Mem Sahib* – Мем Саиб [Так зовут в Индии белых женщин]. Благодаря этому приему переводчик Рубинова развернула выражение мысли и облегчила восприятие текста. 3) Опускание: переводчики опускают словосочетание **as much as possible**, потому что оно не несет смысловой нагрузки и является избыточным.

3. She had never seen a room at all **like it and thought it** curious and gloomy. The walls were covered with **tapestry** with a **forest scene** embroidered on it [3].

Она никогда не видела такой комнаты, которая показалась ей очень странной и мрачной. Стены были покрыты тканью обоями, на которых был вышит лесной вид [4]. (Перевод Р. Рубиновой)

Она еще никогда не видела таких странных и унылых комнат. Стены были покрыты тканью, на которой были вышиты сцены охоты (Перевод Е.И. Гаевой) [5].

В переводе Гаевой ярко выражена лексическая трансформация, как опущение: **like it and thought it** – данное выражение не несет смысловой нагрузки и является избыточным. Гаева при переводе словосочетания **forest scene** сцены охоты, и Рубинова термина **tapestry** тканые обои используют конкретизацию для уточнения и придания эффективности подлинника.

4. Martha **sat up on her heels**, with her blacking brush in **her** hand, and laughed, without seeming **the least out of temper** [3].

Марта присела на корточки, держа в руках щетку, и рассмеялась без всякого признака гнева [4]. (Перевод Р. Рубиновой)

Марта присела на корточки с каминной щеткой в руке и добродушно рассмеялась [5]. (Перевод Е. И. Гаевой)

Set up on her heels – в этом случае переводчики используют прием смыслового развития, при дословном переводе *присела на ее пятки*, естественно такое выражение не подходит по стилистическим соображениям, поэтому они переводят *присела на корточки*, при этом опустив притяжательное местоимение **her** ее, которое является избыточным в русском переводе. Фраза **without seeming the least out of temper** переводится Гаевой на русский язык путем антонимического перевода *добродушно рассмеялась*.

5. Colonel McGrew said he nearly **jumped out of his skin** when he opened the door and found her standing by herself in the middle of the room [3].

Полковник Мак–Грю говорил мне, что был поражен, когда отворил дверь и увидел ее совершенно одну посреди комнаты [4]. (Перевод Р. Рубиновой)

Полковник МакГроу говорил мне, что совершенно ошолбенел, когда открыл дверь и увидел девочку, стоящую посреди комнаты [5]. (Перевод Е.И. Гаевой)

Данный пример иллюстрирует использование следующего приема: целостное преобразование, которое необходимо при переводе следующей идиомы **jumped out of his skin**, поскольку дословный перевод не соответствует нормам русского языка – *выпрыгнул из кожи*. С помощью этого приема переводчики осуществили глубокое и кардинальное изменение: *был поражен; ошолбенел*. На примере указанных вариантов перевода мы видим, что, несмотря на то, что эти пары не имеют ни общей внутренней формы, ни схожих семантических компонентов, они вполне согласовано передают общее смысловое содержание.

Таким образом, можно сделать следующие выводы. Благодаря примерам из произведения Ф. Бернетт “The secret garden”, мы установили, что при переводе данного произведения переводчики, Р. Рубинова и Е.И. Гаева, использовали различные лексические трансформации для получения адекватного перевода. Сравнив их переводы, мы пришли к следующим результатам: прием конкретизации использовался переводчиками больше всего, это объясняется тем, что русская лексика, по сравнению с английской, обладает большей конкретностью. Также ими в равной степени применялись приемы целостного преобразования и смыслового развития, это связано с тем, что оригинал произведения полон терминологией, присущей только иностранной культуре, поэтому переводчикам приходилось отыскивать эквиваленты, присущие русскому языку, другими словами, адаптировать текст под принимающую культуру. В своем переводе переводчик Рубинова использовала прием добавления чаще, чем Гаева, которая, в свою очередь, использовала больше прием опущения. Приемы генерализации и антонимического перевода употреблялись меньше. Более того, прием компенсации во время нашего исследования не

был выявлен. Использование разных лексических трансформации при переводе одного и того же произведения обуславливается тем, что каждый из нас обладает своей неповторимой индивидуальностью и именно благодаря этому невозможно создать два абсолютно одинаковых варианта перевода одного и того же художественного произведения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М.: «Международ. отношения», 1975. 240 с.
2. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. М.: Международные отношения, 1974. 216 с.
3. Page by Page books. URL: http://www.pagebypagebooks.com/Frances_Hodgson_Burnett/The_Secret_Garden/index.html
4. Бёрнетт Фрэнсис Элиза. Таинственный сад URL: http://az.lib.ru/b/bernett_f_e/text_1911_the_secret_garden.shtml
5. Fiction Book. ru. – URL: http://fictionbook.ru/author/fryensis_bernnett/tainstvennyiyi_sad/read_online.html?page=2

ЭКСПРЕССИВНЫЙ СТИЛЬ В РОМАНЕ СЬЮ ТАУНСЕНД «ТАЙНЫЙ ДНЕВНИК АДРИАНА МОУЛА»

*Комлева Е. С.
Абросимова Н. А.*

Статья посвящена рассмотрению феномена существования экспрессивного стиля в литературе, изучению его разновидностей. В статье предложены примеры использования экспрессивного стиля в литературном произведении и деление этих примеров на подвиды.

Ключевые слова: экспрессивный стиль, сленг, лексика, возвышенный стиль, нейтральный стиль, сниженный стиль

The article describes the phenomena of expressive style in literature, studies its peculiarities. The article offers examples of usage of expressive style in a book and divides such examples into categories.

Key words: expressive style, slang, lexis, elevated style, neutral style, deflate style

В современной литературе экспрессивный стиль является частым явлением и встречается практически в каждом литературном произведении, по крайней мере, в том, в котором присутствуют диалоги. Экспрессивный стиль подразделяется на три вида, среди которых чаще всего выделяют возвышенный, нейтральный и сниженный стили речи, каждый из которых является таковым за счет использования определенной лексики. Экспрессивный стиль еще недостаточно изучен, в лингвистике нет определенной классификации его подвидов, но, тем не менее, его ни в коем случае нельзя упускать из внимания, ведь именно он передает большинство эмоций на письме. В данной статье мы остановимся на особенностях, видах и примерах использования данного стиля.

Целью данной статьи является изучение особенностей использования экспрессивного стиля в романе британской писательницы Сьюзан Таунсенд «Тайный дневник Адриана Моула». Также перед нами стояла задача рассмотреть различные примеры экспрессивной лексики, использованной в романе.

Актуальность нашего исследования обусловлена недостаточной изученностью проблемы стиля на сегодняшний день, а в особенности изученности экспрессивного стиля речи. Если функциональные стили рассматривали многие лингвисты, то экспрессивным пока не было уделено должного внимания.

В современной науке наравне с несколькими функциональными стилями речи также выделяют стили экспрессивные. Разные авторы подходят к этой категории со своими трактовками и выделяют различные пласты в делении между экспрессивными стилями языка. Одним из первых подобные категории выявил М.В. Ломоносов, в своей «теории о трех стилях». Ломоносов использовал эту теорию для построения стилистической системы русского языка и выделил следующие «штиль»: высокий (торжественный, величавый), средний и низкий [3, с. 589–590]. Лингвисты Т. М. Беляева и В.А. Хомяков считают, что «экспрессивный стиль выделяется на основе определенных эмоционально-ситуативных критериев и определяется как традиционная совокупность языковых средств для экспрессивного уровня общения – нейтральный стиль, сниженный стиль» [1, с. 13]. Советский и российский языковед И.Б. Голуб выделяла следующие виды экспрессивного стиля речи: «торжественный (высокий, риторический), официальный, фамильярный (сниженный), а также интимно-ласковый, шутливый (иронический), насмешливый (сатирический). Этим стилям противопоставлен нейтральный, то есть лишенный экспрессии стиль» [2, с. 15]. Лингвист и филолог Р.Г. Пиотровский кроме среднего стиля (литературно-повествовательного и литературно-разговорного) и низкого просторечного стиля, также выделял высокий стиль, который включает в себя как торжественно поэтический, так и научный [4, с. 92].

Подобная теория стилистических дифференциаций активно используется в отечественной лексикографии, и соответственно ей принято выделять три экспрессивных стиля: высокий, нейтральный и сниженный. Обычно выделяют три основных пласта английского вокабуляра: нейтральная лексика или общепризнанная литературная лексика (характерная для нейтрального стиля), специальная литературно-книжная лексика с поэтизмами, терминами, архаизмами и неологизмами (характерная для высокого стиля) и нелитературная лексика с просторечием, вульгаризмами и диалектизмами (характерная для сниженного стиля) [1, с. 13]. В литературе используются все три пласта вокабуляра и в зависимости от жанровой специфики и собственного стиля автора, мы можем наблюдать смешение всех трех экспрессивных стилей в одном произведении.

За основу исследования нами был взят роман Сью Таунсенд «Тайный дневник Адриана Моула», так как он является ярким примером использования экспрессивного стиля. Этот британский, юмористический роман, направлен в первую очередь, на детскую аудиторию, но не менее интересен и для взрослых людей. Особенностью стиля автора является как раз смешение нескольких экспрессивных стилей в повествовании. Основная часть романа написана нейтральным стилем, но тот факт, что главный герой романа является подростком, который чаще всего общается со сверстниками или родителями, потому позволяет наблюдать примеры сниженной лексики в определенных эмоциональных ситуациях. Также определенные особенности персонажа, а именно то, что он определяет самого себя как «интеллектуала», позволили автору использовать также и примеры возвышенной лексики в романе. Смешение нескольких экспрессивных стилей является одним из основных приемов, использованных автором, для достижения комического эффекта. Но все же в первую очередь, нас интересовали примеры использования сниженной лексики и ситуации, в которых она употреблялась.

В концепции Беляевой и Хомякова [1, с. 15] «низкие» коллоквиализмы, сленгизмы и вульгаризмы являются лингвистическими средствами, которые принадлежат сниженному стилю речи, и, в общем, называются экспрессивными просторечиями. По их мнению, просторечие, которое является представителем сниженной лексики, ничем не отличается от других компонентов языка и является нормой. «Просторечие – это языковая среда, или вариант обиходно-разговорного языка, реально функционирующий и противопоставленный

другим вариантам [1, с. 17]. Крайне необходимо также различать экспрессивные просторечия и социально-профессиональные просторечия, даже, несмотря на тот факт, что в разговорной речи они чаще всего сосуществуют [1, с. 18]. Устная, в каком-то роде даже фамильярная речь являются наиболее благополучной средой для использования просторечий.

Экспрессивное просторечие выражает собой разные оттенки лексики, «от шутливо-иронической экспрессии повседневного общения до уничижительной экспрессии и резкой отрицательности оценки» [1, с. 18]. Но при этом, в большинстве своем, эта лексика общепринята и используется повсеместно. Подобные лексические средства часто обладают уничижительной коннотацией и общей отрицательной экспрессией. Как уже упоминалось ранее, главный герой часто пользуется в своей речи сниженной лексикой. Подобная лексика варьируется от сленга, до откровенных ругательств. Некоторые примеры сниженной лексики, в зависимости от контекста, могут приобретать разные значения, литературные и нелитературные. Одним из самых часто употребляемых стало слово «**bugger**», которое является типичным представителем английского сленга, а в Великобритании обладает довольно негативной коннотацией. Сочетание «**bugger off**» представляет собой очень грубый вариант «иди отсюда», а само слово в качестве существительного часто используется для оскорбления и может означать «никчемный человек». Также данное слово может использоваться в качестве отрицательного восклицания, как реакция на неприятную ситуацию. Таким образом, одно лишь слово может быть использовано как в литературном значении, так и в откровенно нелитературном, и примеры данного употребления мы можем наблюдать в романе:

- *Mr O 'Leary tried to help my father, he kept shouting 'Give the smarmy bugger one for me, George' [7, с. 175] – здесь слово «bugger» является оскорблением, самый мягкий перевод которого был бы «мерзопакостный человек». В переводе Полецкой эта фраза звучит как: *Врежь этому вонючему козлу за меня, Джордж!* [5, с. 77].*

- *I said that Rick Lemon, the youth leader, thinks divorce is society's fault. My mother said, 'Bugger society' [7, с. 151] – в данном примере слово «bugger» употреблено в более литературном ключе, в качестве досадного восклицания, которое произносит мама главного героя. *Я ответил, что Рик Лемон, молодежный лидер, считает, что в разводах виноват общественный строй. – Отвяжись ты со своим строем, – буркнула мама* [5, с. 68].*

- *I pointed out that the lads are alienated by a cruel, uncaring society, but my father said, 'Bugger off home, Adrian' [7, с. 595] – в данном случае «bugger off» представляет собой грубый вариант «иди отсюда», но учитывая контекст ситуации, а именно то, что фразу произнес отец в адрес сына, фраза звучит мягче, и без ругательного подтекста. В переводе Полецкой фраза была переведена как: *Вали домой, Адриан* [5, с. 275].*

Для перевода различных вариаций слова мы воспользовались электронным словарем Мультитран [6].

В данной таблице представлены найденные нами примеры использования экспрессивной лексики вместе с официальным переводом, выполненным Еленой Полецкой для издания Фантом Пресс в 2001 году:

	Пример на английском	Перевод
Нейтральный стиль	Nobody took any notice of him so he sat down again [7, с 39].	Никто не обратил на него внимания, и он снова присел [5].
	I let the dog sleep in my room tonight it doesn't like quarreling [7, с. 108].	Я позволил псу спать в моей комнате, так как он не выносит ссор [5].
Возвышенный	It was tantamount to	Это сродни (в данном

стиль	treason and that when the culprit was found they would immediately be expelled [7, с. 581].	случае при переводе использовали сниженную лексику) государственной измене и что, когда преступника найдут, он будет незамедлительно исключен [5].
	So my little sojourn in Sheffield is drawing to a dose [7, с. 224].	Мой сыновний визит (в переводе использован нейтральный вариант) в Шеффилд подходит в конце [5].
Сниженный стиль	Pandora says she will duff Nigel up [7, с. 48].	Пандора говорит, что уроет Найджела [5].
	My mother reads anything, she is prostituting her literacy [7, с. 583].	Маме же вообще все равно, что читать; она протитутуирует свою грамотность [5].

Подобное деление на стили передает различные стороны разговорного общения, присущие подростку и его окружению, а также добавляет комического в ситуации. Например, употребление возвышенного стиля является неожиданным в книге, которая практически полностью написана нейтральным и сниженным стилем. Использование сниженного стиля чаще всего передает негативную коннотацию и в большинстве случаев реализуется с помощью использования ругательной лексики или вульгаризмов, что также добавляет юмористическую нотку, за счет передачи негативной эмоции. Автор умело пользовалась всеми тремя пластами английского вокабуляра, чтобы создать данный образец юмористического романа для любого возраста.

Нами было рассмотрено около 200 примеров использования экспрессивного стиля автором. Из них абсолютное большинство, а именно 95 являлись элементами сниженной лексики, используемой в разговорной речи героев, которые включают в себя как просторечия, так и вульгаризмы. Около 20 примеров включали в себя образцы возвышенной, поэтической лексики, а остальные представляли собой нейтральный стиль.

В заключение, хотелось бы отметить, что проблема экспрессивного стиля еще недостаточно изучена, в лингвистике нет устоявшейся категоризации подтипов данного стиля, что означает необходимость более глубокого и детального изучения данной темы. Роман Сюзан Таунсенд представляет собой образец использования экспрессивного стиля и предлагает как лингвистам, так и простым читателям достаточно примеров его использования. В нашей работе мы смогли рассмотреть наличие примеров использования каждого из трех пластов английского вокабуляра в тексте, а также рассмотреть вариации одного слова, позволяющие относить его как к литературной, так и нелитературной речи в зависимости от контекста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Беляева Т.М., Хомяков В.А. Нестандартная лексика английского языка. Л.: Изд-во ЛГУ, 1985. 135 с.
2. Голуб И.Б. Русский язык и культура речи М.: Логос, 2010. 432 с.
3. Ломоносов М. В. Предисловие о пользе книг церковных в российском языке // Ломоносов М. В. Полн. собр. соч. Т. 7. М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1952. С. 589–590.
4. Пиотровский Р.Г. Сосуществующие фонетические системы и стилистические корреляции в молдавском языке В кн.: Проблемы структурной лингвистики. 1962, №1. С. 92–99.

5. Таунсенд С. Тайный дневник Адриана Моула, Пер. с англ. Елены Полецкой. М.: Фантом Пресс, 2013. 288 с.
6. Multitran online Dictionary. URL: <http://www.multitran.ru/> (дата обращения 15.04.2017)
7. Townsend S. The Secret diary of Adrian Mole aged 13¾ L.: Methuen Publishing, 1982. 613 p.

ПЕРЕВОД АНГЛИЙСКОГО СЛЕНГА В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ НА ПРИМЕРЕ ПРОИЗВЕДЕНИЯ М. ТВЕНА «ПРИКЛЮЧЕНИЯ ТОМА СОЙЕРА»

*Морозова К. С.
Кузьмина О. Д.*

Данная статья посвящена изучению основных способов перевода сленга, используемого в художественной литературе, с английского языка на русский на материале оригинального и переводного произведения Марка Твена «Приключения Тома Сойера». Исследование показало, что наиболее часто при переводе сленга используются такие приемы, как конкретизация, генерализация, эквивалентная лексическая замена, опущение и дополнение.

Ключевые слова: сленг; язык; перевод; переводческие трансформации.

The article presents the study of the main techniques used to translate slang words and phrases in fiction, namely in the Mark Twain's novel "The Adventures of Tom Sawyer", from English into Russian. The study revealed that the most often used translation techniques are specification, generalization, equivalent substitution, omission and addition.

Key words: slang; language; translation; translation techniques.

Сленг довольно часто встречается в произведениях художественной литературы, поскольку для данного стиля речи характерна эмоциональность и экспрессивность. Основными функциями, которые сленг выполняет в художественном произведении, являются: передача характерных особенностей диалога, описание конкретной социальной среды, речевая характеристика героя, придание комического оттенка ситуации или произведению в целом.

Проблемы, касающиеся перевода английского сленга в художественных произведениях, неоднократно рассматривались в работах В.А. Хомякова, Т.М. Беляевой, Э. Парtridge, С.Б. Флексенера и других ученых.

Лингвисты предлагают множество определений сленга. Необычное определение сленга дается в предисловии к словарю, составленному С.Б. Флексенером и Г. Уэнтвортом. Ученые полагают, что американский сленг представляет собой те слова и выражения, которые используются сравнительно большей частью широких слоев американского народа, или которые понятны ему, но, по мнению большинства, не подходят для «хорошего», официального употребления их в речи [10, с.15].

Отечественный лингвист А.И. Смирницкий считает, что сленг – это разговорный или фамильярный стиль речи в конкретной социальной сфере [4, с.201]. И.В. Арнольд определяет сленг как разговорные слова и выражения с шуточным или грубоватым эмоциональным оттенком [1].

Материалом данного исследования послужил оригинал произведения Марка Твена «Приключения Тома Сойера» и его перевод на русский язык, выполненный Н.Л. Дарузес. Сленг в данном произведении является одной из характерных черт речи главных героев. Анализ способов перевода англоязычного сленга в романе показал, что при переводе данного

произведения Н.Л. Дарузес использует различные приемы, среди которых можно выделить следующие:

Конкретизация – способ перевода, при котором слово или словосочетание языка оригинала с более широким смыслом заменяется словом или словосочетанием переводимого языка с более узким значением [2].

“You’re a liar!” “You’re another.” – «Врешь!» – «Сам врешь!»

Выражение **you’re another** обычно переводится на русский язык, как **сам такой** или **от такого слышу**. В данном примере мы можем наблюдать конкретизацию так, как при переводе идет указание на конкретное действие, т.е. словосочетание с более широким значением было заменено словосочетанием с более узким значением.

“Holler ‘nuff!” said he. – «Проси пощады!» – сказал он.

Слово **to holler**, которое обычно переводится **кричать** или **орать**, переведено на русский язык словом с более узким значением – **просить**.

Генерализация – способ перевода, при котором слово или словосочетание языка оригинала с более узким значением заменяется словом или словосочетанием переводимого языка с более широким значением.

“Siddy, I’ll lick you for that.” – «Я это тебе припомню, Сидди!»

Словосочетание **to lick somebody** переводится на русский язык, как **побить** или **поколотить**. В данном примере Н.Л. Дарузес применила прием генерализации, заменив сленгизм стилистически нейтральным словом с более широким значением.

“Say – if you give me much more of your sass I’ll take and bounce a rock off’n your head.” – «Поговори еще у меня, я тебе голову кирпичом проломлю!»

В данном примере при переводе был также применен способ генерализации. Сленгизм **sass**, имеющий такой эквивалент в русском языке, как **наглость** или **дерзость**, был передан на русский язык как **поговори еще у меня**.

“I dare you to knock it off – and anybody that’ll take a dare will suck eggs.” – «Попробуй сбей – тогда узнаешь».

Сленгизм **to suck eggs** эквивалентен словосочетанию **остаться в дураках** в русском языке. В данном случае переводчиком была использована генерализация.

Опущение – способ перевода, при котором лексически и семантически избыточные слова и словосочетания подвергаются извлечению из текста.

“By jingo! for two cents I will do it.” – «Давай два цента, отлуплю». В данном примере сленгизм **by jingo**, имеющий эквивалент в русском языке **ей-Богу**, при переводе не был отражен.

“Talk about trying to cure warts with spunk-water such a blame fool way as that!” – «Ага! Ну какой же дурак сводит так бородавки!»

Словосочетание **a blame fool** переводится на русский язык как **проклятый дурак**. **Blame** как прилагательное означает **проклятый**. В данном примере переводчиком было опущено слово **проклятый**.

“Good, – that’s a whack. What’s your name?” – «Хорошо. Как вас зовут?»

Выражение **that’s a whack** (**согласен, договорились**) при переводе было опущено.

Добавление – способ перевода, при котором происходит расширение текста оригинала, связанное с необходимостью полноты передачи его содержания.

“Hi-yi! You’re up a stump, ain’t you!” – «Ага, попался, взяли на причал».

Выражение **You’re up a stump** обычно переводится как **попасться, вляпаться**. Н.Л. Дарузес перевела данный сленгизм его эквивалентом в русском языке и при переводе также добавила выражение **взяли на причал**, которого нет в тексте оригинала.

Описательный перевод – способ перевода, при котором замена слова или словосочетания применяется для разъяснения неизвестных читателю перевода слов и понятий, которые нуждаются во внутреннем объяснении.

“I’ll give you a white alley!” – «Я тебе подарю белый с мраморными жилками!»

В этом случае переводчиком был применен описательный перевод словосочетания **white alley**. А white alley – большой белый мраморный шарик для игр.

Компенсация – способ перевода, при котором слова и словосочетания языка оригинала по той или иной причине не имеют эквивалентов в переводимом языке и не могут быть переведены его средствами; в таких случаях, чтобы компенсировать семантическую потерю, вызванную тем, что та или иная единица языка оригинала осталась непереуведенной или неполностью переведенной, переводчик передает ту же самую информацию каким-либо другим языковым средством, причем необязательно в том же самом месте текста, что и в оригинале.

“So he went away; but he said he “lowed” to “lay” for that boy.” – «И он убрался, предупредив, чтоб ее сынок больше не попадался ему».

Выражение **he went away** не имеет какой-либо стилистической сниженности, но в целях компенсации ранее непереуведенных сленгизмов, переводчик отражает стилистически нейтральное словосочетание в языке оригинала с помощью сленгизма в переводимом языке – **он убрался**. Такую же ситуацию, мы можем наблюдать в следующем примере:

“All right, go ahead; start him up» – «Ладно, **валяй**; выпускай клеща».

Антонимический перевод – способ перевода, при котором происходит трансформация утвердительной конструкции в отрицательную или наоборот, сопровождается заменой одного из слов переводимого предложения языка оригинала на его антоним в переводимом языке.

“Anybody that’ll take a dare will steal sheep” – «Попробуй только, не обрадуешься».

Как мы видим, английская утвердительная конструкция передается русской отрицательной, а сленгизм **to steal sheep**, в значении **жалеть о чем-либо**, заменяется его русским синонимом **не обрадуешься**. Такая двойная «замена знака» дает в итоге то же самое значение предложения в целом.

“Take a turn round that stump with the bight of it!” – «Ну, где же у вас канат, чего копаешься?»

В данном случае происходит замена выражения **to take a turn round that stump**, означающим **пошевеливаться**, его антонимом **копаться**.

Эквивалентная лексическая замена – способ перевода, при котором происходит замена слов или словосочетаний языка оригинала эквивалентными лексическими единицами переводимого языка.

“He’s full of the Old Scratch, but laws-a-me! He’s my own dead sister’s boy, poor thing, and I ain’t got the heart to lash him, somehow”.

«Он суций чертенок, я знаю, но ведь он, бедняжка, сын моей покойной сестры, у меня как-то духу не хватает наказывать его».

Сленгизм **old scratch**, имеющий значение **дьявол**, переведен на русский язык, как **чертенок**.

By the time Ben was fagged out, Tom had traded the next chance to Billy Fisher for a kite, in good repair; and when he played out, Johnny Miller bought in for a dead rat and a string to swing it with – and so on, and so on, hour after hour.

Когда Бен выдохся, Том продал следующую очередь Билли Фишеру за подержанного бумажного змея, а когда тот устал белить, Джонни Миллер купил очередь за дохлую крысу с веревочкой, чтобы удобней было вертеть, и т. д., и т. д., час за часом.

Глагол **to fag out**, в значении **выматываться, утомляться**, переведен словом **выдохся**, и перевод является вполне адекватным и отражает его сущность.

Эквивалентные лексические замены можно наблюдать и в следующих примерах:

“Rubbage! I don’t believe it!”

– «Пустяки! Не верю!»

“Scat! you devil!”

«Брысь, проклятая!»

Таким образом, при переводе сленга в романе Марка Твена «Приключения Тома Сойера» чаще всего используются такие переводческие трансформации, как конкретизация, генерализация, опущение, дополнение, компенсация, а также эквивалентная лексическая замена. Кроме того, переводчик прибегает к описательному и антонимическому переводу.

Безусловно, сленг является сложным для перевода, поскольку обладает многогранностью и размытостью границ между его составляющими. Следует отметить, что при переводе сленгизмов в художественной литературе переводчику необходимо учитывать возрастные, социальные и индивидуальные характеристики героев и особенности языка автора. Задача переводчика усложняется тем, что ему требуется найти такие выразительные средства, которые семантически и стилистически соответствуют оригиналу и наиболее точно передают его содержание.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арнольд И.В. Лексикология современного английского языка: Учебное пособие. 2-е изд. М.: Флинта: Наука, 2012. 376 с.
2. Бархударов Л.С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода. 4-е изд. М., 2013. 240 с.
3. Беляева Т.М. Нестандартная лексика английского языка. 2-е изд. М.: Либроком, 2010. 136 с.
4. Смирницкий А.И. Лексикология английского языка. М.: МГУ, 1998. 260 с.
5. Твен М. Приключения Тома Сойера: роман / перевод с английского Н.Л. Дарузес. М.: АСТ, 2013. 318 с.
6. Хомяков В.А. Три лекции о сленге: Пособие для студентов педагогических институтов. Вологда. 1970. 62 с.
7. Partridge E. Slang today and yesterday. London, 1970. 476 p.
8. The Oxford dictionary of modern slang. Oxford: Oxford University Press, 2008. 299 p.
9. Twain M. The adventures of Tom Sawyer. Oxford: Oxford University Press Inc., 2008. 207 p.
10. Wentworth H., Flexner S.B. Dictionary of American Slang. 2nd supplemented edition. New York, Crowell, 1975. 766 p.

ПРОЯВЛЕНИЕ СТЕРЕОТИПОВ ОБ АНГЛИЧАНАХ В ИХ РЕЧЕВОЙ КОММУНИКАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КНИГИ КАТЕ FOX *WATCHING THE ENGLISH*)

*Халиуллина И. Х.
Поморцева Н. П.*

Данная статья посвящена лингвокультурологическому описанию английского народа на основании стереотипов о нем. Рассмотрены основные автостереотипы англичан, и дана их условная классификация. Изучено проявление некоторых автостереотипов в речевой коммуникации данного народа.

Ключевые слова: лингвокультурология; лингвокультурологический портрет; англичане; стереотип; автостереотип; речевая коммуникация.

The article is devoted to the linguocultural description of the English people based on stereotypes about them. The authors review the main English autostereotypes and give their conventional classification. They study the occurrence of some of the autostereotypes in speech communication of the English.

Key words: linguoculturology; linguocultural portrait; the English; stereotype; autostereotype; speech communication.

Понятия «язык» и «культура» тесно связаны между собой. Именно язык является одним из самых главных средств хранения и трансляции культуры; он развивается в ней и в то же время выражает ее. На основании этого совсем недавно, в 90-х годах XX века, возникла новая наука, синтезирующая знания лингвистики и культурологии – лингвокультурология. В.А. Маслова, один из лингвистов, внесших огромный вклад в развитие этой науки, связывает ее с народами и их особенностями и дает следующее определение: «лингвокультурология – это отрасль лингвистики, возникшая на стыке лингвистики и культурологии и исследующая проявления культуры народа, которые отразились и закрепились в языке» [3, с. 9].

Одним из главных методов, использующихся в рамках этой науки, является лингвокультурологический портрет. Его задача – описать культурную информацию в языковом коде [7, с. 38]. Сам термин «лингвокультурологический портрет» не имеет общепризнанного определения и интерпретируется разными учеными по-разному.

В данной статье мы будем рассматривать проявление культуры определенной нации (англичан) в ее языке и понимать под термином «лингвокультурологический портрет» совокупность культурных особенностей определенного народа, отразившихся в его речевой коммуникации.

Как отмечалось выше, язык – это носитель культуры. В нем в форме фразеологизмов, паремий, метафор и символов закрепляются различные особенности народов: мифологемы, архетипы, эталоны, стереотипы, обычаи, ритуалы и верования [3, с. 112]. Для нашего лингвокультурологического описания англичан обратимся к стереотипам.

Стереотип – это «схематический, стандартизированный образ или представление о социальном явлении или объекте, обычно эмоционально окрашенные и обладающие устойчивостью» [1, 5]. Так, среди важнейших ценностей английской культуры стереотипно выделяют консерватизм, приверженность традициям, прозаическую деловитость, независимость, важность личного пространства, культ частной жизни, трепетное отношение к дому, эмоциональную сдержанность, уравновешенность, терпимость, позитивность, оптимизм и т.д., ценится личность в ее уникальности, индивидуальности и свободолобии [4].

Стереотипы, связанные с особенностями того или иного народа, называются этническими стереотипами. Этнический стереотип – это схематизированный образ своей или чужой этнической общности, отражающее упрощенное знание о психологических особенностях и поведении представителей конкретного народа [2, с. 133]. По определению мы можем выделить два вида этнических стереотипов: стереотипы о своей культуре и стереотипы о чужих культурах. Первый вид называют автостереотипами, второй – гетеростереотипами [6, с. 27]. В данной статье мы будем рассматривать только автостереотипы, т.е. суждения англичан о самих себе.

В 2008 году исследовательская компания www.onepoll.com провела опрос среди 5000 англичан. Им задавался вопрос о том, какие черты они считают «чисто» английскими. В результате этого опроса был составлен список из 50 черт, определяющих англичан как одну нацию. Другими словами, был создан список автостереотипов [9].

Эти стереотипы условно можно разделить на несколько групп:

1. Стереотипы о коммуникативном поведении англичан: разговоры о погоде; следование очереди; вопросы о чьей-либо поездке; чувство неловкости, когда люди говорят о своих эмоциях и т.д.
2. Стереотипы о характере англичан: сдержанность («stiff upper lip»); неумение жаловаться; исключительная вежливость; зависть к богатству и успеху и т.д.
3. Стереотипы об английском юморе: сарказм; ирония; остроумие; умение смеяться над собой и т.д.
4. Стереотипы об отдыхе англичан: просмотр мыльных опер; выпивка; телевизор; стрижка газона и т.д.

5. Стереотипы о привычках англичан в еде: успокаивающая чашка чая при наличии проблем; любовь ко всему жареному; блюда из мяса и овощей.

Рассмотрим проявление нескольких из данных автостереотипов в книге Kate Fox *Watching the English* [8], где описываются различные социальные эксперименты антрополога К. Фокс по выявлению черт английской самобытности.

Первый стереотип – разговоры о погоде. Согласно данному стереотипу считается, что англичане постоянно говорят о своей погоде. Изучив их беседы, К. Фокс приходит к выводу, что эта тема действительно часто встречается в общении англичан между собой. Однако она также замечает, что каждая реплика о погоде делается в определенной ситуации и с определенной целью, а именно с целью начать и поддержать разговор. Англичане – по своей природе скованный народ, и поэтому им необходимы посредники для успешной коммуникации. Например, англичане часто начинают беседу с короткого вопроса: «*Nice day, isn't it?*» / «*Ohh, isn't it cold?*»/ «*Still raining, eh?*» [8, с. 11]. Его собеседник-англичанин отвечает: «*Yes, isn't it?*» / «*Mmm* (сопровождается кивком), *very cold*» или что-то подобное [8, с. 13]. Это общая схема, и она воспроизводится в практически каждом приветствии англичан: такие короткие вопросы о погоде и ответы на них заменяют традиционное, старомодное «*How do you do?*». Поэтому важно всегда начинать ответную реплику со слова «*yes*»: тем самым вы выражаете вежливость и расположенность к беседе.

Если же вы не хотите соглашаться, то вы можете сослаться на личный вкус или же иное восприятие. Например, ответом на вопрос «*Ooh, isn't it cold?*» может быть: «*Yes, but I really rather like this sort of weather – quite invigorating, don't you think?*» / «*Yes, but you know I don't tend to notice the cold much – this feels quite warm to me*» [8, с. 13]. Однако обратите внимание, что даже в этих случаях ответ будет начинаться со слова «*yes*», независимо от того, уместно это или нет. Это говорит нам о том, что для англичан этикет и вежливость намного важнее логики.

Второй стереотип – исключительная вежливость. К. Фокс считает, что лучше всего английскую вежливость показывают три слова: «*please*», «*thank you*» и «*sorry*». Первые два слова составляют правило соблюдения приличий (The Rules of Ps and Qs) и используются, когда совершается какая-либо покупка или предоставляется какая-либо услуга. Проявление данного правила можно наблюдать, например, в пабе. Англичанин всегда прибавит к заказу слово «*please*»: «*A pint of bitter, please*»/ «*Half a lager, please*» [8, с. 37]. Бармен в свою очередь тоже проявит должную вежливость: посчитав стоимость заказа и озвучив его, в конце он скажет «*please*», а получив деньги, поблагодарит. Посетитель же скажет «*thank you*» за напитки и сдачу. Таким образом, во время одного заказа используются как минимум два «*please*» и три «*thank you*». Такая же картина наблюдается и в магазинах, ресторанах, автобусах, такси и т. д., что позволяет нам выделить следующее неписаное правило: каждая просьба должна сопровождаться словом «*please*», а в ответ на выполненную просьбу обязательно должно прозвучать «*thank you*». Такой исключительной вежливостью англичане пытаются завуалировать денежный аспект (одна из самых нелюбимых тем англичан) и классовые различия.

Слово «*sorry*» чаще всего используется в просьбах, вопросах и при случайных телесных контактах. Это обусловлено принципом неприкосновенности частной жизни. Любой вопрос и прикосновение англичане считают вторжением в личную жизнь. Им неприятно, когда этот принцип нарушается, поэтому англичанин извиняется, если:

- побеспокоил кого-то: «*sorry*» – после случайного столкновения (К. Фокс в результате своего эксперимента выявила, что в 80% случаев англичане после столкновения автоматически говорят «*sorry*» [8, с. 56]);
- собирается кого-то побеспокоить: «*sorry*» – перед вопросом, просьбой (например: «*Sorry, but do you know if this train stops at Banbury?*»/ «*Sorry, but you seem to be sitting on my coat*» [8, с. 57]).

Третий стереотип – ирония. Согласно данному стереотипу англичане обладают особой иронией и часто используют ее в своих беседах. В результате своего исследования К.

Фокс приходит к выводу, что английская ирония обусловлена двумя общими правилами: правилом преуменьшения (The Understatement Rule) и правилом самоуничижения (The Self-deprecation Rule).

Первое правило предписывает англичанам не выказывать излишнюю серьезность и эмоциональность. Англичане боятся показаться пафосными, не могут найти середины и впадают в другую крайность – сухость. В результате тяжелую хроническую болезнь они называют **a bit of a nuisance**, пережитое страшное происшествие – **well, not exactly what I would have chosen**, великолепное представление или выдающееся достижение – **not bad**, гадкий поступок – **not very friendly**, захватывающую дух красоту – **quite pretty**, непростительно глупое суждение – **not very clever**, Антарктиду – **rather cold**, Сахару – **a bit too hot for my taste** [8, с. 27] и т.д.

Второе правило предписывает англичанам не хвастаться и быть скромными. Проявление данного правила можно наблюдать, например, в разговорах о ремонте своего дома. Как мы знаем, многие англичане любят делать все своими руками (DIY – do it yourself), однако говорить о том, что вы делаете это хорошо, не принято. Даже будучи большим мастером, англичанин умалит свои достижения и обратит внимание на свои мелкие ошибки: *«I managed to burst three pipes just laying the carpet!»/ «You think that's bad: it took me an hour and three cups of tea to put up a coat-hook board, and then I found I'd hung it upside-down!»/ «We bought an expensive carpet, but I ruined it by cutting it four inches short, so I had to build some bookcases to cover the gap»* [8, с. 47] и т. д. Такие разговоры в основном происходят между мужчинами и имеют соревновательный характер. Каждый из них пытается перещеголять другого в своей некомпетентности, рассказывая о своих «кошмарных» ошибках.

Также правило самоуничижения реализуется в разговорах о материальном состоянии. Англичане не любят говорить о деньгах. Слова «rich» и «wealthy» они произносят с издевкой и терпеть не могут людей, хвастающихся своим богатством. Поэтому если вы состоятельный человек, то ни в коем случае не вздумайте акцентировать на этом внимание. Скорее наоборот, вы должны умалять свои достижения в денежных делах и всячески показывать, что вы стыдитесь своего богатства [8, с. 72].

Проанализировав отобранные автостереотипы англичан, мы можем сказать, что они в большей степени соответствуют результатам исследования, проведенным антропологом К. Фокс в своей книге *Watching the English*. Они лишь не отображают некоторые нюансы и правила, лежащие в их основе. Так, например, разговоры о погоде имеют социальный подтекст, вежливость обусловлена принципом неприкосновенности частной жизни и скрыванием классовых различий, а в основе иронии лежат правила преуменьшения и самоуничижения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Большой энциклопедический словарь. URL: <http://www.vedu.ru/bigencdic/> (дата обращения 05.02.17).
2. Крысько В.Г. Этническая психология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2002. 320 с.
3. Маслова В.А. Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2001. 208 с.
4. Печунов Н.О., Соловьева Е.Г. Специфика англо-японского межкультурного диалога в современном глобальном мире // Terra Linguae: Сб. науч. Ст. Вып. 2. – Казань: Издательство «ТАИ», 2015. С. 23–27.
5. Сабирова Д.П., Морозова Т.В. Экстралингвистические факторы развития английского языка в сфере гендерных различий // Terra Linguae: Сб. науч. Ст. Вып. 2. – Казань: Издательство «ТАИ», 2015. С. 201–205.
6. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология: практикум: Учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2006. 208 с.

7. Угрюмова М.М. Ребенок и детство в сибирских старожильческих говорах (лингвокультурологический портрет) // Вестник Томского государственного университета. 2013. №369. С. 38–40.
8. Fox K. Watching the English. The Hidden Rules of English Behaviour. L.: Hodder and Stoughton, 2004. 157 p.
9. Talking about weather is ‘top British trait’. URL: <http://www.telegraph.co.uk/news/uknews/3410733/Talking-about-weather-is-top-British-trait.html> (дата обращения 30.01.17).

ПЕРЕДАЧА ИМЕН СОБСТВЕННЫХ В РУССКОМ ИНВАРИАНТЕ СКАЗКИ «АЛИСА В СТРАНЕ ЧУДЕС» (ПЕРЕВОДЫ Н. ДЕМУРОВОЙ И В. НАБОКОВА)

*Чупрова Н. С.
Нуртдинова Г. М.*

Статья посвящена способам передачи имен собственных в инвариантах произведения Льюиса Кэрролла «Алиса в стране чудес» на русский язык. Рассмотрены два инварианта перевода сказки. В статье предложены варианты классификации имен собственных, по признакам трудности их передачи на русский язык.

Ключевые слова: имя собственное; трансформация; реалия; эквивалентность; оригинал.

The article describes the translation techniques of proper nouns in the work of Lewis Carroll “Alice’s Adventures in Wonderland” in its Russian versions. The article presents two translations of the novel; and classification of the proper names according to the difficulties in the process of translation.

Key words: proper noun; transformation; realia; equivalence; original.

Любое художественное произведение несет эстетическую нагрузку, именно этот нюанс отличает его от научной статьи или официального документа. К тому же художественное произведение отличается образностью. Под образностью понимается насыщенность текста выразительно-изобразительными языковыми средствами. К таким средствам относят тропы, эпитеты, метафоры, гиперболы, а также имена собственные. Эстетическая функция реализуется в литературном тексте через язык художественного произведения. При переводе таких текстов необходимо передать эстетическую функцию правильно, адекватно. Немаловажное значение при переводе играют имена собственные в художественном произведении. Имена собственные играют глобальную роль в осмыслении идеи произведения [1, с. 124]. В структуре любого художественного произведения они напрямую связаны с содержанием. Поэтому, для глубокого понимания имен собственных и изучается литературная ономастика. Перевод же имен собственных заслуживает отдельного и тщательного внимания. У Кэрролла имена собственные отражают национальное самосознание, за именами собственными таится скрытый смысл, который наводит читателей на те, или иные идеи, касательно героев сказки [8]. Льюис Кэрролл оживил старинные образы английских пословиц и поговорок, автором взяты имена собственные из фольклора. Большинство имен героев уходят корнями глубоко в национальную культуру. Англоговорящий читатель без труда поймет отсылки, сделанные автором, но русскоговорящему читателю произведения будет не просто осмыслить характер героя и его образ в целом. Материалом для настоящего исследования послужили имена собственные, отобранные из произведения Л. Кэрролла «Алиса в стране чудес», а также их варианты перевода таких переводчиков, как Демурова Нина Михайловна и Набоков Владимир Владимирович.

Рассматривая переводы «Алисы», прежде всего, следует выделить два часто встречающихся вида переводческих стратегий (доместикация и форенизация), а именно

русификация, что присуще переводу В. Набокова и сохранение, так называемого, английского стиля, или английского слога, что мы можем наблюдать в работе Н. Демуровой. Как и русификация, так и англизация имеют право на существование. Решение выбрать тот или иной стиль перевода стоит только за переводчиком, также как и выбор передачи имен собственных.

Переводчики часто не сходятся в определении рода того или иного персонажа в произведении. Так, в «Алисе» можно выделить несколько персонажей, при переводе которых наблюдается гендерный сдвиг. Таких имен четыре: **Mouse, Caterpillar, Dormouse, Mock Turtle** в оригинале все эти персонажи мужского рода. Но оба переводчика (Н. Демурова и В. Набоков) передали это имя дословно – «Мышь» [5] женского рода. В оригинале автор использует местоимения мужского рода по отношению к Mouse: *...and she [Alice] looked up eagerly, half hoping that the Mouse had changed his mind, and was coming back to finish his story* [7]. В одной из глав есть эпизод, где Mouse читает лекцию, а, как известно, в викторианскую эпоху, когда было написано произведение, чтение лекций было присуще не женщинам. Caterpillar в оригинале явно представитель мужского пола, мы можем убедиться в этом, когда Алиса обращается к нему **Sir**, а также тот факт, что он курит кальян подтверждает, что в викторианскую эпоху это было дозволено мужчинам. Представить женщину с кальяном в викторианскую эпоху сложно, безусловно, это сразу вызывает недоумение. Еще одним наглядным показателем мужской принадлежности последнего героя, является экранизация сказки, где персонажа Caterpillar играют мужчины. А. Демурова и В. Набоков опять же превратили это имя в женский персонаж – *Гусеницу*. Следующего персонажа Dormouse В. Набоков передал, как и полагается, мужским родом, передав его как *Соня*, но с уточняющим словом рядом – *Зверек* [6]. А Н. Демурова только подчеркнула феминистичность героя, назвав его *Мышь-Соня*. Доказательствами гендерной принадлежности героя служат местоимения мужского рода (hi, his). С именем Mock Turtle история намного интересней и немного затруднительна. В первую очередь, необходимо разъяснить значение фразеологизма mock turtle soup, который известен всем англоговорящим представителям. Фразеологизм означает суп из телячьей головы, напоминающий по вкусу черепаховый. Придумали такой суп в середине 18 века, он стоил дешевле супа из настоящей черепахи, но по вкусу не уступал. Л. Кэрролл сократил данный фразеологизм и превратил его в имя собственное [3]. Переводчикам также следовало обыграть имя. Набоков обыграл имя, как *Черепаха*, изменив гендерную принадлежность. Н. Демурова же сохранила род, дав имя – *Черепаха Квази*, но это породило несогласованность в грамматическом роде.

Одной из проблем художественного перевода была и остается адекватность и верность воспроизведения первоисточника. В подходах перевода стоит выделить две точки зрения: общая и единичная. Точный перевод передает общее, при помощи словарных замен, а вольный перевод считается более адекватным, потому что он также передает характеристики и параметры единичного, осуществляя замены, подстановки, используя переводческие трансформации не на языковом уровне, а на коммуникативном. Все это помогает передать национальную специфику оригинала только через призму своей языковой среды, добиваясь аналогичного воздействия на читателя. Так в произведении Л. Кэрролла мы можем найти персонажа по имени **Hatter**. Читатели оригинального текста воспринимают образ героя с идиомой “as mad as a hatter”, т.е. спятивший, однако В. Набоков не вложил такой же ассоциации для русских читателей и перевел дословно – *Шляпник*. В то время как Н. Демурова передала частично характеристику персонажа через имя *Болванщик*. Другой персонаж March Hare связан с идиомой, которой нет эквивалента в русском языке – “mad as a march hare”. Идиома характеризует зайцев в брачный период, который длится с февраля по сентябрь. Говорится, что в начале периода размножения зайцы демонстрируют неадекватное поведение, прыгая вверх-вниз и нанося удары лапами своим сородичам. Поэтому если дословно перевести имя героя как *Мартовский заяц*, русский читатель не сможет полно понять безумный характер героя, так как *Мартовский заяц* не ассоциируется у русскоговорящего читателя с безумностью и неадекватностью. Наши переводчики передали

March Hare калкой. Герой по имени **Cheshire Cat** попал на страницы сказки, потому что на время написания сказки в Англии ходила поговорка – «Улыбается как чеширский кот». Есть несколько объяснений на счет того, почему же кот улыбается, одна из таких версий это то, что в Чeshire продавали сыры, похожие на головы улыбающегося кота. Для русской публики не будет понятно, по какой причине улыбается кот, поэтому В. Набоков передал это имя как *Масляничный кот*, масляничный потому что «у кота масленица всегда». Н. Демурова передала это имя калкой. Все имена такого рода следует отнести к аллюзивным именам собственным, т.к. их экспрессивность зависит от лексико-фразеологической системы языка оригинала.

В произведении мы находим имена собственные, которые имеют реальные прототипы. Автор оформил их так, что позволило ему немного зашифровать их, но при этом сохранил либо звучание, либо графику реального имени. Так, например, **Duck** – за ним скрыт друг Кэрролла по имени Дакворт. В русском языке необходимо было сохранить гендерный признак героя, но В. Набоков использовал калькирование при переводе, и назвал героя *Уткой* (ж.р). Н. Демуровой же удалось найти способ сохранить гендерный признак, назвав героя – *Робин Гусь* (откуда Робин из имени друга – Робинсон). Такой же принцип – сближение с именем, Н. Демурова использовала и для передачи имен других героев, как: **Eaglet** – *Орленок Эд* (от имени младшей сестры Алисы – Эдит), **Lory** – *Попугайчик Лори* (от Лорины – старшая сестра Алисы) и **Dodo** – *Птица Додо* (имеется в виду сам автор, чья настоящая фамилия была Доджсон), согласно данным автор заикался и произносил свою фамилию, как До-до-джонсон [2]. Существует еще мнение, что Л. Кэрролл, назвав своего персонажа как Додо, в некоторой степени насмехается над собой. И В. Набоков передал их как: Орленок, Лори и Дронт (прямой перевод от Dodo), не проводя никаких параллелей с прототипами.

Рассмотрим еще имена собственные в двух видах перевода – русификации (В. Набоков) и англизация (Н. Демурова). Уже начиная с имени главной героини *Алисы*, мы можем заметить различия в подходах переводчиков, где первый склоняется в сторону русификации, передав Alice, как *Аня*. **William the Conqueror** передан Н. Демуровой, как *Вильгельм Завоеватель*, а В. Набоковым, как *Владимир Мономах*. **Edgar and Atheling** Н. Демурова перевела, как *Эдгар и Этелинг*, а В. Набоков – *Князя Олеговичи*. **Edwin** у В. Набокова превратился в *Мстислав*, у Н. Демуровой так и остался *Эдвином*. **Mabel** – *Ася* у В. Набокова и *Мейбл* у Н. Демуровой. Примеры имен собственных представлены в таблице 1.

Таблица 1. Русификация и англизация.

Оригинал (L. Carroll)	Демурова Н.	Набоков В.
Alice	Алиса	Аня
William the Conqueror	Вильгельм Завоеватель	Владимир Мономах
Edgar and Atheling	Эдгар и Этелинг	Князя Олеговичи
Edwin	Эдвин	Мстислав
Mabel	Мейбл	Ася

Из проделанного анализа мы можем сделать вывод и охарактеризовать две интерпретации сказки Л. Кэрролла «Алиса в стране чудес». В. Набоков перестроил сказку на русский лад и приблизил все идиомы и реалии английского общества к русскому, а точнее заменив их полностью. Мы не отрицаем тот факт, что такой перевод имеет право на существование, так как он помогает русскоязычному читателю ощутить «русскую» Алису (Аню). Н. Демурова же решила показать нашему читателю ту Англию, которую видел Л. Кэрролл и сохранила все английские нотки произведения, сделав необходимые ссылки и комментарии к своему переводу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Виноградов В. С. Введение в переводоведение. М.: Изд-во ИОСО РАО, 2001. 224 с.
2. Демурова Н. М. Льюис Кэрролл. Очерк жизни и творчества. М.: Наука, 1979. 200 с.
3. Демурова Н. М. О переводе сказок Кэрролла. URL: http://www.lib.ru/CARROLL/carrol0_10.txt.
4. Коммисаров В.И. Слово о переводе (очерк лингвистического учения о переводе). М.: Высшая школа, 1983. 296с.
5. Кэрролл Л. Алиса в стране чудес / пер. Н. Демуровой. М.: Наука, 1983. 53 с.
6. Набоков В. В. Аня в стране чудес: повесть-сказка / на англ. и рус. яз. М.: Радуга, 2001. 317 с.
7. Федоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы). СПб. :Филол. Фак. СПбГУ ; М.: ФИЛОЛОГИЯ ТРИ, 2002. 416 с.
8. Юшкова Е. А. Имя собственное в контексте фантастического произведения Текст. / Е.А. Юшкова, Н. В. Лабунец // Language and Literature. 1999. №6. 167 с.
9. Carroll L. Alice in Wonder Land. М.: Прогресс, 1979. 124 с.

ГРАММАТИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ВЫРАЖЕНИЯ КАТЕГОРИИ «ВРЕМЯ» В РОМАНЕ ПАТРИКА ЗЮСКИНДА «ПАРФЮМЕР»

*Шакирова Г. Р.
Рахимбирдиева И. М.*

Категория «время» выражается в разнообразных формах и с помощью различных средств. Данная статья посвящена грамматическим средствам выражения категории «время» в романе Патрика Зюскинда «Парфюмер». Здесь дается подробный анализ понятия «грамматическое время», подкрепленное примерами из книги.

Ключевые слова: категория «время»; грамматическое время; абсолютное время; относительное время; предшествование; непредшествование.

The category “time” is expressed in various forms and by means of various means. This article is devoted to grammatical means of expression of category “time” in Patrik Suskind’s novel “Perfume”. Here it is given the detailed analysis of the concept “tense”, supported with examples from the book .

Key words: category “time”; tense; absolute time; relative time; precedence; unprecedance.

Художественный текст обладает строго-организованной протяженностью времени, которое лингвисты определяют как художественное время. Текстовая категория «время» определяется как категория, «с помощью которой содержание текста соотносится с осью времени: реальной исторической перспективой действительности и ее преломлением» [3, с.536]. Т. е. автор, обладающий возможностью управлять временем, отражает в тексте реальное историческое время, которое в дальнейшем, читатель переосмыслит субъективно. Время объективное называют *диктумным*, а время субъективное – *перцептуальным* [3, с. 537]. Грамматическое время является средством выражения художественного времени, в котором видо-временные формы глагола играют роль «*строительного материала*» в выстраивании художественного времени в произведении [4, с.210]. В данной статье мы попытаемся рассмотреть, при помощи каких грамматических средств создается художественное время в романе Патрика Зюскинда «Парфюмер». Категория «время» имеет 2 типа времени: абсолютную и относительную категорию [2, с.68-69].

К *абсолютной* категории времени относится действие, происходящее в момент речи (die Gegenwart), произошедшее в прошлом (die Vergangenheit) и действие, которое

произойдет в будущем (die Zukunft), выражающие одновременность событий (die Gleichzeitigkeit). К абсолютной категории «время» относятся личные финитные формы глагола в Indikativ (Präsens, Futurum 1, Präterit, Perfekt), а так же формы Konjunktiv и Konditionalis (Präsens, Präterit, Plusquamperfekt), подразделяющиеся на *простые* и *аналитические* [2, с.69-70], или же на *эксплицитные* (Präterit Aktiv, Präsens Aktiv) и *имплицитные* (все остальные формы).

К *простым* временным формам глаголов относятся: Präsens и Präteritum Indikativ, Konjunktiv 1, 2 Aktiv. Основное временное значение формы Präsens Indikativ выражает настоящее актуальное событие в широком смысле слова [1, с.46], вследствие чего спектр частных значений довольно широк, основные из которых можно выделить:

-событие, разворачивающееся в момент речи, например: «*Spricht er vielleicht schon?*» [5, с.13];

-состояние длительности в настоящем времени, например: «*Ich habe die beste Nase von Paris, Maitre Baldini.*» [5, с.91].

В рамках транспозиции времени, различают два вида формы Präsens Indikativ:

1) «*Исторический презенс*» [2, с.71]- указывающий на план прошедшего времени, обычно употребляющийся в художественных произведениях. Например: «*Aber damit ist jetzt Schluss.*» [5, с.10].

2) «*Футуральный презенс*» [2, с.71] – указывающий на план будущего времени. Например: «*...und ich mache Ihnen ein anständiges Parfum daraus.*» [5, с.104].

Говоря о форме Präterit Indikativ, необходимо отметить, что данная форма применяется авторами в художественной литературе, при повествовании для связной передачи прошедших действий, событий. Например: «*Als er zwölf Jahre alt war, gab ihm Grimal den halben Sonntag frei, und mit dreizehn durfte er sogar wochentags am Abend nach der Arbeit eine Stunde lang weggehen und tun, was er wollte.*» [5, с.40-41]. Приведем пример предложения с глаголом в форме Präsens Konjunktiv 1 Aktiv: «*Woher das Blut an ihren Röcken komme?*» [5, с.8]. Приведем пример предложения с глаголом в форме Präteritum Konjunktiv 2 Aktiv: «*Wenn er stürbe?*» [5, с.126].

К *аналитическим* временным формам глаголов относятся: Perfekt, Futurum 1 Indikativ Aktiv/ Präsens, Perfekt, Konjunktiv 1 Aktiv/ Präteritum, Plusquamperfekt Konjunktiv 2 Aktiv/ Konditionalis 1. Perfekt Indikativ Aktiv: «*Der Magistrat hat dein Urteil kassiert.*» [5, с.294]; Futurum 1: «*Böse wird es enden.*» [5, с.72].

Формы конъюнктива в рамках категории «время», были подробно рассмотрены Зеленицким А. Л., утверждающим, что формы Konjunktiv употребляются в абсолютном временном значении, причем выражаясь модальным значением желательности событий – Optativ (Präsens, Präterit, Plusquamperfekt Konjunktiv) или возможности событий – Potenzialis (Präterit, Plusquamperfekt Konjunktiv, Konditionalis 1, Konditionalis 2), отсутствующие в момент речи, где «*маркированное значение прошедшего передается формами плюсквамперфекта конъюнктива и кондиционалиса 2*» [2, с.73]. Немаркированное значение настоящего и будущего времени передают формы Präsens, Präterit Konjunktiv и Konditionalis 1.

Форма Präsens Konjunktiv 1 может употребляться при передаче косвенной речи, в то время как Präsens Konjunktiv 1 Optativ имеет значение торжественного стиля или при пожеланиях. Präsens Konjunktiv 1: «*Was sie mit dem Messer tue?*» [5, с.7]; Präsens Konjunktiv 1 Optativ: «*Gott im Himmel sei Dank!*» [5, с.79].

Форма Präteritum Konjunktiv 2 проявляет себя различно. При передаче семантики Optativ, форма Präteritum выражает непредшествование события моменту речи, а при передаче семантики Potenzialis используется форма Präterital Potenzialis как абсолютный синоним Präteritum, выступающий в самостоятельном предложении. Präteritum Konjunktiv 2 Optativ: «*Hätte er zehntausend Knäufe...*» [5, с.223]; Präteritum Konjunktiv 2 Potenzialis: «*Das wäre nicht sehr angenehm, Baldini!*» [5, с.95].

К имплицитным временным указателям так же следует отнести глаголы, к которым примыкают предлоги, меняющие их значение. Ярким представителем данного типа

выступает возвратный глагол **sich freuen**, где употребление с предлогом **auf** указывает на предстоящее событие, с предлогом **über** на предшествующее или одновременное событие, а с предлогом **an** на одновременное со вторым корневым глаголом событие. Приведем примеры: «*Sie trauerte nicht über die, die ihr starben, und freute sich nicht an denen, die ihr blieben.*» [5, с.24]. «*Streng genommen, so erklärte ihm Baldini – nach dem er seine anfängliche Freude über Grenouilles Wiederauferstehung überwunden hatte.*» [5, с.131]. В данном случае стоит отглагольное существительное, которое так же семантически указывает на темпоральность. Глагол **werden** так же имеет специфичное темпоральное употребление. Как глагол в значении «**становиться**», семантически он указывает на будущее время, выражаясь, однако, в форме простого настоящего времени Präsens. Например: «*...und ich will, dass du mein Sohn wirst, meine Freude, mein Stolz, mein Erbe.*» [5, с.294]. В значении будущего времени, глагол **warden** употребляется в форме будущего времени Futurum 1, 2 со вспомогательными глаголами в форме Infinitiv1, 2. Например: «*Ich werde nackt sein...*» [5, с.231]. Так же, глагол **werden** употребляется при передаче косвенной речи, выражаясь формой Konjunktiv 1 Futurum. Например: «*Er werde unsterblichen Ruhm an Grenouilles Namenheften, ja, er werde – und hier mit schwöre er's bei allen Heiligen – den besten dieser Düfte dem König selbst zu Füßen legen, in einem achatenen Flakon mit ziseliertem Gold und eingravierter Widmung >Von Jean-Baptiste Grenouille, Parfumeur in Paris<.*» [5, с.128].

Относительная категория «время» делится на 2 типа: *согласовательно-относительное* и *собственно-относительное* использование временного значения. В рамках *согласовательно-относительного* использования временного значения используются глаголы в формах действительного залога – Indikativ: Präsens, Futurum1, Präteritum, Perfekt, Plusquamperfekt, во взаимодействии с абсолютной формой. Данные временные формы употребляются в рамках *согласовательно-относительного* использования временного значения для передачи предшествования (**die Vorzeitigkeit**) и непередшествования (**die Nichtvorzeitigkeit**) событий, причем они будут употребляться как в придаточных, так и в не придаточных предложениях, однако характерным расположением предшествования событий является придаточное предложение. Согласовательная система временных форм немецкого языка, согласно Зеленицкому А.Л. выглядит следующим образом: Perfekt Indikativ Aktiv (предшествование); Präsens, Futurum 1 Indikativ Aktiv (непредшествование) / Plusquamperfekt Indikativ Aktiv (предшествование) / Präteritum, Perfekt Indikativ Aktiv (непредшествование) [2, с.80]. Приведем пример: «*Nachdem er auch das zweite Parfum auf Flakons gefüllt hatte, zog er sich nackt und besprengte seine Kleider mit jenem ersten.*» [5, с.184]. В данном примере придаточное предложение содержит временной союз следствия, который сопровождается формой Plusquamperfekt Indikativ Aktiv, где дальнейшее событие разворачивается в форме Präterit Indikativ Aktiv со значением непередшествования в главном предложении.

В рамках *собственно – относительного* использования временного значения используются глаголы в форме сослагательного наклонения Konjunktiv (все формы, кроме форм содержащих Infinitiv 2) и именные глагольные формы: Infinitiv1, Infinitiv2, Partizip1, Partizip2 со значением вида и залога. Собственно-относительное использование форм Konjunktiv заключается в передаче косвенной речи и придаточных предложений ирреального сравнения, выражаемые предшествование (**die Vorzeitigkeit**), непередшествование (**die Nichtvorzeitigkeit**) и следование (**die Nachzeitigkeit**) событий в произведении. Согласно А.Л. Зеленицкому, согласовательная система данного временного значения выглядит следующим образом: Präsens, Präteritum Indikativ Aktiv – Präsens, Perfekt, Futurum1 Konjunktiv1/Plusquamperfekt, Präteritum Konjunktiv2/ Konditionalis1 [2, с.83]. Приведем пример следования событий в форме Konditionalis1 в придаточном предложении и со значением непередшествования в форме Präterit Indikativ Aktiv в главном предложении: «*Ihm war, als ob er zum zweiten Mal geboren würde.*» [5, с.54].

Рассмотрим употребление страдательного залога в немецком языке, где согласования времен будут употребляться как и в действительном залоге. «*Gilt das Talent so gut wie nichts, aber alles die Erfahrung, die durch Bescheldenhheit und Fleiß erworben wird.*» [5, с.93]. В данном

примере было показано согласование, где в главном предложении употреблена форма Präsens Indikativ Aktiv, а в придаточном предложении форма Präsens Indikativ Passiv.

Что же касается форм Infinitiv, следует заметить, что Infinitiv1 передает значение непредшествования событий, в то время как форма Infinitiv2 передает значение предшествования. Приведем пример предшествования событий в форме Infinitiv2 в придаточном предложении, где в главном предложении будет стоять Präterit Indikativ Aktiv в значении непредшествования событий: «*Grimal, der seinerseits überzeugt war, das beste Geschäft seines Lebens gemacht zu haben.*» [5, с.108]. Приведем пример предшествования событий в форме Präterit Indikativ Aktiv в главном предложении и непредшествование в форме Infinitiv1 в придаточном предложении: «*...er war nicht darauf aus, mit seiner Kunst das große Geld zu machen.*» [5, с.133].

Причастие – Partizip1 Indikativ Aktiv передает значение одновременности событий в придаточном предложении, где в главном предложении стоит форма Präterit Indikativ Aktiv: «*Dann sah er ihn, in einem Winkel auf Stroh und einer alten Decke liegend.*» [5, с.257]. В данном примере, в главном предложении наречию «dann» указывает на временную точку событий.

Причастие 2 – Partizip 2 переходного глагола, имеющий значение совершенного вида страдательного залога Passiv, передает предшествование и стоит в придаточном предложении, употребляясь с формой Präterit Indikativ Aktiv в главном предложении: «*Dabei besaß er, objektiv gesehen.*» [5, с.29].

Как мы видим, художественная категория «время» отражается с помощью языковых средств, в том числе и с помощью грамматических. К грамматическим средствам относятся видо-временные формы глагола, которые выражают одновременность событий в рамках абсолютного временного значения с помощью простых аналитических временных форм глаголов. Грамматические средства выражения категории «время» относятся к имплицитному восприятию темпоральности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гулыга Е. В. Грамматико-лексические поля в современном немецком языке / Е.В. Гулыга, Е.И. Шендельс. М.: Просвещение, 1969. 184 с.
2. Зеленицкий А. Л. Теоретический курс немецкого языка как второго иностранного: учеб. пособие. М.: ФЛИНТА: Наука, 2012. 288 с.
3. Матвеева Т. В. Текстовое время, или темпоральность // Стилистический энциклопедический словарь русского языка / под редакцией М.Н. Кожинной. М.: Флинта, Наука. 2003. 540 с.
4. Тураева З. Я. Лингвистика текста. Текст: структура и семантика. Учеб. пособие для студентов пед. ин-тов по спец. № 2103 «Иностр. яз.». М.: Просвещение. 1986. 127 с.
5. Süskind P. Das Parfüm. Die Geschichte eines Mörders. Zürich, 1994. 306 S.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СИНТАКСИЧЕСКИХ КОНСТРУКЦИЙ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ (НА МАТЕРИАЛЕ РОМАНА С. ЧБОСКИ)

*Хасанова А.Г.
Палутина О.Г.*

Статья посвящена особенностям перевода синтаксических конструкций в художественной литературе. В статье приводятся результаты сравнения фрагмента романа С. Чбоски «Хорошо быть тихоней» на английском языке и соответствующего фрагмента в русском переводе с указанием мотивов выбора той или иной трансформации, приведенных также в виде классификации.

Ключевые слова: художественная литература; перевод художественной литературы; синтаксические конструкции; грамматические переводческие трансформации.

The article describes the peculiarities of translation of syntactic constructions in fine literature. The article presents the results of comparison of a fragment of S.Chbosky's "Perks of being of a wallflower" in English with a corresponding fragment translated into Russian. The underlying motives for choosing a certain transformation in a form of classification are also mentioned.

Key words: fine literature; translation of fine literature; syntactic constructions; translation transformations.

Перевод – это особый вид человеческой деятельности. В современном языкознании понятие перевода определяется по-разному. Так, в широком смысле перевод трактуется как средство межъязыковой коммуникации, языковое посредничество, при котором содержание текста на одном языке воспроизводится лексико-семантическими, синтаксическими и звуковыми средствами другого языка, в результате чего появляется информационно и коммуникативно равноценный текст [2]. По мнению Л.С. Бархударова, перевод можно определить как «трансформацию текста на одном языке в текст на другом языке» [1]. Джон К. Катфорд определяет перевод как замену информации в текстовой форме на одном языке эквивалентной текстовой информацией на другом языке [4]. Р. Якобсон рассматривает перевод как «интерпретацию вербальных знаков и сообщений» [9].

Интерес исследователей вызывают критерии оценки качества перевода. Центральными понятиями при оценивании переведенного текста являются эквивалентность, то есть относительная общность исходного и переводного текста при отсутствии их тождества, и адекватность, которую можно определить как соответствие перевода требованиям данного акта коммуникации. Переводной текст должен обладать определенной степенью семантической, синтаксической и прагматической эквивалентности [8]. Применимо это и к переводу художественных текстов, однако художественный перевод имеет свои особенности.

При переводе художественного текста должна быть воспроизведена эстетическая функция [7]. Художественный текст отличается «двойственностью», открытостью к интерпретации, подвигает читателя к рефлексии с помощью уникальных для того или иного автора концептов. Даже при самом качественном переводе может произойти утрата второй функции – коммуникативной. На успешность воспроизведения информационной составляющей и структуры текста могут повлиять как различия в культурах стран двух языков, так и различия в строе самих языков.

Приступая к переводу синтаксических конструкций, переводчик должен учитывать разницу между грамматическим строем русского и английского языков. Можно выделить такие особенности: как выстраивание глагольных форм по синтетическим моделям в русском языке и аналитическим – в английском; относительно свободный и фиксированный порядок слов; неоднократность отрицания и монологичность в русском и английском языке соответственно [6]. Различиями в языковой структуре обуславливается необходимость применения переводческих трансформаций.

В настоящее время в переводоведении описано достаточно большое количество существующих переводческих трансформаций. К достоинствам создания стройной и всеохватывающей классификации их В. Г. Гак причисляет следующие: снабжение переводчика полным инвентарем средств для выполнения перевода; оправдание тех или иных преобразований; объяснение расхождений при переводе [3]. К основным переводческим трансформациям, применяемым при переводе синтаксических конструкций, относят синтаксическое уподобление (дословный перевод); грамматические замены (замены форм, частей речи, членов и типа предложения); членение и объединение предложений; добавления и опущения [5].

Для анализа нами был выбран современный роман для подростков и молодых взрослых «Хорошо быть тихоней» (“The perks of being a wallflower”) американского писателя С. Чбоски. Повествование в романе ведется от лица пятнадцатилетнего подростка и выстроено в виде писем, которые главный герой пишет предположительно своему ровеснику. Речь подростка характеризуется простотой, несложностью конструкций и низкой распространенностью предложений. Одной из главных задач переводчика, кем выступила Е. С. Петрова – доцент кафедры английской филологии СПбГУ, являлось сохранение этих особенностей речи, передача авторской стилистики на уровне синтаксиса.

Проанализировав первые четыре страницы романа и соответствующий фрагмент в русском переводе на предмет трансформаций, мы выявили, что Е. С. Петровой были использованы все перечисленные нами выше грамматические трансформации – всего их насчитывается 130. Их соотношение можно представить следующим образом: 37 синтаксических уподоблений (28%), 47 замен (36%), 18 добавлений (13,8%), 20 опущений (15%), семь случаев объединения (0,05%) и один случай членения предложений (0,007%).

Самым часто используемым видом грамматических трансформаций оказалась замена, из видов замен наиболее часто переводчиком применялась замена элементов предложения. Английское предложение обладает определенной структурой – подчиняется грамматике английского языка и правилам темарематического членения, однако при передаче на русский язык переводчик вынужден поменять местами элементы предложения, чтобы воспроизвести адекватное для русского языка темарематическое членение: *I don't think that there is a favorite kid in our family.* – Я не думаю, что в нашей семье есть «любимчик». Другая причина – желание переводчика выделить тот или иной член предложения, если ему кажется, что это важно для восприятия текста русскоязычным читателем. Второй по распространенности оказалась замена типа предложения. Бессоюзные сложные предложения с придаточным определительным или дополнительным в английском языке, как правило, переводятся на русский сложноподчиненным предложением, что мы и наблюдали при анализе перевода: *But I guess Sean didn't know I could fight.* – Думаю, Шон не знал, что я умею драться. Возможна и противоположная ситуация – замена сложноподчиненного предложения на бессоюзное сложное. Замена простого предложения сложным может потребоваться по причине присутствия в английском предложении инфинитивного оборота: *Aunt Helen told my father not to hit me in front of her ever again.* Тётя сказала отцу, чтобы он больше меня не бил; или же может быть вызвана произведенным переводчиком добавлением: *This one guidance counselor went through the whole group and finally came to me.* Так специалист прошёл всю группу, и, наконец, дошла очередь и до меня. Замена части речи встречалась в выбранном нами фрагменте в виде замены глагола существительным со значением человека, совершающего данное действие (*My brother is a very good fighter* – Мой брат отлично дерётся), а также переноса значения одного члена предложения на слово на другой части речи с общими семами значения. При переводе пассивных конструкций Е.С. Петрова производила замену глагола в страдательном залоге на глагол в действительном залоге с возвратной частицей –ся.

Несмотря на большое различие между английским и русским языками, синтаксическое уподобление оказалось не только возможной, но и второй по частоте использования синтаксической трансформацией. Однако применима она при определенных условиях: низкая распространенность предложений, а также возможность передачи порядка слов, характерного для английского языка, с сохранением адекватного для русского языка темарематического членения. Синтаксическое уподобление возможно как для простых (*And three months later he left Michael's mom* – А спустя три месяца он ушёл от мамы Майкла), так и для сложных предложений (*Well, I think that Michael was a nice guy and I don't understand why he did it* – Ну, я думаю, что Майкл был хорошим парнем, и я не понимаю, почему он сделал это).

В нашем исследовании мы выделили четыре вида добавлений. Во-первых, переводчик прибегает к добавлениям из-за различий в строе языка – отсутствии некоторых

аналитических конструкций в русском языке: “Sean started it. It was self-defense.” **And it was** – Шон начал первый. Это была самозащита. **Всё так и было.** Также с целью уточнения и для описательного перевода обозначения некоторых реалий, нехарактерных для России: *He’s playing football for Penn State but he needed the summer to get his grades right to play football.* – Он играет в футбол за команду университета Пенсильвании, и ему нужно целое лето, для того чтобы тренироваться и улучшить свои навыки. И наконец, для повышения экспрессивности текста. Опускание переводчиком чаще всего использовалось в двух случаях – при семантической избыточности текста и при возможности восстановить опущенную информацию из контекста. Также мы обнаружили случаи опущения части предложения, описывающей реалию, не характерную для культуры русскоязычного читателя, или реалию из узкоспециализированной области, объяснение которой не необходимо для полного понимания текста.

На примере выбранного нами фрагмента мы выяснили, что объединение предложений – вторая по малочисленности трансформация. Этому есть объяснение: так как одной из задач переводчика художественного текста является сохранение авторского стиля, а здесь он заключается в имитации отрывистой эмоциональной речи подростка, которая проявляется и в коротких, иногда неполных предложениях, то редкое использование объединения предложений полностью оправдано. Прибегнуть к объединению предложений переводчик посчитал нужным в случаях с использованием автором парцелляции: *I am very small. That’s true.* – Я невысокого роста, это да. Членение оказалось самой редкой трансформацией. В тексте мы нашли лишь один случай использования членения – эта трансформация была использована для облегчения восприятия читателем.

При анализе фрагмента текста и перевода мы выяснили, что в большинстве случаев синтаксическое уподобление, то есть дословный перевод, возможно лишь при определенных условиях. Чаще всего перевод синтаксических конструкций требует применения трансформаций. При этом переводчик должен понимать различия в строении исходного языка и языка перевода и уделять особое внимание переводу конструкций, более характерных для исходного языка – например, пассивным и инфинитивным конструкциям. Также мы пришли к выводу, что перевод – это не только соотношение эквивалентных языковых средств, но и взаимодействие культур, и иногда при переводе описаний культурных реалий также необходимо применение грамматических трансформаций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод Л. С. Бархударов. - М.: Международные отношения, 1975.
2. Брандес, М. П. Предпереводческий анализ текстов М. П. Брандес, В. И. Привоторов. - М.: НВИ-Тезаурус, 2001.
3. Гак В. Г. Типология контекстуальных языковых преобразований при переводе // Текст и перевод. — М.: Наука, 1988.
4. Катфорд Дж. К. Лингвистическая теория перевода: Об одном аспекте прикладной лингвистики / Пер. с англ. В.Д. Мазо. - М.: УРСС, 2004.
5. Комиссаров В. Н. Теория перевода. - М.: Высш. шк., 1990.
6. Неद्याлков И. В. Основы контрастивной лингвистики (учебная программа) И. В. Неद्याлков. – Изд-во СПбГУ, 2001.
7. Солодуб, Ю.П. Теория и практика художественного перевода: учеб. пособие для студ. лингв, фак. высш. учеб. заведений Ю. П. Солодуб. – М.: Издательский центр «Академия», 2005.
8. Швейцер А.Д. Пастернак - переводчик: к вопросу о стратегии перевода // Язык. Поэтика. Перевод. - М., 1996.
9. Якобсон Р. О лингвистических аспектах перевода Якобсон Р. Избранные работы. - М., 1985.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ГЛЮТТОНИЧЕСКИХ ФРАГМЕНТОВ В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЕ

*Насырова Н. Р.
Шигапова Ф. Ф.*

В статье описываются трудности, с которыми может столкнуться переводчик, интерпретирующий гастрономические фрагменты художественных произведений. На примере наиболее интересных (с точки зрения перевода) отрывков англоязычной литературы авторами были проанализированы сложности, возникающие в процессе перевода англоязычной гастрономической номинации на русский язык, и способы их решения.

Ключевые слова: гастрономические тексты; художественный перевод; трудности перевода и переводческие трансформации.

The article deals with the difficulties which the translator can face translating gastronomic fragments of imaginative literature. The authors of the article have analyzed the difficulties encountered in the process of translation of English gastronomy nomination into the Russian language on the example of the most interesting (in terms of the translation) passages from English literature, and the ways of solving them.

Keywords: gastronomic texts; literary translation; translation difficulties and techniques.

Глуттонический дискурс, являясь неотъемлемой частью жизни человека, базовым элементом его бытового общения, представляет собой один из основных типов коммуникации, является важнейшим элементом культурной принадлежности, а также носит индивидуальный, этнический и даже статусных характер. Лингвистическое обозначение продуктов питания, их характеристики и действия, связанные с добычей, приготовлением и потреблением, формируют особую когнитивную и коммуникативную среду, в которой общение подчинено законам дискурса. Дискурс понимается нами как «коммуникативное событие, происходящее между говорящим, слушающим (наблюдателем и др.) в процессе коммуникативного действия в определенном временном, пространственном и проч. контексте». [1, С. 194] Данное коммуникативное действие может быть как речевым, так и письменным, иметь одновременно и вербальные, и невербальные составляющие.

Исторически глуттонический дискурс является ведущим в социальной коммуникации. Ситуация потребления пищи национально обусловлена, отражает этнические, культурные, социально-религиозные особенности народов. Однако различия в сложившихся гастрономических нормах, изобилие гастрономических текстов, недостаточное лингвистическое освещение проблематики, а также потребность в выборе адекватных моделей перевода текстов данного вида дискурса порождают проблемы для межкультурной коммуникации и создают определенные сложности при переводе.

Безусловно, в художественной литературе встречается общеупотребительная лексика, наиболее необходимые жизненно важные понятия, без которых невозможно общение. При переводе они не создают особых проблем, поскольку имеют эквиваленты – слова или словосочетания, имеющие полное соответствие в другом языке. *The bread is two-thirds rainwater, the beefsteak-pie is exceedingly rich in it, and the jam, and the butter, and the salt, and the coffee have all combined with it to make soup* // *Хлеб состоит из воды на две трети, мясной пирог чрезвычайно богат водой, варенье, масло, соль, кофе – все соединилось с нею, чтобы превратиться в похлебку* [3]. Слово **bread** заменено полным эквивалентом *хлеб*,

butter, salt и **coffee** как *варенье, масло, соль* и *кофе* соответственно, а сочетание **beefsteak-pie** переведено М.Салье как *мясной пирог* при помощи сочетания двух переводческих приемов – калькирования с применением генерализации (перевод *стейк из говядины* был заменен общим понятием *мясо*). Как и в последнем примере, чаще всего при переводе гастрономических фрагментов художественного текста используют различного вида переводческие трансформации (грамматические, обусловленные различиями в структуре двух языков, и лексические).

Ярким примером генерализации, к примеру, служит отрывок из переведенной Озерской Т. книги Ч. Диккенса «Рождественская песнь в прозе». ***There were Norfolk Biffins, squat and swarthy*** // *Здесь были печеные яблоки, пухлые, глянцевиито-коричневые,.. Norfolk Biffins*, согласно словарю Мюллер [4, С. 78], представляет собой «темно красное яблоко для печения или варки», десерт, на готовку которого идет сорт яблока, выведенного в графстве Норфолк (восток Англии). Однако подобное выражение незнакомо русскоязычному читателю, а значит выбор того или иного соответствия в двуязычном словаре не исчерпывает проблему перевода, а служит лишь смысловым ориентиром, отправной точкой для дальнейшего творческого процесса перевода, поэтому Озерской Т. было принято решение заменить частное общим, то есть прибегнуть к методу генерализации.

Иной источник сложности перевода – многозначность значений слов, так называемая полисемия. Оптимальное решения в данном случае принимается с учетом корректирующего воздействия всего контекста, целостной оценкой переводимого текста, как правило – субъективной.

Слово *cake* имеет в лексическом ряде около семи лексико-семантические варианты перевода [4, с. 109], обозначающих хлебобулочные изделия (торт, кекс, пирожное/пирожок, лепешка, пирог, пряник), настоящее разнообразие, с которым приходится иметь дело переводчикам.

Sometimes she would come up...to bring me something by way of supper- a bun or a cheese-cake // *Случалось, она заглядывала в детскую и... приносила мне какое-то лакомство- булочку с изюмом, сырный пирожок* [2, С. 27].

При переводе данного гастрономического фрагмента Гурова И. из всего многообразия предпочтение отдает варианту *пирожок*. Очевидно, что переводы торт, кекс и пирог отпадают, поскольку они не вызывают ассоциаций с лакомством, которое едят на ходу, а лепешка – из-за отсутствия сладкого компонента и эстетической несочетаемости со сдобной булочкой с изюмом. Аналогом русского пряника в Европе служит имбирное печенье, а значит и этот перевод отпадает.

В том же произведение, но несколькими страницами после, Гурова И. переводит *cake* уже как *лепешка*. ***...it was a thin oaten cake shared into fragments*** // *...ужин состоял из овсяной лепешки, разломанной на части* [2, С. 42]. На этот раз переводчик руководствуется ситуационным контекстом – речь в данном фрагменте идет о Ловудском детском приюте, где питание было крайне скудным.

Еще одним интересным приемом при интерпретации глuttonии в художественной литературе является прием опущения. Как правило, данный прием служит для устранения семантически избыточных элементов исходного текста [5, С. 249]. Английскому языку свойственна тенденция к максимальной конкретности, к полноте деталей, однако некоторая концентрированность текста может помешать восприятию произведения русскоязычным читателем. По этой причине переводчики прибегают к компрессии текста, то есть сокращению его общего объема за счет опущения избыточных элементов где это возможно в пределах языковых и стилистических норм переводимого языка.

...asked his companion as he spilled into his plate a little crimson pyramid of seeded strawberries and, through a perforated, shell-shaped spoon, snowed white sugar upon them // *...спросил Лорд Генри, положив себе на тарелку красную пирамидку очищенной клубники и посыпая ее сахаром* [6].

Переводчиком В. Чухно в предложенном фрагменте опущена довольно внушительная часть повествования, однако опущение описания столового прибора (шумовка в форме раковины улитки) никак не нарушает восприятия происходящих событий, более того, не отвлекает внимания от описания самого блюда. Поэтому применение данного вида переводческой трансформации можно считать удачным.

Однако случается, что в художественной литературе опускается не только процесс приготовления пищи или какие-либо ритуалы, связанные с ее поглащением, но и названия самих блюд.

В шесть – закуска, суп, рыба, жаркое, птица, салат, сладкое, сыр и десерт // Dinner at six – soup, fish, entree, joint, poultry, salad, sweets, cheese, and dessert.

Как можно наблюдать в переводе М. Салье [3] опускает слово *entree*, которое переводится как «блюдо, подаваемое между рыбой и жарким» [4, С. 255], которому нет полного эквивалента в русском языке. Однако если обратить внимание на место, которое занимает *entree* в ряде блюд (*fish, entree, joint – рыба, ..., жаркое*), становится ясно, что его опущение не принесло содержанию фрагмента никакого вреда.

Не так часто, но в отношении пищи применяются комментарии, при помощи которых переводчик помогает читателю воспринимать читаемый текст. Данный прием чаще всего применяются с адаптацией и генерализацией, транскрипцией и транслитерацией. При переводе названия блюда ***Candied Yams*** из фрагмента книги Ф. Флэг «Жареные зеленые помидоры в кафе «Полустанок» [7] Крупская Д. использует этот метод, упрощая блюдо для восприятия читателем благодаря добавлению в скобках названия главного ингредиента – *Сладкий батат (картофель)*.

Однако, как и в любом переводе, полностью избежать ошибок при переводе гастрономических фрагментов невозможно. Несколькими страницами позже Крупская Д. снова применяет одну из разновидностей лексических трансформаций, которая также упрощает восприятие гастрономического фрагмента – конкретизация. Переводчик интерпретируя название блюда ***Grits*** (что переводится на русский язык как овсяная крупа грубого помола [4] как более близкое к пониманию русскоязычного читателя блюдо *Мамалыга*. Однако мамалыга является молдавским национальным блюдом, готовящимся из кукурузной муки. Более того, во фрагменте был приведен подробный рецепт блюда, по которому видно, что кукурузная мука в его состав не входила (*Add lots of butter and salt to the boiling water. Slowly stir in the grits. Cover and cook slowly for about 30 to 40 minutes, and stir till you like it. Keeps you regular* [7]).

Таким образом, последовательное сопоставление англоязычных гастрономических фрагментов с их переводами на русский язык позволило выявить присущую русским текстам более яркую в сравнении с англоязычными текстами реализацию эстетической функции. Различия в гастрономических картинах и предпочтениях двух культур не позволяют переводчикам осуществлять «бездушное» перекодирование с одного языкового кода на другой, требуют от них особого внимания к переводу подобных текстов. Учитывая все особенности и тонкости фрагментов, включающих в себя глуттоническую номинацию, производя перед началом работы необходимый лексический и контекстуальный анализ фрагмента, переводчик художественного текста способен не только правильно передать культуру англоязычных народов, но и переместить читателя в изображаемую эпоху, обстановку или ситуацию, что является неотъемлемой частью художественного перевода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бронте Ш. Джен Эйр / пер. с англ. И. Гуровой. М.: АСТ, 2014. 444 с.
2. Джером К. Джером. Трое в одной лодке, не считая собаки (пер.М.Салье) Избранные произведения в 2-х т. М.: ГИХЛ, 1957. Т. 1. С. 23–276.
3. Мюллер В. К. Англо-русский словарь. 53000 слов. Изд. 17-е, испр. и доп. М.: «Русский язык». 1977. 888 с.
4. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). Учеб.для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высш. шк., 1990. 253 с.
5. Уайльд О. Портрет Дориана Грея / пер. В. Чухно М.: Эксмо, 2012. 672 с.
6. Флэг Ф. Жареные зеленые помидоры в кафе «Полустанок». 2004. URL: <http://www.e-reading.club/book.php?book=60251> (дата обращения: 02.02.2017).
7. Teun Van Dijk. Ideology: A Multidisciplinary Approach. London: Sage, 1998. 365 p.

ГЛАВА 5. ИССЛЕДОВАНИЯ ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИХ СИСТЕМ

СТРУКТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ТЕРМИНОВ МАШИНОСТРОЕНИЯ

*Воронина М. К.
Гайнутдинова А. З.*

Статья посвящена изучению структуры терминов в области машиностроения. В статье были рассмотрены способы образования терминов машиностроения, выявлены модели словосложения терминов и выделены группы терминов по принципу принадлежности к определенному структурному типу. Результат исследования показал наиболее продуктивные модели образования терминов машиностроения.

Ключевые слова: термин; терминология; структурный анализ; словообразовательные модели; машиностроение.

The article is devoted to term structure studying in the field of engineering. The article presents ways of term formation, models of term composition and groups of terms, pointed out on the basis of belonging to a particular structural type. The result of analyses reveals the most productive models of term formation in the sphere of engineering.

Key words: term; terminology; structural analysis; word-building models; engineering.

В настоящее время в условиях научно-технического прогресса роль терминологии как науки чрезвычайно возросла, что дает нам основание рассматривать ее как наиболее важный объект для исследования в области языкознания. Более того, значение терминологии резко возросло, так как практически нет ни одной области знания, которую можно было бы изучать, осваивать и развивать дальше, не владея специальной лексикой. Также вследствие развития международной кооперации увеличилась значимость межкультурного взаимодействия специалистов, что тоже является обоснованием необходимости изучения терминологии машиностроения и других областей.

Проблемы исследования терминологии неоднократно рассматривались в работах Головина Б.Н., Лейчика В.М., Циткиной Ф.А., Суперанской А.В. и других ученых. Однако вопрос о необходимости комплексного изучения структурных особенностей, обнаруженных в области машиностроения до сих пор остается нерешенным.

Материалом для настоящего исследования послужили термины машиностроения, извлеченные из словарей по машиностроению и из статей журнала “Russian Internet Journal of Industrial Engineering”. Опираясь на работы вышеперечисленных ученых, были выделены следующие группы терминов в соответствии с их структурными особенностями: однокорневые термины, терминологические сочетания, аффиксальные термины, сложные термины, образованные путем словосложения.

В ходе исследования структурных особенностей терминов машиностроения нами были выявлены *терминологические сочетания*. Терминологические сочетания состоят из двух или более слов, между которыми есть подчинительная грамматическая связь. По мнению Гринева С.В., терминологические сочетания являются результатом преобразования обычных свободных словосочетаний в сложные «эквиваленты» слов, и обладают устойчивостью и цельностью номинации [1, с. 141]. Например:

Radial connection – радиальное направление; **Plain washer** – плоская шайба.

Далее при исследовании структурных особенностей терминов машиностроения были также выявлены *аффиксальные термины*, т.е. термины образованные с помощью аффиксации.

Аффиксация – это способ образования терминов путем добавления аффиксов к корню или основе слова. В аффиксации может выделить еще два процесса префиксацию и суффиксацию.

Префиксация – способ образования новых терминов путем прибавления приставок (префиксов) к корням и основам слова. Путем анализа специальных текстов по машиностроению удалось выявить наиболее характерные для терминов машиностроения префиксы. Например:

-un – «противоположность, направленность против чего-нибудь» – **Unsoldering** = un «рас» + **soldering** «пайка»

-dis – «действие, противоположное действию, выраженное основой слово» – **Dis+mounting** = разборка, демонтаж

-re- «возобновление, удвоение процесса» – **Reactive** = **re** «ре» + **active** «активный»

-inter- «взаимозаменяемость процессов» – **Interpolative synthesis** = **inter** «интер» + **polative** «поляционный» синтез

Наиболее продуктивными в терминологии машиностроения оказались префиксы **-un-** и **-dis-**:

Unbalance vector – дисбаланс; **dismantling diagram of item** – схема расчленения изделия.

Суффиксация – это процесс образования терминов путем присоединения суффиксов к корням и основам слов. Путем анализа специальных текстов по машиностроению удалось выявить наиболее характерные для терминов машиностроения суффиксы, например:

-ion- «образование существительного из глагола» – **Insulate** > **insulat+ion** – изоляция

-ing- «продолжительность процесса» – **Clamping** > **clamp+ing** – Закрепление

-er- (-or-) – «исполнитель действие или инструмент, который выполняет это действие» – **Electrode holder** > **hold+er**

-ance- «образование существительного из глагола» – **Positional tolerance** > **tolerate+ance** – Позиционный допуск

-ness- «состояние, качество процесса» – **Pad thickness** > **thick+ness** – Толщина подушки

-ity- «состояния, качества, условия процесса» – **Circularity derivation** > **circular+ity** – отклонение от цилиндричности

Самыми продуктивными суффиксами в терминологии машиностроения оказались **-ion-** и **-ance-**:

Operation – операция, **profile transformation** – преобразование профиля; **Resistance welding** – контактная сварка, **Clearance** – задний угол.

В терминологии машиностроения также существуют термины, образованные с помощью *префиксально-суффиксальной модели*, т.е. когда к основе или корню слова одновременно прибавляется и суффикс, и префикс, например:

Displacement – смещение; **upsetting** – осадка при сварке.

Также в ходе структурного анализа терминологии машиностроения нами была замечена такая особенность образования терминов с помощью добавления к основе или корню слова *аффиксоидов*. Аффиксоиды делятся на 2 группы:

1. Префиксоиды – это корневая морфема, выступающая в функции приставки (префикса).

2. Суффиксоиды – корневая морфема, выступающая в функции суффикса.

В терминологии машиностроения достаточно широко представлены термины, образованные с помощью добавления к основе слова префиксоидов. Путем анализа специальных текстов мы выделили следующие префиксоиды:

- **anti** – «противоположность, направленность против чего-нибудь» – **Anti-friction** = **Anti** «анти» + **friction** «фрикционный»;

-**double**- «удвоение, умножение процесса» – **Double-rocker=double** «двух» + **rocker** «коромысловый»;

-**multi**- «множественность, многократность процесса» – **Multilayer** = **multi** «много» + **layer** «слоистый»;

-**super**- «высшая степень качества процесса» – **Supper-finish= super** «супер» + **finish** «финиширование»;

-**semi**- «уменьшение процесса, амплитуды» – **Semi-finished product** = **semi** «полу» + **finished product** «фабрикат».

На основе вышепредставленных примеров можно сделать вывод, что префиксоиды в терминологии машиностроения – это морфемы, которые выполняют функцию структурных образовательных элементов, содержат в себе определенное значение и активно функционируют в роли продуктивных словообразовательных элементов, помогая в построении терминов машиностроения.

Суффиксоиды в терминологии машиностроения практически не представлены.

Далее нами были рассмотрены *сложные термины*, образованные путем *словосложения*. Наиболее распространенным типом словосложения являются термины, состоящие из двух компонентов. Далее в ходе структурного анализа терминологии в области машиностроения выяснились следующие модели словосложения терминов:

1. Noun + Noun = Noun: **Counter+ bore= Counter-bore** – цековка;
2. Verb + Noun = Noun: **Set+ time= set-time** – установленное время;
3. Adj + Noun = Noun: **Solid+ bush= solid-bush** – сплошная втулка;
4. Noun + Verb = Noun: **Tab+ wash= tab-wash** – стопорная шайба;
5. Noun + Prep = Noun: **Setting+ up= setting-up** – наладка, установка.

Наиболее продуктивной является модель образования $N + N = N$, так как с ее помощью образуются сочинительные и определительные сложные существительные. В терминах с подчинительной связью могут быть любые отношения, которые отражают отношения между двумя предметами или явлениями реальной действительности.

Наименее продуктивной оказалась модель $Noun + Prep = Noun$, так как при помощи данной модели образуются лишь единичные терминологические единицы в исследуемой терминологии.

Однако в терминологии машиностроения замечается тенденция к росту агглютинативности: создаются не только двух-, трех-, но и четырех- и даже пятикомпонентные образования.

Так, например, термин **Nuclear magnetic resonance flow transducer** (ядерно-магнитный преобразователь расхода) состоит из 5 компонентов и образуется по модели: $Adj+Adj+Noun+Noun+Noun$.

Термин **Four-roll sheet bending machine** (четырёхвалковая листогибочная машина) состоит из 4 компонентов и образуется по модели: $Adj+Noun+Noun+Noun$.

Наименее продуктивными терминами в терминологии машиностроения являются *простые однокорневые термины*. Данные термины, согласно С.В. Гриневу, относятся к группе однословных моноксемных терминов [1, с.125]. Такие термины обладают многозначностью, мотивированностью терминологического значения. Приведем некоторые примеры, иллюстрирующие данную терминологическую группу:

Screw – винт, шуруп, виток резьбы, болт, шнек; **tool** – инструмент, резец, станок, оборудование.

Таким образом, в ходе исследования структурных особенностей терминов машиностроения мы выделили простые моноксемные термины, аффиксальные термины, сложные термины и терминологические сочетания.

Анализ структурных особенностей рассмотренных терминов машиностроения можно представить в виде диаграммы:



Из приведенной выше диаграммы видно, что наиболее продуктивными оказались сложные термины, они составляют 54%. Затем следует выделить аффиксальные термины, которые составляют 30,4%. Далее идут терминологические сочетания, которые составляют 15,2%. Среди аффиксальных терминов преобладают префиксальные образования. Наименее продуктивными оказались однокорневые термины, которые составляют 0,4% от всеобщей выборки.

Также нами была замечена такая особенность структурной организации сложных терминов, которые образуются путем словосложения: среди таких терминов преобладают двухкомпонентные термины, построенных на основе модели NN (существительное + существительное), которая является наиболее продуктивной моделью словосложения терминов.

Исследование показало, что сложные термины составляют абсолютное большинство в терминологии машиностроения. Данное явление можно объяснить тем, что машины и процессы в исследуемой области достаточно трудно назвать лаконично, так как данные процессы в машиностроении довольно сложны. Именно поэтому машины и процессы в исследуемой области обозначаются сложными слова, состоящие из двух-и более элементов, что в дальнейшем отражается на структурном составе терминологии машиностроения.

Подводя итоги исследования, можно сказать, что терминология машиностроения обладает богатством словообразовательных элементов, что полностью удовлетворяет потребность построения новых терминов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гринев-Гриневиц С. В. Терминоведение: учеб. Пособие. М.: Академия, 2008. 304 с.
2. Головин Б. Н. О некоторых задачах и тематике исследования научной и научно-технической терминологии. Горький, 1970.
3. Лейчик В. М. Лингвистические проблемы терминологии и научно-технический перевод / В. М. Лейчик, С. Д. Шелов. М.: Всесоюзный центр переводов, 1990. 80 с.
4. Некрасова Т. В. Терминологические единицы как средство эффективности иноязычного общения в профессиональной сфере // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2008. №1. С.74–80
5. Словарь. Машиностроение. Терминология (1989) – Издательство стандартов, 1989.
6. Russian Internet Journal of Industrial Engineering. URL: <http://indust-engineering.ru> (дата обращения 22.04.2017)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ТЕРМИНЫ В ЯЗЫКЕ СМИ (НА МАТЕРИАЛЕ ЖУРНАЛОВ “THE ECONOMIST”, “BLOOMBERG BUSINESSWEEK”, “HARVARD BUSINESS REVIEW”)

Муртазина Э. И.
Бобырева Н. Н.

Экономические термины в языке СМИ представляют собой слова и словосочетания специального языка, которые применяются для обозначения точно сформулированных понятий данной отрасли знаний. Употребление терминов в текстах специализированных журналов заметно окрашивает речь носителей языка и приобретает исключительное значение в условиях современного мира.

Ключевые слова: терминологическая система; термин; экономический термин; экономический дискурс.

Economic terms in the language of the media are words and phrases of a special language which are used to denote precisely formulated concepts of this branch of knowledge. The use of terms in the texts of the journals noticeably colours the speech of native speakers and acquires an exceptional importance in the context of the modern world.

Key words: terminological system; term; economic term; economic discourse.

Информированность, обмен мыслями и взглядами, сообщение и получение новостей – социальная потребность общества. Журналистская информация – важная составная часть социальной информации, которая оперативно освещает внутренние и международные события, сообщает местные новости, выполняя важнейшие функции агитации, пропаганды и организации масс.

Газеты и журналы – средства массовой информации, служащие для получения интересующих сведений и удовлетворения информационной потребности общества. Они исполняют роль информационного посредника и являются средством передачи информации от журналиста к аудитории. Использование Интернета для распространения информации не лишают печатные издания их значимости как средств массовой информации. Важными характеристиками, позволяющими отнести журнал к СМИ, являются определенная периодичность выхода и содержание актуальной, социальнозначимой информации на его страницах.

Газетный текст обильно насыщен специальными терминами, которые связаны с политической и государственной жизнью общества. На сегодняшний день в экономической терминологии английского языка происходят существенные изменения, вызванные всемирной глобализацией, расширением межкультурной коммуникации, суровой конкуренцией, экономическими переменами и научно-техническим прогрессом. В условиях возрастающего интереса общества к экономике очень важно правильно понимать экономические термины при чтении английских газет и журналов. Материалом данного послужили статьи из журналов “The Economist”, “Bloomberg Businessweek”, “Harvard Business Review”.

Традиционно под термином (от лат. **terminus** – граница, предел) понимают слово или словосочетание, обозначающее определенное понятие в какой-либо области знания. Термины – это единицы выражения естественного или искусственного языка (слова,

словосочетания, сочетания слов и цифр-символов, сочетания слов и букв-символов), обозначающие предмет или множество предметов и обладающие специальными значениями, достаточно полно и точно отражающими основные, существенные признаки данных понятий [6, с. 9].

Термин не нуждается в контексте, как обычное слово, так он 1) член определенной терминологии, что и выступает вместо контекста; 2) может употребляться изолированно, например, в текстах реестров или заказов в технике, 3) для чего и должен быть однозначным не вообще в языке, а в пределах данной терминологии [5, с. 73].

Экономические термины представляют собой слова и словосочетания специального языка, которые употребляются для обозначения логически точно сформулированных понятий данной отрасли знаний, и составляют основу экономической теории. Для того чтобы отделить термин от других слов и словосочетаний, многие лингвисты (А.А. Реформатский [7], С.В. Гринев [2], Д.С. Лотте [5], А.В. Суперанская [8], В.М. Лейчик [4] и др.) выделяют определенный набор признаков термина, таких как: точность, однозначность, краткость, систематичность, отсутствие синонимов и эмоциональной окрашенности.

Существует большое количество классификаций терминов. Основанием классификации английских экономических терминов служат их различные отдельные признаки. Так, например, выделяют содержательную классификацию терминов [1, с. 59]. Она опирается на логические категории того понятия, которое обозначается термином. Проиллюстрируем применение терминологических единиц экономической тематики по данной классификации в контекстах.

- Термины предметов: например, **output** выпуск, продукция: *...services accounted for more than half of **output** for the first time, while manufacturing's share dropped to 40.5%* [18].
- Термины процессов: например, **commerce** торговля, коммерция, **resource allocation** распределение ресурсов: *India's booming underground marketplace, giving it space to form intricate supply chains where **commerce** thrives even as account books record little industry* [15].
- Термины признаков и свойств: например, **capacity** производственная мощность: *Even so, **capacity** reached 1.17 billion tons...* [16].
- Термины величин и их единиц: например, **efficiency** эффективность, коэффициент полезного действия: *It then put sensors on its diggers and cranes to monitor them in real-time to improve operating **efficiency*** [20].

Классификация по семантическому принципу позволяет выделить однозначные термины (**tax** налог, **inflation** инфляция) и многозначные термины, то есть такие, которые имеют два или более значений в рамках одной системы терминов (**stock** 1. запас, резерв, фонд; 2. ассортимент (товаров); 3. инвентарь, имущество 4. сырье 5. капитал и т.д. [3]). Однако, как правило, многозначность термина не препятствует его корректному пониманию в контексте: *...companies are adding to the national **stock** of capital at an historically slow pace* [12]. Таким образом, терминологичность текста не должна затруднять восприятие информации читателем, тем более, что рассматриваемые журналы изначально нацелены на осведомленного читателя, обладающего достаточными фоновыми знаниями.

Говоря о структуре термина, невозможно не упомянуть о сложных терминологических единицах. По данным С.В. Гринева, терминологические словосочетания составляют до 95% состава различных терминосистем [2]. Относительно экономической терминосистемы в английском языке Л.Б. Эздекова приводит данные, что на долю терминологических словосочетаний приходится 90%. Также приводятся данные о подразделении словосочетаний на именные (90,2 %) и глагольные (9,8 %) [9].

Анализ терминов-словосочетаний в англоязычных журналах показал, что такие словосочетания создаются путем добавления к термину, обозначающего родовое понятие, уточняющих слов с целью получить видовые понятия, напрямую связанные с первоначальным. Такие термины на практике представляют собой свернутые определения, которые подводят данное понятие под более общее и при этом указывают на его отдельное

свойство. Следующим образом, формируются терминологические группы, охватывающие многочисленные разновидности данного явления. Например, английский термин **tax**, определяемый как *налог, сбор, пошлина, размер счета, членские взносы, напряжение, бремя, испытание, плата по счету* используется как основа для ряда терминов, уточняющих характер налогового сбора: **income-tax** *подоходный налог: People who don't have legitimate jobs don't pay income taxes* [17]; **consumption tax** *налог на потребление: They also hope Abe will postpone another hike in the consumption tax* [11]; **corporate tax** *налог на прибыль корпораций: As president-elect, Donald Trump is pro-business and a champion of corporate tax cuts* [23]; **business tax** *налог на предпринимательство: Trump has called for cutting the business tax rate to 15 percent...* [14].

Выборка терминов из англоязычной прессы экономической направленности представляет различные по форме единицы. Преимущественно термины представлены существительными, так как именно существительные передают основные понятия и категории терминосистемы: **crisis** *кризис: The crisis led us to reorganize around a new strategy for growth* [19]; **market** *рынок, биржа: It would uncouple the world's fifth-largest economy from its biggest market...* [22]; **debt** *долг: The deal put us into debt, but I thought it was no-brainer* [19]; **integration** *интеграция: The euro zone is an obvious candidate for integration* [21]; **payment** *платеж: ...Elliott, ... , pursued full payment through the New York courts* [13]. Терминологические единицы в представленных контекстах не должны вызвать затруднения при ознакомлении читателей с этим материалом. Отметим, что экономические термины выступают важным элементом журнальных текстов экономической тематики. Они являются составной частью медийного пространства, благодаря чему терминологичность современного английского языка в целом очень высока.

Поскольку в настоящее время экономика оказывает существенное влияние на развитие общества, терминология этой сферы развивается очень быстро, и занимает одно из ведущих мест в терминологической системе языка в целом. Кроме того, терминологическая лексика экономической сферы активно функционирует в разных сферах деятельности людей, которые по своей профессии не связаны с экономикой. Употребление терминов в газетно-публицистическом стиле заметно окрашивает речь носителей языка и приобретает исключительное значение в современном мире. Применение терминов регламентировано тематикой текстов и является лексической характеристикой образцов рассматриваемого дискурса. Термин в журнальных статьях об экономике выполняет такую важнейшую функцию языкового знака как передача информации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Будилева Т. В. Лексикология английского языка. М.: Просвещение, 2001. 248 с.
2. Гринев С. В. Введение в терминоведение. М.: Моск. лицей. 1993. 309с.
3. Жданова И. Ф., Вартумян Э. Л. Англо-русский экономический словарь. 4-е изд., стереотип. М.: Рус. яз., 2001. 880 с.
4. Лейчик В. М. Терминоведение: предмет, методы, структура. М.: Либроком, 2009. 256 с.
5. Лотте Д. С. Образование системы научно-технических терминов // Основы построения научно-технической терминологии: Вопросы теории и методики. М.: Изд-во АН СССР, 1961. 250с.
6. Нелюбин Л. Л., Дормидонтов А. А. Учебник военного перевода. М.: Воениздат., 1981. 218 с.
7. Реформатский А. А. Введение в языковедение // под ред. В. А. Виноградова. М.: Аспект Пресс, 1996. 536 с.
8. Суперанская А. В. Подольская Н. В., Васильева Н. В. Общая терминология: вопросы теории. 6-е изд. М.: Либроком, 2012. 248 с.
9. Эздекова Л. Б. Семантико-синтаксические свойства и типы именных терминологических словосочетаний: (на материале экон. терминологии): автореферат дис. ... канд. филол. наук. Пятигорск: Пятигор. гос. лингв. ун-т, 2003. 19 с.
10. Ягзунович О. А. К вопросу о переводе терминов гражданского права (на материале гражданских терминовнедвижимости // Филологические науки. 2011. № 2. С. 80–90.
11. Abenomics? How About Kurodanomics? // Bloomberg Businessweek. #8, 2016. P.19.

12. A Capital mystery // Bloomberg Businessweek. #12, 2016. P. 14–15.
13. A deal with holdout bondholders is expensive, but worth it // The Economist. March 5th–11th 2016. P.39–40.
14. Basak S. Berkshire Boost From Trump Tax Plan Seen as High as \$29 Billion // Bloomberg Businessweek. December 2016. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-12-05/berkshire-boost-from-trump-tax-plan-seen-as-high-as-29-billion> (дата обращения: 16.01.2017).
15. Chaudhary A., Rodrigues J. India's \$1 Trillion Hidden Economy Has Stalled // Bloomberg Businessweek. December 2016. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-12-19/modi-s-holy-city-shows-a-1-trillion-hidden-economy-has-stalled> (дата обращения: 18.01.2017).
16. China Tries to Tackle Its Commodities Crisis // Bloomberg Businessweek. #9, 2016. P. 19–21.
17. Discouraged Workers Dog Europe's Recovery // Bloomberg Businessweek. #12, 2016. P.16–17.
18. Oil spillover // The Economist. January 23rd–29th 2016. P. 6.
19. Sorrell M. How I did It... // Harvard Business Review. July–August 2016. P. 33–36.
20. The great convergence // The Economist. July 23rd–29th 2016. P. 53.
21. The principle of “ever-closer union” died before Britain Demanded an exemption. // The Economist. February 27th–March 4th 2016. P. 22.
22. The real danger of Brexit // The Economist. February 27th–March 4th 2016. P. 7.
23. Townsend M. Four Years of Living Dangerously: CEOs Brace for the Trump Era // Bloomberg Businessweek. December 2016. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2016-12-19/four-years-of-living-dangerously-ceos-brace-for-the-trump-era> (дата обращения: 18.01.2017).

АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ТЕРМИНЫ В ОБЛАСТИ КОСМЕТОЛОГИИ И ИХ ПЕРЕВОД НА РУССКИЙ ЯЗЫК

*Родачева О. О.
Кузьмина О. Д.*

Статья посвящена изучению англоязычных терминологических единиц в области косметологии и способов их перевода на русский язык. В статье представлены результаты семантического и структурного анализа косметологических терминов английского языка и выявлены основные приемы, используемые при их переводе.

Ключевые слова: язык; терминология; термин; перевод; переводческие трансформации.

The article deals with the study of the English terms in cosmetology and the main techniques used to translate them from English into Russian. The article presents the results of semantic and structural analysis of the English terms and the translation techniques for their rendering into Russian.

Key words: language; terminology; term; translation; translation techniques.

Исследованием терминологических систем языка занимались такие ученые как С.В. Гринев, создавший несколько учебных пособий по терминоведению [2, 3], О.С. Ахманова, автор-составитель словаря лингвистических терминов [1], В.А. Татарinov, многие работы которого посвящены исследованиям в области терминоведения, теории и методологии перевода [5]. В последнее время появляется множество работ, посвященных исследованию терминосистем английского языка. Так, например, в статье Насыровой Л.Р. и Бобыревой Н.Н. освещается вопрос о формировании единиц экологической терминологии, а также представлены результаты структурного анализа эко-терминов [4].

При изучении терминологии в области косметологии выявляются тенденции непрерывного развития и обогащения терминосистемы данной сферы, что происходит в

основном благодаря тому, что данная наука появилась относительно недавно. Наука косметология зародилась в начале 20 века. Поэтому и терминология данной области была сформирована в недавнем времени и до сих пор находится в процессе своего обогащения.

Материалом данного исследования послужили 100 англоязычных терминов, относящиеся к области косметологии, отобранные методом сплошной выборки. Источниками материала исследования являются электронные словари данной сферы деятельности и англоязычные статьи и их переводы на русский язык, опубликованные в сети интернет.

Семантически термины, относящиеся к области косметологии, можно разделить на группы в зависимости от видов косметологии. В работе представлена наиболее обобщенная классификация.

Косметология эстетическая:

Декоративно-прикладная (*powder* – пудра; *foundation* – основа под макияж; *lip pencil* – контурный карандаш для губ; *lip balm* – бальзам для губ; *eyeliner brush* – кисть для подводки глаз).

Профилактическая (*serum* – сыворотка; *moisturizer* – увлажняющий крем для лица; *face bar* – мыло для лица; *cellulite cream* – антицеллюлитный крем; аромамассаж – *aromatic oil massage*).

Простые аппаратные технологии (*vacuum cleaning* – вакуумная чистка; *vaporization* – вапоризация; *darsonvalisation* – дарсонвализация; *bioepilation* – биоэпиляция; *botox* – ботокс)

Косметология лечебная:

Терапевтическая: диагностическая косметология, дерматокосметология (*acne* – акне; *pores* – поры; *verruca* – бородавка; *irritant* – ирритант)

Хирургическая: дерматохирургия, пластическая хирургия, сложные аппаратные технологии (*surgical abrasion*, *dermabrasion* – дермабразия; *desquamation* – десквамация; *S-plasty* – S-образный лифтинг; *hemangioma* – гемангиома; *desincrustation* – дезинкрустация).

Терминологические единицы были классифицированы и по их структуре: простые термины, сложные (составные) термины и терминологические словосочетания.

Простой термин – это обычное слово-термин, которое является родовым. Простой термин может образовываться несколькими способами.

1) Аффиксация. Аффиксальный способ образования простых терминов подразделяется на три вида: суффиксальный (*waxing* – эпиляция воском; *corrector* – корректор; *dryer* – фен; *vaporization* – вапоризация; *dermatology* – дерматология; *applicator* – аппликатор), префиксальный (*under-eye* – средство, используемое под глаза) и префиксально-суффиксальный способы (*antiperspiration* – антиперспирант).

2) Переосмысление значения общелитературного слова. Это довольно распространенное явление в терминообразовании. Данный метод используется при схожести какого-либо процесса или предмета с уже существующим объектом или явлением (*Cosmetic tattoo or permanent makeup* – тату-макияж, синоним термина «перманентный макияж», его жаргонное обозначение; *ball* – тампон (в словосочетании «*cotton ball* – ватный тампон»); *Cupid's bow* – губная дуга Купидона).

3) Индивидуальное терминотворчество из морфем классического языка. Большое количество терминов косметических средств, особенно относящихся к разделу декоративной косметики и средств по уходу, имеют английское и французское происхождение. Термины, принадлежащие тематике технологий и устройств, также относятся к английскому языку. Таким образом, можно сказать, что большая часть терминологических единиц области косметологии является примером индивидуального терминотворчества английского и французских языков: *peeling* – пилинг (от англ. «ошкуривать» или «сильно скоблить»); *stick* – стик; *make-up*, *makeup* – макияж, косметика.

4) Заимствование из других языков или другой терминологической сферы. *Жак* (Франция) – лечебный массаж, выполняемый на лице, с целью улучшения кровообращения и

тургора кожи; *карнауба (Бразилия)* – воск, который образуется на поверхности листьев восковой пальмы и после высыхания листа легко отделяется в виде тонких пластин; *масло жожоба (Испания)* – косметическое масло; *кайал (Южная Азия, Северная Африка, Древний Восток)* – на древнейшем Аккадском языке означает «косметика» – контурный косметический карандаш, в состав которого входит натуральная сажа и антисептические вещества). В виду того, что косметология как наука зародилась недавно, терминология данной области не богата на заимствования.

Сложные термины состоят из двух или более элементов, характеризующихся цельнооформленностью. Такие термины в основном образуются путем сложения нескольких компонентов (слов), к которым также могут относиться и заимствованные слова из других языков: *facelift* – *подтяжка лица*; *waterproof* – *водостойкий*; *overlaquer* – *закрепитель лака*; *self-tanner* – *автозагар*; *hairdo* – *прическа*; *autobronzer* – *автобронзант*; *quintessential* – *основной*; *paraffinotherapy* – *парафинотерапия*; *younger-looking* – *помолодевший*.

Терминологическое словосочетание представляет собой многокомпонентное, раздельнооформленное, семантически целостное сочетание, образованное путем соединения двух, трех и более слов: *lymphatic drainage* – *лимфатический дренаж*; *eye shadow* – *тени*; *brow gel* – *гель для бровей*; *lip pencil* – *контурный карандаш для губ*; *foundation brush* – *кисть для нанесения основы под макияж*; *ultrasound therapy* – *ультразвуковая терапия*; *face wash* – *средство для умывания*.

Что касается перевода терминологических единиц, то существует несколько подходов, таких как транскрипция, транслитерация, калькирование, прямое включение, описательный перевод, использование функционального эквивалента и создание неологизма.

С помощью транскрипции на русский язык переведены следующие англоязычные термины: *scrub* – *скраб*; *all over* – *эловер (декоративное косметическое средство, имеющее в себе все необходимые свойства, все в одном, и не требующее дополнительных косметических продуктов, или подходящее для любой области лица, для всего лица)*; *primer* – *праймер*; *concealer* – *консилер*; *spray* – *спрей*; *cream* – *крем*; *beauty blender* – *бьюти блендер*; *brush-peeling* – *браш-пилинг*.

Для перевода терминов английского языка в области косметологии на русский язык также довольно часто используется прием транслитерации: *lifting* – *лифтинг*; *glitter* – *глиттер*; *fluid* – *флюид*; *toner* – *тонер*; *corrector* – *корректор*; *kollagen* – *коллаген*; *colorist* – *колорист*; *lanolin* – *ланолин*.

Калькирование, перевод безэквивалентной лексики иностранного языка при помощи замены ее составных частей их прямыми лексическими соответствиями, применяется при переводе следующих терминов: *bath oils* – *масла для ванн*; *false lashes effect* – *с эффектом накладных ресниц*; *face lift* – *подтяжка лица*; *dark spots* – *темные точки*; *zinc oxide* – *оксид цинка*; *laser epilation* – *лазерная эпиляция*; *hyaluronic acid* – *гиалуроновая кислота*.

Прямое включение, использование оригинального написания английского слова в русском тексте, также имеет место: *CC-cream (Color Control Cream)* – *СС-крем*; *BB-cream (Blemish Balm Cream)* – *ВВ-крем*.

Иногда при передаче англоязычных терминов переводчику приходится применять описательный перевод: *liposuction* – *удаление жира (липосакция)*; *nail care* – *обработка ногтей*; *eyelash curler* – *щипчики для подкручивания ресниц*; *primer* – *база под макияж*; *foundation* – *основа под макияж*.

Наблюдается также использование функционального эквивалента: *mineral make-up* – *минеральная косметика*; *scalp* – *кожа головы*; *Q-tips* – *ватные палочки*.

Для перевода термина *active cream* был создан неологизм *биокрем*.

Таким образом, можно сделать вывод, что при переводе косметологических терминов наиболее предпочтительными являются калькирование, транслитерация и транскрипция. Этот факт можно объяснить тем, что это довольно простые способы перевода. Терминологические единицы, переведенные способом транслитерации и транскрипции, удобны в использовании при интернациональном общении, так как термины по своей

природе однозначны и фиксированы, это упрощает процесс понимания. Описательный перевод и использование эквивалента встречаются реже, поскольку применение данных способов затрачивает больше времени и сил, и предполагает наличие громоздких конструкций, что не всегда удобно.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. 2-е изд., стер. М: УРСС: Едиториал УРСС, 2004. 571 с.
2. Гринев С. В. Введение в терминоведение. М.: Московский Лицей, 1993.
3. Гринев-Гриневиц С. В. Терминоведение: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2008. 304 с.
4. Насырова Л. Р., Бобырева Н. Н. Структурно-языковые особенности терминов экологии в английском языке // Terra Linguae: Сб. науч.ст. Вып.2. Казань: Издательство «ТАИ», 2015. С. 135-137.
5. Татаринов В. А. Теория терминоведения. Т. 1. М., 1996. 311 с.
6. Толковый переводоведческий словарь. 3-е издание, переработанное. М.: Флинта: Наука, 2003. 320 с.
7. Словарь косметических терминов. URL: <http://www.amdclinic.ru/dictionnary> (дата обращения: 12.02.2017).
8. Словарь косметологических терминов и определений. URL: <http://www.evgenia-beauty.ru/prajs-list/8-staty/16-slovar-kosmetologicheskikh-terminov-i-opredelenij.html> (дата обращения: 08.02.2017).

СПЕЦИФИКА ХОККЕЙНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ КАНАДСКОГО ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА

Якупова Ф.Ф.

Статья посвящена проблеме формирования и функционирования терминологии хоккея на льду во французском и русском языках. Приводятся термины, употребляемые в канадском французском языке, а также примеры заимствований из английского языка во французский.

Ключевые слова: термин; общеспортивная лексика; заимствование; терминология.

The article is concerned with the problem of formation and functioning of ice hockey terminology in French and Russian. Sport terms used in Canadian French and examples of sport terms borrowed from English to French are given in the article.

Key words: term; sports vocabulary; borrowing; terminology.

Французский язык – язык франкоязычного населения мира, к которому относятся не только французы, но и франкоязычные жители Бельгии, Швейцарии, Канады, где он является одним из государственных языков. Также французским языком пользуется население многих государств Африки, Карибского бассейна (Гаити и т. д.), Французской Гвианы, в том числе и в качестве официального языка. Такой же статус французский язык имеет и в международных организациях, таких как ООН, НАТО и другие. Стоит отметить, что французский язык является рабочим языком многих международных союзов и комитетов, работающих в той или иной сфере. Спорт – не исключение.

Всем известно, что каждая организация имеет свои нормативные документы. Так, у международных комитетов, союзов того или иного спорта есть уставы или другие официальные документы, в которых присутствует спортивная терминология. В данной

статье мы рассмотрим терминологию одного из зимних видов спорта – хоккея на льду – во французском языке.

Прежде всего необходимо вспомнить историю возникновения данного вида спорта. Источников возникновения хоккея на льду немало, но основным является тот, который указывает на следующее: местом рождения хоккея является Монреаль. Еще до появления хоккея в XVI веке в Голландии существовали игры с мячом и клюшками на льду, подобные которым игры появились в Англии и Скандинавии, где впоследствии в XIX веке они преобразовались в хоккей с мячом на льду. Эта игра – *бенди (bandy — хоккей с мячом)* – наибольшее распространение получила именно в Англии. И хотя родиной современного хоккея с шайбой считают Канаду, исторические документы подтверждают, что его истинными родоначальниками оказались англичане. Предположительно название *хоккей (hockey)* произошло от старинного французского слова *hoquet* — пастуший посох с крюком [2]. Неоспоримо, что значение слова *hockey* также связано с английским словом *hook* (крюк), ведь палки, которыми в те времена играли в хоккей и которые являлись прообразом современных клюшек, концы которых были загнуты и которые напоминали крюк по своей форме.

Таким образом, мы видим, что источниками термина, используемого для называния этого зимнего вида спорта являются как французский, так и английский языки. Рассмотрим далее терминологию хоккея во французском языке и его канадском варианте.

Необходимо отметить, что, если в русском языке употребляются два термина *хоккей на льду* и *хоккей с шайбой*, также возможен и полный вариант *хоккей с шайбой на льду*, то французский язык использует для наименования этого вида спорта лишь один термин *hockey sur glace* (хоккей на льду). Кроме того, существуют значительные расхождения в хоккейной терминологии трех франкоязычных стран: Канады, Швейцарии и Франции. Так, термину *клюшка* соответствует во Франции слово *une crosse* или словосочетание *une crosse de hockey*, в Швейцарии – *une canne*, или *une canne de hockey*, в Канаде – *un bâton*, или *un bâton de hockey*, термину *шайба* во Франции и Швейцарии – *un palet*, в Канаде – *une rondelle*. Согласно Большому терминологическому словарю Квебека, канадский вариант термина *клюшка* – *un bâton* – наравне с французским эквивалентом *une crosse* используется хоккейными специалистами и из других европейских стран. Аналогичная ситуация и в употреблении термина *un palet (шайба)*, которое вошло в хоккейную терминологию франкоязычных стран Европы [8].

Есть несколько эквивалентов термина *задерживать шайбу в своей зоне* во французском языке. Термины *immobiliser la rondelle* и *immobiliser le disque* используются в терминологии канадского французского языка, а *immobiliser le palet* – во Франции. В качестве дополнительных примеров терминов-словосочетаний, компонентами которых являются слова *la rondelle* и *le disque*, можно привести термины *une rondelle libre* и *un disque libre* – ничейная, или отскочившая шайба. Также существуют следующие словосочетания *geler la rondelle*, *geler le disque*, *geler le palet*, которые являются кальками английского термина *to freeze* и не используются в речи [8].

Стоит отметить, что во французской терминологии есть примеры терминов, которые были получены в результате буквального перевода. Согласно Большому терминологическому словарю Квебека, необходимо избегать их употребление в речи. Одним из таких примеров является слово *surtemps*, полученного от английского термина *overtime*. Его эквивалентами, которые употребляются в терминологиях как канадского французского, так французского языка в целом, являются термины *la prolongation*, *une période de prolongation*, *la supplémentaire* и *une période supplémentaire* [8].

Нередко французский язык отдает предпочтение английскому заимствованию, в то время как канадский вариант французского языка создает наименование на основе исконных слов. Так, например, во французской терминологии слово *сноуборд* так же, как и в русском языке является заимствованием из английского языка – *snowboard (snowboarding)*, тогда как в Канаде употребляется следующий термин *planche a neige*. Аналогичным примером

является термин *шорт-трек* и *short-trac* (во Франции), пришедший в русский и французский языки из английского. Однако, несмотря на наличие во французской терминологии общеупотребительного термина для называния вышеуказанного вида спорта, в канадском варианте французского языка существует *patinage de vitesse sur piste courte* или *patinage de vitesse sur courte piste*, которое также употребляется в официальных документах Международного олимпийского комитета и на Олимпийских играх [8].

Исторически так сложилось, что франкофоны стремились сохранить и усовершенствовать свой язык. Так, канадские носители французского языка создали квебекское «Управление по французскому языку», которое, при поддержке государственных и частных организаций, проводило политику языковой стандартизации. В основу деятельности «Управления» по стандартизации и нормализации франко-канадского варианта легли принципы: отказаться от части английских заимствований, ввиду того, что они нарушают единство канадского варианта французского языка; избегать дальнейших лексических заимствований в качестве способа образования новых слов при наименовании современных североамериканских реалий; создавать новые лексические единицы при помощи исконного французского материала; прибегать к использованию заимствований из английского и других языков только в узкопрофессиональных целях и в крайне исключительных случаях [1].

Избежать заимствования спортивной лексики невозможно. Так, в терминологии хоккея, как и в терминологии других видов спорта, есть заимствования из английского языка. Так, термин *матч*, употребляемое не только в хоккее, но и в футболе, пришел в другие языки из английского. Но стоит отметить, что, несмотря на наличие заимствования, во французском языке есть исконное слово *la partie*, которое употребляется чаще, чем заимствованное *le match*.

Во французской терминологии также можно найти примеры слов, которые употребляются для называния тех или иных элементов экипировки хоккеистов. Термин *la coquille* используется для обозначения таких элементов, как *раковина* и *бандаж* (женский эквивалент), хотя для последнего элемента существует эквивалент *short jill*, «перекочевавший» во французский язык из английского от *jill*. Необходимо отметить также и тот момент, что если во французском языке для термина *раковина* существуют два обозначения, то в английском – пять: *athletic cup*, *cup*, *groin protector*, *pelvic protector*, *protective cup*.

В спортивной терминологии можно встретить термины, которые употребляются не только в одном виде спорта, но и в других [7]. В некоторых случаях подобного рода термины приобретают новые значения. Приведем несколько примеров таких терминов. Слово *la cage*, употребляемое для наименования вратарских ворот, в хоккейной терминологии имеет другое значение – *вратарская клетка*, или *маска вратаря*. Также существует термин *une échappée*, который обозначает *отрыв от соперника* и используется не только в беге, велосипедном и конькобежном спорте, но и в хоккее на льду со значением *отрыв с выходом один на один*.

Развитие терминологии того или иного вида спорта неразрывно связано и с его историей, что открывает новые горизонты для изучения спортивной лексики. К тому же, некоторые термины находят свое место и в терминологиях других видов спорта, что также показывает отсутствие каких-либо границ между теми или иными видами спорта.

ЛИТЕРАТУРА

1. Клоков В.Т. Концептный компонент значения языковых и речевых единиц. Романогерманская филология: Межвузовский сборник научных трудов. Выпуск 3. – Саратов: Издательство Саратовского университета, 2003. С. 3-14.

2. Мартынович Н.В. Некоторые аспекты из истории становления и развития терминологии хоккея с шайбой в английском языке в свете социолингвистики. / Филологические науки. Омский научный вестник. №4 (111). 2012.
3. Терминологический глоссарий XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в Сочи / французско-русский. Спортивные дисциплины: хоккей на льду. М.: Оргкомитет «Сочи 2014», 2012. 21 с.
4. Терминологический глоссарий XXII Олимпийских зимних игр и XI Паралимпийских зимних игр 2014 года в Сочи / англо-русский. Спортивные дисциплины: хоккей на льду. М.: Оргкомитет «Сочи 2014», 2012. 35 с.
5. Фененко Н. А. Зимние олимпийские игры глазами переводчика (Рец. на книгу: Матюшин И. М., Солнцев Е. М. Снег и лед. Зимние олимпийские виды спорта: учеб. пособие для переводчиков французского языка. М.: Р. Валент, 2013. 376 с.). Воронежский государственный университет, 2013.
6. Хоккей: описание, история развития. URL: <http://sportschools.ru/page.php?name=hockey> (дата обращения: 16.01.2017)
7. Якупова Ф.Ф., Агеева А.В. Структурные особенности терминологии прыжков в воду (на материале английского, французского и русского языков). Terra Linguae. Сборник научных статей. Казань, 2015. С. 132-135.
8. A vos patins! URL: http://www.oqlf.gouv.qc.ca/ressources/bibliotheque/dictionnaires/terminologie_hockey/index.html (дата обращения: 20.03.2017)

ГЛАВА 6. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА

СПОСОБЫ ПЕРЕДАЧИ СТИЛИСТИЧЕСКИХ СРЕДСТВ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА С АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА НА РУССКИЙ

*Баязитова Р. Ф.
Кузьмина О. Д.*

Статья посвящена стилистическим особенностям текстов общественно-политического характера и трудностям их перевода. В статье анализируются используемые в газетных общественно-политических текстах выразительные средства и предлагаются способы и варианты их перевода. Стилистические приемы рассматриваются на примере англоязычных текстов новостных статей с интернет-сайтов англоязычных газет и медиа корпораций.

Ключевые слова: язык; стилистические средства; перевод; общественно-политический перевод; переводческие трансформации.

The article describes the stylistic peculiarities of the political texts and the difficulties related to their translation. The article analyses the use of stylistic devices and focuses on the methods and types of their translation. Stylistic devices are shown on the examples of texts of news articles from websites of foreign newspapers in English and media corporations.

Key words: language; stylistic devices; translation; social and political translation; translation techniques.

Политическая сфера, являясь одной из крупнейших и наиболее важных сфер человеческой жизнедеятельности, не может не привлекать внимание представителей различных общественных наук, тем более лингвистов переводчиков, ведь переводческие услуги играют очень важную роль в политической сфере.

Актуальность данного исследования заключается в том, что в современных условиях перевод общественно-политических текстов приобретает особое значение, выступая как средство пропаганды и орудие идеологической борьбы. Область политических взаимоотношений имеет свои традиции, особенности, структурную организацию и поэтому к переводу политических текстов предъявляются определенные требования. Соответственно, следует заметить, что при переводе очень важно выявить экспрессивные особенности текста, а также передать адекватный смысл [2].

Тексты общественно-политического характера изобилуют стилистическими и лексическими средствами. Среди них есть идиомы и метафоры, при переводе которых нечасто возникают проблемы. Например: *Watchdog* – контролирующая организация, наблюдатели, следящие за тем, чтобы компании, фирмы и т. п. не совершали противозаконных действий.

A government watchdog agency, the Government Accountability Office, has agreed to review the costs and security precautions associated with President Donald Trump's travel and stays at Mar-a-Lago after a request for inquiry from leading Democrats on Capitol Hill. (Chicago Tribune). – Государственное контрольно-надзорное ведомство, Счетная Палата США, согласилось рассмотреть расходы и меры предосторожности, связанные с поездками

президента Дональда Трампа в Мар-а-Лаго, после запроса о проведении расследования от ведущих демократов на Капитолийском холме.

Однако большинство авторов, пишущих тексты для политиков, используют так называемые мертвые метафоры. Например, *to ride roughshod over* – держать в ежовых рукавицах: *While expressing his views, PTI senior leader Shibli Faraz accused the prime minister of riding roughshod over state institutions (Daily Times).* – Высказывая свои взгляды, старший руководитель Партии Техрик-е-Инсаф (Движение за справедливость) Шибли Фараз обвинил премьер-министра в том, что он держит государственные институты в ежовых рукавицах.

To play into the hands of – попасть в лапы: “*Not to fuel further division, not to play into the hands of others but to ensure that voices from all over the country are genuinely heard in this debate, so that she (Theresa May) does not become the prime minister who unintentionally leads the break-up of Britain.*” (Reaction to Article 50/BBC News) – «Не стимулировать дальнейшее разделение, не попасть в лапы других, а добиться того, чтобы в этой дискуссии действительно слышались голоса со всей страны, чтобы она (премьер-министр Британии) не стала таким премьер-министром, который неумышленно ведет к распаду Британии».

Определенные трудности возникают при переводе метонимий. Наиболее употребительными являются наименования объекта по его части или месту:

Например, *Downing Street* – «Даунинг-Стрит» – это правительство Великобритании или премьер-министр Англии: *Speculation over an early election has been dismissed by Downing Street as “nonsense” as reports emerged of May 4 being floated as a date for Theresa May to seek a mandate for Brexit and her domestic policies. (The Independent)* – Правительство Великобритании не придало особого значения спекуляциям в связи с досрочными выборами, так как 4 мая были опубликованы отчеты о том, что Тереза Мэй должна получить мандат на «Брексит» и на ведение внутренней политики.

Эпитеты подчеркивают тот или иной признак предмета, выражают свое отношение к нему. Некоторые политические эпитеты имеют негативный оттенок различной степени уничижительности.

Hawkish – «ястребиный»; воинствующий, агрессивный, воинственно настроенный. Этим термином обычно обозначают тех, кто выступает за разрешение политических проблем через войну, нежели путем переговоров или умиротворения: *Mrs Clinton backs the same hawkish Republican calls for the US military to take out the Syrian air force. (BBC News)* – Г-жа Клинтон поддерживает те же самые агрессивные призывы республиканцев к американским военным вывести сирийские военно-воздушные силы.

Если эпитет употребляется с тем или иным словом постоянно, то он постепенно перерастает в клише (речевой штамп). Например, *New Deal* следует переводить «новый курс», поскольку данное определение переросло в политический штамп: *A new deal should provision for economic changes that have occurred since the more than two-decades-old NAFTA pact was signed, such as the advent of electronic commerce and the liberalization of Mexico’s energy and telecommunications sectors, he said. (Fortune)* – В новом курсе должны быть предусмотрены экономические изменения, которые произошли после подписания пакта НАФТА сроком более чем на два десятилетия, например, появления электронной торговли и либерализации сектора энергетики и телекоммуникаций в Мексике.

Составные атрибутивные словосочетания требуют от переводчика определенного навыка перевода: *Russian/Ukrainian/Afghan asylum-seekers* – россияне/украинцы/афганцы ищущие политического убежища: *Chancellor Angela Merkel on Friday defended Germany’s stepped up deportations of rejected Afghan asylum seekers, saying other European countries were doing the same in response to a large influx of migrants since summer 2015. (Reuters)* – Канцлер Ангела Меркель в пятницу поддержала Германию в активизировании депортации отвергнутых афганцев, ищущих политического убежища, заявив, что другие европейские страны действуют аналогичным образом в ответ на большой приток мигрантов с лета 2015 года.

Re-shaping foreign policy – процесс российской внешней политики: *Senior Trump administration officials, reshaping U.S. policy in the Middle East, have declared formally in recent days that Washington no longer is focused on the ouster of Syrian President Bashar al-Assad as a priority. (The Wall Street Journal)* – Высокоставленные должностные лица администрации Трампа, пересматривающие политику США на Ближнем Востоке, на днях официально заявили, что Вашингтон больше не уделяет приоритетного внимания свержению президента Сирии Башара Асада.

Гиперболы помогают драматизировать события, придать им более сенсационный характер. Например, словосочетание *scared to death* – напуганный до смерти.

Now these countries are scared to death because the regulations have not been lifted and they have reason to be scared. If they violate these regulations there is no doubt that the US government would go after them, seize their assets. (RT) – Сейчас эти страны напуганы до смерти, потому что правила не отменены, и у них есть причины бояться. Если они нарушают эти правила, вне сомнений правительство США придет за ними, захватит их активы.

Особое внимание обращают на себя фразеологические единицы, которые широко используются в общественно-политических текстах и придают высказыванию выразительность, яркость, своеобразие. Условно существует 4 способа перевода образной фразеологии на русский язык.

1) Фразеологизмы, которые имеют полное соответствие в русском языке, калькируются целиком при переводе: *to play with fire* – играть с огнем.

The Palestinian Federation of Chile warned the Jewish community on Monday not to “play with fire” in a statement regarding Israel’s decision to bar the federation’s executive director, Anwar Makhoul, from entering the country last week. (The Jerusalem Post) – Палестинская Федерация в Чили предупредила еврейскую общину в понедельник не «играть с огнем» в заявлении относительно решения Израиля запретить въезд в страну исполнителю федерации, Анвару Махлуфу.

2) Фразеологизмы, которые частично не совпадают в образности с русскими, переводятся методом подбора фразеологизмов с аналогичным переносным значением: *to move heaven and earth to get smth* – свернуть горы на пути к чему-либо.

Amazingly, whilst the apple-polishers of Mahama have promised to move heaven and earth to bring him back as the party’s next presidential candidate, the critics of Mahama are insisting that he was incompetent during his time in office and must thus be replaced with a more competent flagbearer. (GhanaWeb) – Удивительно, что, пока льстецы Махамы пообещали свернуть горы, чтобы вернуть его в качестве следующего кандидата на пост президента партии, критики Махамы настаивают на том, что он был некомпетентным во время своего пребывания на посту и поэтому должен быть заменен более компетентным представителем партии.

3) Фразеологизмы, при переводе которых образ полностью меняется: *a tempest in a teapot* – много шума из ничего, возня из-за пустяков, мелкая ссора.

Certainly, the president’s supporters might call his recent political setbacks a tempest in a teapot; however, it could turn out to be a tempest in a Teapot Dome ... or worse. (CNBC) – Конечно, сторонники президента говорят, что его недавние политические неудачи вызвали «возню из-за пустяков»; тем не менее, это могло бы вылиться в более серьезный скандал («Типот Доум» – крупнейший в политической истории США скандал на нефтяном месторождении в шт. Вайоминг) – или еще хуже.

4) Фразеологизмы, которые переводятся нейтральной лексикой, методом описательного перевода: *to cut no ice* – ничего не добиваться.

Dire warnings from the Remain campaign about the potential impact of Brexit cut no ice with people who couldn’t see any connection between impressive overall statistics and their own lived experiences. (Conservative Home) – Путем страшных предзнаменований о потенциальном влиянии Брексита компании, которую вели противники выхода Британии из

ЕС, не удалось повлиять на людей, которые не могли увидеть никакой связи между общей статистикой и собственным пережитым опытом.

Основная цель общественно-политического текста – агитационно-пропагандистское воздействие на аудиторию, и именно благодаря стилистическим и лексическим средствам эта цель достигается в полной мере. А задача переводчика состоит в том, чтобы выявить и передать используемые в тексте выразительные средства, умело произвести необходимые переводческие трансформации для того, чтобы текст перевода как можно более точно передал всю информацию, заключенную в тексте оригинала, и сохранил его прагматическую функцию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гейко Н. Р. Специфика перевода атрибутивных конструкций общественно-политической тематики // Филологические науки. Вопросы теории и практики Тамбов: Грамота. 2014. № 12 (42): в 3-х ч. Ч. III. С. 53–56.
2. Гилязутдинова А. М., Агеева А. В. Перевод текстов общественно-политического характера: проблема выбора лексического варианта // Terra Linguae: Сб. науч.ст. Вып.2. Казань: Издательство «ТАИ», 2015. С.165–168.
3. Зиборова Г. М. Трудности перевода общественно-политического текста с английского на русский, 3-е издание, исп. и доп. М.: «РОССПЭН», 2000. 228 с.
4. Каспарова А. Ю. О некоторых основаниях выбора фразеологических единиц в англоязычном политическом дискурсе // Вестник Московского государственного лингвистического университета, Вып. № 627, 2011. С. 178–188.
5. Попова Т. Г., Таратынова Н. В. Политический текст и его лексические особенности // Вестн. Мос. гос. гуманитар. ун-та им. М.А. Шолохова. 2012. № 3. С. 90–97.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННОЙ СФЕРЫ (НА МАТЕРИАЛЕ СФЕРЫ ФАРМАКОЛОГИИ)

*Габдрахманов А. Ф.
Акимова О. В.*

Статья посвящена особенностям перевода текстов медицинской тематики, представленными аннотациями к лекарственным препаратам на английском и русском языках. В статье рассмотрены основные способы перевода лексических единиц профессионального медицинского подъязыка и особенности структуризации медицинской документации в разных странах на примере 50 аннотаций к лекарственным препаратам, взятым для анализа методом случайной выборки.

Ключевые слова: аннотация (инструкция); фармакология; термин; особенности перевода; стандартизация.

The article describes the peculiarities of translation of the texts belonging to the medical sphere represented by package leaflets in Russian and English. The article describes main translation methods of the lexical units of professional medical sublanguage and peculiarities of structuring medical documents in different countries exemplified by 50 package leaflets chosen by the method of random selection.

Key words: package leaflet; pharmacology; term; peculiarities of translation; standardization.

В рамках становления современного общества происходит активное развитие партнерских связей и международного сотрудничества во всех сферах деятельности

человека, что является одной из главнейших отличительных черт и особенностей нашего времени. Особенно отчетливо прослеживаются такие связи в области медицины.

Медицина занимает особое место в жизни человека, ведь она имеет дело с физическим и психологическим здоровьем человека, его личностью, и, в первую очередь, его здоровьем. Возрастающие темпы международной мобильности в фармакологии и медицине привлекают внимание многих ученых со всего мира, объединившихся в стремлении сохранить здоровье всего населения земного шара, в связи с чем и обусловлена возникшая потребность в профессиональном качественном переводе медицинских текстов и документации, содержащей особые лексические единицы и, соответственно, требующей специальных познаний для их интерпретации.

Специфика перевода медицинских текстов заключается в максимальной точности и полноте передачи информации, выраженной языковыми средствами языка оригинала, на язык рецептора. Обычно в медицинских текстах, например, аннотациях к лекарственным препаратам, содержится информация о предназначении препарата, возможных противопоказаниях, необходимой дозе, побочных эффектах и других факторах, которые могут иметь непосредственное влияние на здоровье человека. Именно поэтому переводчик в данной области должен быть высокопрофессиональным и ответственным человеком, который долго и кропотливо работает со словарями и справочниками, в поисках наиболее точного и полного варианта того или иного определения или термина. В отличие от переводчика художественных текстов, у специалиста, занимающегося переводом медицинской документации, нет права на ошибку. Здесь нет места фантазии или догадкам, ведь именно от точности перевода нередко может зависеть постановка правильного диагноза, назначение соответствующего лечения и, как следствие, жизнь пациента.

Как известно, одной из наиболее характерных черт текстов научно-технического характера является высокая частотность употребления лексических единиц специального типа, а именно, терминов [4].

Изучением терминов и терминологического состава языка занимались многие отечественные и зарубежные лингвисты, как А.А. Реформатский, С.В. Гринев-Гриневиц, Д.В. Самойлов, Л.М. Алексеева, О.С. Ахманова В.В. Виноградов, А.И. Смирницкий, Г.Н. Аксенова и др. Каждый из этих ученых предлагает собственную дефиницию термина, к примеру, Реформатский под термином понимает «слова специальные, ограниченные своим особым назначением; слова, стремящиеся быть однозначными как точное выражение понятий и называние вещей» [5]. Несколько иное определение термина представлено в Словаре лингвистических терминов О.С. Ахмановой: «термин – слово или словосочетание специального (научного, технического и т. п.) языка, создаваемое (принимаемое, заимствуемое и т. п.) для точного выражения специальных понятий и обозначения специальных предметов» [1].

Отличным образом характеризуется медицинская терминология. Медицинская терминология – это макротерминосистема, система понятий, которые означают болезни и их проявления; протекающие и происходящие в организме человека процессы и явления, возможные методы лечения и профилактики заболеваний, медицинское оборудование, лекарства и инструкции к ним и т.д.

Проблема перевода медицинских текстов является одной из наиболее актуальных проблем, изучаемых лингвистами в рамках современного языкознания. Тем не менее, перевод терминологии в области фармакологии – это феномен, который практически не изучен и не освещен в современной лингвистике. Медицинский перевод – наиболее востребованный и в то же время один из самых ответственных и сложных видов перевода. От специалиста, занимающегося интерпретацией текстов данного рода, требуется наличие не только глубоких медицинских предметных познаний и знаний в области химии, биологии, фармакологии, психологии и других отраслях, тесно взаимодействующих с медициной, но и подразумевается полное им понимание текста оригинала, знание латинского языка, который является основным языком медицины, и особенностей лексического и грамматического

стройка как языка оригинала, так и переводного языка. Ввиду сложности осуществления перевода медицинских текстов и груза ответственности, специалистов такого профиля немного, но их востребованность с каждым годом только растет.

Существуют несколько основных видов перевода медицинских текстов:

- перевод медицинских заключений: больничные листы, эпикризы, выписки из историй болезни, страховые медицинские полисы и др.;
- перевод инструкций к медицинскому оборудованию: инструкции по сборке, эксплуатации;
- перевод медицинской научной литературы: учебные пособия, книги, справочная литература; медицинские статьи и сборники научных трудов;
- фармацевтический перевод: инструкции по применению лекарственных препаратов, медицинские рецепты и т.д.

Материалом для настоящего исследования послужили аннотации к лекарственным препаратам на английском и русском языках таких препаратов, как **Аркоксия** (*Arcoxia*), **Парацетамол** (*Paracetamol*), **Ципрофлоксацина Гидрохлорид** (*Ciprofloxacin Hydrochloride*), **Ципробай** (*Ciprobay*), **Нурофен** (*Nurofen*) и др. [8, 9].

При переводе торговых наименований препаратов переводчик воспользовался одним из наиболее распространенных видов переводческой трансформации, применяемым преимущественно при переводе имен собственных, а именно, транслитерацией (**Doctor Mom** Доктор Мом, **Nurofen** Нурофен, **Captopril** Каптоприл).

Являясь одним из видов научно-технической документации, аннотации к медикаментам содержат широкий ряд медицинских терминов и аббревиатур. В большинстве случаев встречаются аббревиатуры инициального типа (образованные из начальных букв каждого слова в составе словосочетания) буквенного вида. Такие термины, в основном, имеют прямые соответствия в русском языке и передаются соответствующими эквивалентами пословно, либо калькируются: **NSAIDs** (*non-steroidal anti-inflammatory drugs*) – **НПВП** (*Нестероидные Противовоспалительные Препараты*); **Selective COX-2** (*Cyclooxygenase-2 inhibitors*) – **селективный ингибитор ЦОГ-2** (*ЦиклоОксиГеназ-2*); **HIV** (*Human Immunodeficiency Virus*) – **ВИЧ** (*Вирус Иммунодефицита Человека*); **EKG** (*ElectroKardioGramm*) – **ЭКГ** (*ЭлектроКардиоГрамм*).

Встречаются также случаи, когда определения в аннотациях на одном языке даны полностью, а в другом – представлены в виде аббревиатур: (**ЦНС** – *Central nervous system*; *ультрафиолетовое излучение* – **UV light**; **GI (gastrointestinal) bleeding** – *Желудочно-кишечное кровотечение*).

Однако понимание некоторых аббревиатур иногда может представлять трудности даже для носителей языка, поэтому перевод сокращений на другой язык может стать серьезной проблемой [2]:

- Различные значения одного и того же сокращения. Медицинские аббревиатуры характеризуются высокой полисемией: **PHTN (portal or pulmonary hypertension)** – *портальная или легочная гипертензия*; **AV (arterio-venous)** – *артериовенозный* или **atrio-ventricular** – *предсердно-желудочковый* или **Aortic Valve** – *аортальный клапан* и т.д. [3; 10].
- Неправильное понимание рукописных сокращений: **HCT250mg (hydrocortisone 250 mg)** может быть неправильно истолковано как **HCTZ50mg (hydrochlorothiazide 50 mg)**;
- Отличие написания слов в британской и американской версиях английского языка: *Gastroesophageal Reflux Disease (GORD)* – *Gastroesophageal Reflux Disease (GERD)* [6].

Следует отметить, что в материалах исследования на русском языке наблюдается большая тенденция к использованию аббревиатур, чем в аннотациях на английском.

Ввиду тесного сосуществования фармакологии с химией и рядом других наук, вполне естественно присутствие соответствующей терминологии и языковых единиц в медицинских документах типа аннотаций к медикаментам. Основная доля таких слов приходится на латинские или греческие термины – это специальные научные наименования, графически и грамматически оформленные по правилам латинского или греческого языка. В основном, это химические формулировки и названия болезней, симптомов и синдромов или патологических состояний, среди которых чаще всего используются термины с суффиксом на:

- 1) –itis (*Exfoliative dermatitis, Ulcerative colitis, Arthritis, Ankylosing spondylitis, Meningitis, Osteoarthritis, Fibrositis, Gastritis*);
- 2) –ol (*Cholesterol, Atenolol, Maltitol*);
- 3) –um (*Lithium, Sodium, Serum, Magnesium*).

Как известно, ведущую роль в тексте инструкции играет все же предписывающая, оперативная информация: она не вызывает эмоций, ее просто нужно принять к сведению. Поэтому в текстах инструкций много императивных структур, отражающих разную степень императивности:

- утвердительная форма императивного предложения: (*read all of this leaflet carefully...; keep this leaflet; talk to your doctor or pharmacist before taking...; always take this medicine...; ...следует контролировать показатели МНО во время начала терапии...; следует регулярно...; необходимо соблюдать осторожность...*);

- отрицательная форма императивного предложения: (*do not take more than...; do not use...; do not drive...; do not give this medicine to children and adolescents under 16 years of age; не следует применять...*);

Среди синтаксических особенностей использование:

- 1) Простых распространенных предложений с однородными членами:

- *Disassemble the syringe, wash the parts in warm water and allow to dry;*

- *Ibuprofen is used as an analgesic (painkiller) for the relief of teething and toothache pain, earache, headache, muscular minor aches and sprains, sore throats and cold and flu symptoms;*

- *... является селективным ингибитором ЦОГ-2, в терапевтических концентрациях блокирует образование простагландинов и обладает противовоспалительным, анальгезирующим и жаропонижающим действием.*

- 2) Сложноподчиненных предложений с придаточными условия:

- *Talk to your doctor or pharmacist if your child has asthma or any allergic disease of the lungs;*

- *Do not give this medicine to your child if they suffer from hypersensitivity to any of the ingredients in this medicine;*

- *If you have been told by a doctor that you have an intolerance to fructose, contact your doctor before taking this medicine.*

Данный вид предложений встречается преимущественно в аннотациях на английском языке.

Стилистические особенности: активное использование канцеляризмов при переводе аннотаций к медикаментам на русский язык:

- *It is important that you use the lowest dose that controls your pain and you should not take ARCOXIA for longer than necessary;*

- *Учитывая возрастание риска развития нежелательных эффектов с увеличением продолжительности приема, необходимо периодически оценивать необходимость продолжения приема препарата и возможность снижения дозы.*

Несмотря на традиционное мнение, что в научно-технических текстах эмоционально окрашенная лексика не встречается, в рассмотренных аннотациях на английском языке прослеживается несколько иная тенденция, где средства художественной выразительности играют важную роль:

Использование риторических вопросов: *What is ARCOXIA?; What is osteoarthritis?; What Paracetamol is and what it is used for?*[8]

Благодаря использованию данного средства художественной выразительности, автор акцентирует внимание пользователя препарата на том или ином пункте, подчеркивая важность всестороннего изучения свойств препарата.

Другой отличительной чертой аннотаций на английском языке является их «персонализированность» что достигается при помощи личного местоимения *you*, в то время как в аналогичных текстах на русском языке используются преимущественно безличные структуры без явного выражения обращения к реципиенту.

Более того, некоторые медицинские термины могут относиться к группе так называемых «ложных друзей переводчика», поэтому использовать в подобных случаях такие способы перевода как транслитерация и калькирование просто нежелательно. Такой перевод глубоко искажает смысл текста оригинала [7]:

- **potent pathogen** – это *мощный патоген* (или просто *патоген*), а не *потенциальный*;
- **third power** означает *третью степень*, а не *третью силу*;
- **symptomatic hypertension** – словосочетание, которое переводится как *артериальная гипертония с клиническими проявлениями*, а не *симптоматическая гипертония*;
- **pernicious anemia** – это не *пернициозная анемия*, а *атрофический гастрит*.

В результате структурно-лингвистического анализа, проведенного при изучении аннотаций к лекарственным препаратам на английском и русском языках, мы в очередной раз убедились, что одной из наиболее острых проблем современного языкознания является необходимость в разработке общепринятых терминологических и структурных стандартов при составлении медицинских документов в разных языках; важно уметь ориентироваться в реалиях и знать значения лексических единиц для того, чтобы правильно переводить, выбирать и оперировать научными понятиями во избежание двусмысленности и неправильной передачи их семантики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Советская Энциклопедия, 2010, С. 472.
2. Барбашева С. С., Авраменко А. А. Особенности перевода аббревиатур в англоязычном медицинском тексте (на материале терминологии кардиологии): 13 том, Самарский научный центр РАН, 2011. С. 911–916.
3. Болотина А. Ю., Якушева Е. О. Англо-русский и русско-английский медицинский словарь. Ок. 24 000 терминов. М.: РУССО, 2006. 544 с.
4. Гринев-Гриневиц С. В. Терминоведение. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2008. 304 с.
5. Реформатский А. А. Введение в языковедение: Учебник для вузов /А.А.Реформатский / Под ред. В. А. Виноградова. 5-е изд., испр. М.: Аспект Пресс, 2008. С. 61.
6. Booker D., Berman J.J. Dangerous abbreviations. Human Pathology. – New York: Basic Books, 2004. P. 529–531.
7. URL: http://pglu.ru/upload/iblock/f29/uch_2014_v_07.pdf (дата обращения: 23.02.2017).
8. Регистр лекарственных средств России. URL: <https://www.rlsnet.ru> (28.02.2017)
9. Electronic Medicines Compendium URL: <https://www.medicines.org.uk/emc/> (дата обращения: 9.04.2017).
10. Англо-русский словарь медицинских аббревиатур. URL: <http://www.perfekt.ru/dict/med-abb.html> (дата обращения: 20.04.2017).

СЛОЖНОСТИ ПЕРЕВОДА ГЛЮТТОНИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (НА ПРИМЕРЕ ПЕРЕВОДОВ КУЛИНАРНЫХ РЕЦЕПТОВ)

Гарифова Д. Д.

В статье анализируются понятия «дискурс», «глуттонический дискурс», определяются основные стратегии, применяемые при переводе культурно-специфической лексики. Выделяются сложности кулинарного дискурса на примере переводов кулинарных рецептов из книг Дж. Оливера, Г. Рамзи, Д. Смит.

Ключевые слова: дискурс; глуттонический дискурс; рецепт; лингвистика.

This article focuses on the difficulties of the culinary discourse in the case of translation of culinary recipes from J. Oliver, Ramsay, and D. Smith's books. It holds the analysis of the main strategies which are used during the translation of culture-specific vocabulary and defines definition of "discourse", "gluttonously discourse".

Keywords: discourse; gluttonously discourse; recipe; linguistics.

Дискурс – термин современной лингвистики, который имеет огромное количество определений и трактовок. Неоднозначностью термина скорее подчеркивается его многоплановость, сложноструктурированность и неоднородность. Действительно, являясь помимо лингвистики терминологической единицей других гуманитарных наук, таких как, антропология, философия, семиотика, культурология термин «дискурс» вбирает в себя порой противоположные или логически несогласующиеся дефиниции.

Одно из традиционных пониманий данного термина в лингвистике заключено в определении Н.Д. Арутюновой: дискурс – «речь, рассматриваемая в событийном аспекте ... речь, погруженная в жизнь» [1, с.136-137]. Дискурс представляет собой открытую систему, которая обладает некими «константными» чертами, например, «участники дискурса, основные типы текстов, коммуникативная среда, мотивы и цели общения» и т.п. [4]. По мнению Т.А. ван Дейка дискурс представляет собой формулу текст+контекст, где текст представляет конечный результат дискурса, а под контекстом понимается социально-прагматические условия осуществления дискурсивной практики [3].

В современной лингвистике виды и типы дискурса в основном организуются или объединены одной концептосферой или темой. К таковым относится и исследуемый нами тип дискурса, который всегда занимал центральное место в любой культуре, поскольку еда является одной из базовых потребностей человека. Под глуттоническим дискурсом подразумевается особый тип дискурса, который непосредственно разворачивается вокруг концептосферы «еда, потребление пищи». Данный тип дискурса активно исследуется в лингвокультурологии и этнолингвистике, поскольку пища, ее приготовление и потребление имеют национально-культурную специфику [6; 9]. В рамках глуттонического дискурса выделяют разнообразные виды жанров глуттонического дискурса: меню, рецепты, кулинарные шоу, рекламные ролики продуктов и т.п. М.В. Ундрицова отмечает, что многие тексты глуттонического дискурса находят в себе черты друг друга: «текст меню может содержать особую кулинарную лексику, встречающуюся в тексте рецепта, а в описаниях используется стиль рекламы» [9, с. 48].

Тексты рецептов обладают на наш взгляд двойственной структурой. Так, например, текст рецепта может являться частью рекламного дискурса или отражать его черты, если он напечатан на упаковке продукта, или быть частью художественного произведения. Также нельзя не отметить, что некоторые современные книги с кулинарными рецептами тяготеют к некой художественности, являются качественным полиграфическим продуктом и имеют

высокую художественную ценность. В данной работе мы в качестве материала рассматриваем рецепты из книг Дж. Оливера, Г. Рамзи, Д. Смит.

Основными стратегиями при переводе культурно-специфической лексики являются стратегии доместикации и форенизации [2]. Под доместикацией подразумевается адаптация текста для читателя языка перевода, поиска такого соответствия, которое бы полностью воспринималось читателем как текст принимающей культуры. В то время форенизация предполагает максимальное следование автору иноязычного текста. Так, переводы текстов рецептов в современных условиях тяготеют к стратегии форенизации. Это объяснимо, поскольку блюдо, состоящее из одних и тех же ингредиентов, может быть приготовлено разными способами, например, блины и **pancakes**. Названия продуктов питания: овощей, фруктов, типов мяса и рыбы можно отнести как к лексемам, которые могут вызвать затруднения при переводе, так и нет.

Сложности перевода лексики составляют основную проблему при выборе стратегии перевода. К стратегиям форенизации переводчики прибегают чаще, об этом свидетельствует частое применение транслитерации, транскрипции, калькирования. Так, все лексемы можно разделить на эквивалентные (**parsley** – *петрушка*, **garlic** – *чеснок*, **carrot** – *морковь*) и безэквивалентные. Среди эквивалентных лексем сложность для передачи могут составить конкретные виды, например овощей: **chives** – *шинитт-лук* или *лук-скорода*, **shallot(springonion)** – *лук-шалот (зеленый лук)*. Трудность могут представлять также слова, которые представлены в тексте в своей разновидности, например, переводчик книги рецептов «Chef for all seasons» Г. Рамзи переводит лексему **broadbeans** разными вариантами: *молодые бобы*, *бобы*, *стручковые садовые бобы*. Необходимо отметить, что и в оригинале, автор употребляет два варианта: **broadbeans** и французское заимствованное **fèves** или **babyfèves**, где слово **baby** у переводчика получает адаптированную замену *свежий* или опускается вовсе – *бобы*. Для русскоязычной картины мира понятие **waxpotatoes** также не понятно, переводчик использует описательный перевод – *крупный некрахмалистый картофель*, уточняя сорт картофеля путем транскрипции, следуя оригиналу. В англоязычных рецептах часто встречаются словосочетания уточняющего порядка, например, **all-purpose / plain / self-raising flour** (*мука*), **fineseasalt** (*соль*) [12; 7; 8; 5; 10; 11]. Причем, в рецепте может указываться в качестве ингредиентов как **fineseasalt** (*мелкая морская соль*), так и просто **seasalt** (*морская соль*). Первое необходимо добавлять в процессе приготовления части блюда, а второе в качестве приправы перед подачей блюда на стол.

В современной гастрономической культуре западноевропейских стран широко востребована органическая еда, рецепты кухни также популяризируют данное направление, что также может вызвать некоторые трудности для перевода. Приведем пример **free-range eggs** [12; 11] и **free-range eggs yolk** [9, с. 189]. Для первого варианта как переводчик книги Рамзи, так и Оливера используют прием генерализации с опущением *-яйцо*. Во втором случае переводчик неправильно интерпретирует **free-range** и **yolk**, получив в итоге *свежие яичные белки*, совершив ошибку некорректно передав **yolk**, что на самом означает *желтки*, а **freerange** означает не свежесть яиц, а *яйца кур, находящиеся на свободном выпасе*. Это означает, что такие яйца входят в категорию органическое или фермерское, считающееся более здоровым питанием.

Еще некую трудность для перевода могут вызвать такие названия продуктов, которые были заимствованы ранее, но в другом значении более узком и поэтому требуют уточнения. Например, в российском глуттоническом дискурсе под словом французского происхождения *винегрет* подразумевается салат, а английское слово **vinaigrette**, также заимствованное из французского слова, обозначает *заправку (соус) для салата*, состоящего из уксуса, оливкового масла и прованских трав. Поэтому переводчик уточняет – *соус винегрет*. Если продукты имеют более или менее устоявшиеся эквиваленты, поскольку в крупные города поставляют или начинают выращивать популярные иностранные продукты, то средства для приготовления еды заимствуются в меньшей степени. Например, **bamboo**

steaming baskets, пришедшие из китайской кухни для приготовления пельменей или булочек на пару, переводчик передал при помощи калькирования как *китайские бамбуковые корзинки* [12; 8]. В переводах встречается неэквивалентный перевод. Например, **grease proof paper** и **baking paper** не одно и то же, поскольку первое означает скорее *пергаментную бумагу, бумагу жиростойкую* и она не пригодна для выпекания выпечки, в то время как **baking paper** более тонкая и специальным образом обработана, для того, чтобы выпечка не приставала к форме. В переводе рецепта «Бананы, запеченные в карамели», переводчик заменяет вариант **grease paper** словом *бумага для выпечки* или *бумага*; **to the center of the sheets of grease proof paper** – *на середину листа бумаги* [12; 8]. Таким образом, переводчик использует генерализацию, однако, может возникнуть недопонимание. Сложности перевода могут привести к необоснованным ошибкам, когда вместо очевидного *резиновые перчатки (rubber gloves)*, переводчик заменяет их в тексте на *силиконовые перчатки* [12; 8]. Объяснением такому может быть скорее перенос с распространенного в глуттоническом дискурсе такого определения как *силиконовые*, например *силиконовые формочки для выпечки*.

Очевидную трудность для переводчика могут представлять меры объемов ингредиентов. Так, у каждого повара есть индивидуальные черты, например, Делия Смит в некоторых рецептах указывает на такую меру измерения как **generous pinch cayenne pepper**, что переводится переводчиком близко к тексту, но с добавлением обычной меры измерения – *1/8 ч.л. или щедрой щепотки кайенского перца* [12; 8]. В то время как Гордон Рамзи употребляет **good pinch of**, что в переводе выдается как *крупные щепотки* [10; 7].

Стоит отметить, что например, книга Делии Смит снабжена таблицей мер и весов, несмотря на то, что переводчиком все меры переданы в привычные для российского глуттонического дискурса, это касается всех проанализированных рецептов [8].

Таким образом, сложности перевода глуттонического дискурса заключаются в адекватном и эквивалентном переводе культурно-специфической и этнолингвистической лексики и выборе правильной стратегии перевода. Анализ переводов популярных книг рецептов дает понимание того, что перевод кулинарных рецептов, несмотря на кажущуюся легкость, обладает рядом препятствий для адекватного перевода. Также следование только одной из указанных стратегий вряд ли приводит к адекватному переводу. Специфическая жанровость текстов рецепта также диктует переводчикам ограничение в приеме объяснительного или описательного перевода.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. М.: Сов. Энциклопедия, 1990. С. 136–137.
2. Влахов С., Флорин С. Непереваемое в переводе. М.: Международные отношения, 1980. 383 с.
3. Дейк ван Т. А. Язык. Познание. Коммуникация: сборник работ / сост. В. В. Петров; пер. с англ. В. И. Герасимова. М.: Прогресс, 1989. 310 с.
4. Карасик В.И. О типах дискурса // Языковая личность: институциональный и персональный дискурс. Волгоград: Перемена, 2000. С. 5–20.
5. Оливер Дж. Моя Италия. / пер. с англ. Ю. Тяжлова. М.: КукБукс, 2007. 320 с.
6. Олянич А.В. Гастрономический дискурс // Дискурс-Пи. 2015. №2. С. 157–160.
7. Рамзи Г. Времена года / пер. с англ. Д. Лозница. М.: Издательство КоЛибри, 2014. 226 с.
8. Смит Д. Как готовить яйца, пасту, рис, картофель, хлеб и простую выпечку / Делия Смит; [пер с англ. К. Шумейко]. М.: Эксмо, 2010. 240 с.
9. Ундрицова М.В. Глуттонический дискурс: лингвокультурологические, когнитивно-прагматические и переводческие аспекты: на материале русского, английского, французского и греческого языков: дисс. ... канд. филол. наук: 10.02.20. Москва, 2015. 290 с.
10. Ramsay G. Chef for all season's. London: Quadrille Publishing Ltd, 2000. 224 p.
11. Venuti L. The Translator's Invisibility: A History of Translation. Routledge, 1995. 353 p.
12. Delia online. Recipes. URL: <http://www.deliaonline.com/recipes/>, (Дата обращения 4.01.2017).
13. Jamie's Italy recipes. URL: <http://www.jamieoliver.com/recipes/category/books/jamies-italy/>, (Дата обращения 4.01.2017).

ПРОБЛЕМА ИНТЕРПРЕТАЦИИ МЕСТА И ВРЕМЕНИ В СОВРЕМЕННОМ МЮЗИКЛЕ (НА МАТЕРИАЛЕ ЛИБРЕТТО АРИИ “FLORENCE” И ЕЕ ПЕРЕВОДОВ)

Луконина А.В.

Статья посвящена проблеме поэтического перевода на материале английского и русского транслатов дуэта из французского мюзикла «Нотр-Дам де Пари». Проведен анализ смысловой и эстетической составляющих поэтического текста и установлена степень верности переводов оригиналу.

Ключевые слова: художественный перевод; поэтический текст; эстетика; мюзикл.

The article is concerned with the problem of poetic translation as exemplified in the English and Russian versions of a duet from the French musical “Notre Dame de Paris”. The work contains the analysis of the semantic and aesthetic components of the poetic text, and specifies the translations’ closeness to the original.

Key words: literary translation; poetic text; aesthetics; musical.

Театральная жизнь и культура не стоят на месте, постоянно развиваясь и обзаводясь новыми способами передачи авторской мысли широкой публике, которая с каждым годом становится все требовательней и избирательней, присматриваясь к новым идеям и новым постановкам. Так жанр мюзикла когда-то казался новинкой для почитателей театра, но постепенно его зрелищность и невероятная энергетика, рожденная небывалым сплавом вокала, хореографии и актерского мастерства, покоряли все больше сердец и привлекали невероятный интерес. Это «завоевание» продолжается и по сей день, и масштабность некоторых постановок, любовь к ним зрителей лишней раз доказывает, что у этого жанра впереди – полное новых открытий будущее. Стоит также отметить, что в связи с такой популярностью исследователями был введен даже новый термин, *мегамюзикл* [6] – это определенный вид музыкального шоу, в котором всё: декорации, костюмы, вокальное исполнение, хореография, музыкальный стиль, эмоции, производимые на публику, – впечатляют своей пышностью и грандиозностью. В основном, в этот список входят старые, проверенные временем спектакли, которые продолжают покорять все новые и новые сцены. К их числу относятся известные всеми миру «Призрак Оперы», «Кошки», «Отверженные», а также и француско-канадский музыкальный спектакль «Нотр-Дам де Пари», арию из которого мы бы и хотели рассмотреть в данной статье. Интересно, что он полностью оправдывает свое определение – *мегамюзикл*, т.к. входит в Книгу рекордов Гиннеса, как музыкальный спектакль, имевший самый успешный первый год постановки. В пользу этого также говорит тот факт, что мюзикл был поставлен в 17 странах и переведен на 7 языков [3].

Как видим, необходимость перевозить постановки в разные страны вынуждает вовлекать в этот творческий процесс переводчиков, перед которыми ставится задача, кажущаяся на первый взгляд невыполнимой, – перевести музыкальный текст, либретто, так, чтобы слова звучали естественно и понятно для публики, а у исполнителей не возникало сложностей с вокальными партиями. В этой связи крайне любопытно проводить сравнительные анализы разных переводов и оригинальной версии и оценивать, насколько верен остался переводчик духу постановки.

Для начала, стоит указать, что автором оригинального французского текста «Нотр-Дам де Пари» [5] является Люк Пламондон, пользующийся невероятной популярностью в Канаде и во Франции и широко известный во всем мире как автор текстов песен Селин Дион, а также как либреттист культового мюзикла «Starmania». Переводом на русский язык [2] занимался поэт и сценарист Юлий Черсанович Ким, который на данный момент знаменит в

качестве автора таких отечественных музыкальных постановок, как «Монте-Кристо», «Граф Орлов» и «Анна Каренина». В случае с английской версией [4], за перевод был ответственен американец Уилл Дженнингс, автор текста популярного саундтрека «Титаника» – «My Heart Will Go On».

В качестве материала нами был использован открывающий второй акт дуэт двух главных персонажей – архидьякона Клода Фролло и трубадура Пьера Гренгуара. Любопытно, что песня не несет важной смысловой нагрузки для развития сюжета, как такового, и не раскрывает личности персонажей, однако все равно представляет огромный интерес, т.к. является своеобразным размышлением на тему перелома времен, меняющего сознание людей и приносящего в их жизни новые, небывалые ранее идеи и изобретения, перехода от мрачного Средневековья к возвышенному Возрождению. Отметим, что действие романа Виктора Гюго «Собор Парижской Богоматери», на котором и основан мюзикл, развивается в 1482 году, а потому текст дуэта содержит множество аллюзий на события и известные имена того времени, а также имеет некоторые отсылки к произведению Гюго. В связи со всем вышесказанным, очевидно, что на переводчика ложится большая ответственность, ведь он должен бы не только ознакомиться с романом, но и изучить данный период времени и понять, в чем проблематика песни.

Итак, при тщательном рассмотрении смысловой составляющей транслятов возникает целая масса вопросов. Здесь для начала стоит указать, что дуэт сам по себе называется «Florence», т.е. Флоренция – город, мыслители которого положили начало Ренессансу, а его такие выдающиеся жители, как Микеланджело, Леонардо да Винчи, Данте подарили столице Флорентийской республики заслуженный титул «Колыбель Возрождения». Таким образом, Флоренция – это своеобразный символ песни, который, однако, не был отражен в русском переводе. Для наглядности возьмем первую строфу дуэта (см. Таблицу 1):

Таблица 1

ОРИГИНАЛ	АНГЛ. ПЕРЕВОД	РУС. ПЕРЕВОД
Parlez-moi de <i>Florence</i> Et de la <i>Renaissance</i> Parlez-moi de <i>Bramante</i> Et de «l'Enfer» de <i>Dante</i> .	Talk to me of <i>Florence</i> , And of the <i>Renaissance</i> , And of <i>Bramante</i> tell, And of great <i>Dante's</i> hell.	Расскажи мне, поэт, Что значит « <i>Ренессанс</i> », И о чём говорят И в мире, и у нас.

Как видим, оригинальное либретто ссылается сразу на четыре понятия – *Флоренция*, *Ренессанс*, *Браманте* (итальянский основоположник архитектуры Высокого Возрождения) и *Данте* (итальянский поэт, заложивший основы литературного итальянского языка), и все из них ярко иллюстрируют эпоху, о которой поют персонажи. Примечательно, что английский перевод сохранил их полностью, а вот в русском не осталось ни Флоренции, ни именитых представителей Возрождения.

Следующий отрывок также интересен для наблюдения (см. Таблицу 2):

Таблица 2

ОРИГИНАЛ	АНГЛ. ПЕРЕВОД	РУС. ПЕРЕВОД
Des bateaux sont partis déjà sur l'océan Pour y chercher la porte de la route des Indes.	They tell me ships have sailed, upon the open sea. For new ways to the East, where ever they may be.	И плывут корабли Америку искать, И карту мира вновь придётся обновлять.

Перелом времен обозначен во французском либретто аллюзией на путешествие Христофора Колумба, задумавшего добраться до берегов Индии. В английском переводе этот факт сохраняется, но Индия заменяется более обобщенным понятием – Восток. В это же время настоящая фактическая ошибка возникает в русском трансляте: дело в том, что употребление слова *Америка* в данном контексте крайне неуместно, учитывая, что произносится оно персонажем, живущим, как было отмечено, в 1482 году. Существующее

название континента же, открытого Колумбом, появилось несколькими десятилетиями позже, что делает невозможным его использование в речи Гренгуара.

Однако главным недостатком на смысловом уровне как в английском переводе, так и в русском является неточная передача ключевой фразы дуэта – *Ceci tuera cela*, являющейся прямой отсылкой к роману Виктора Гюго, в котором этими словами названа целая глава, ставшая размышлением на тему того, что книга убьет здание, слово станет доступным каждому, а каменная истина архитектуры постепенно канет в Лету. В этих трех словах – отражение страха всего средневекового сообщества и, несомненно, главный посыл песни. К сожалению, необходимость вписываться в ритмический рисунок сделала невозможным его дословную передачу – *This will kill that* в английском переводе романа и *Вот это убьет то* в русском. В то же время английский транслят является довольно успешной попыткой максимально приблизиться к смыслу фразы, он звучит как *The new will kill the old*, т.е. *Новое убьет старое*. Ю.Ч. Ким принял решение отказаться от отсылки к роману и перевел строку размытым *Всему придет свой час*, возможно, руководствуясь соображениями о том, что для российского зрителя прямое заимствование из текста «Собора Парижской Богоматери» будет непонятно. Более того, перевод не ложится в музыкальный текст так гладко, как оригинальная фраза (см. Таблицу 3).

Таблица 3

ОРИГИНАЛ	АНГЛ. ПЕРЕВОД	РУС. ПЕРЕВОД
Les livres des écoles tueront les cathédrales.	The books they read in school will kill cathedrals all.	Это новый потоп сомнительных словес,
La Bible tuera l'Église et l'homme tuera Dieu.	The Bible kills the church, and man will make god fall.	В который рухнет всё: и храм, и Бог, и крест.
Ceci tuera cela.	The new will kill the old.	Всему придёт свой час.

В оригинале бросается в глаза яркая параллельная конструкция трех предложений с повторением глагола *tuer* (фр. *убивать*), а также градация. Похожее построение текста наблюдается и в английском варианте. Русский же перевод опять отличается своей вольностью: переводчик предпочел вовсе отойти от французских стилистических приемов и ввести собственное сравнение сложившейся в те времена ситуации с всемирным потопом, после чего фраза *Всему придет свой час* звучит совершенно не к месту и порождает у зрителей дополнительные вопросы, потому что сама по себе не несет присущей оригиналу конкретики.

Таким образом, в целом можно отметить, что английский перевод Уилла Дженнинга почти в каждой строчке верно следует за оригиналом, чему, конечно же, способствует родственность английского и французского языков, ведь последний стал для перового настоящей кладью многочисленных заимствований из разных сфер жизни, т.е. такие слова как *continent, Testament, poems, cathedrals, Bible* и т.д. перешли в транслят лишь незначительно изменив произношение и орфографию. Говоря же о переводе Ю.Ч. Кима, конечно, будет справедливо отметить отсутствие в русском языке присущей французскому (да и английскому) емкости, что вне всяких сомнений усложняет адаптацию текста. Однако русский транслят все равно крайне вольно обращается с оригиналом, размывая конкретные понятия. Так, например, все либретто дуэта пронизано противостоянием *литература-архитектура*, в русском же оно либо опущено вовсе, либо смутно выражено. Из этого можно сделать вывод, что все-таки английский перевод был более удачен и точен, в то время как русскому при всем этом обилии красивых слов не хватало конкретики.

ЛИТЕРАТУРА

1. Луконина А.В., Агеева А.В. Мюзикл в процессе дублирования: к вопросу о поэтическом переводе. Terra Linguae. Сборник научных статей. Казань, 2015. С. 142-145.
2. Всеуму придет свой час – Нотр-Дам де Пари – русская версия [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://notre-damedeparis.ru/index.php/component/content/article/5-texts/55-florence.html>, дата обращения 01.02.17.
3. История мюзикла «Notre Dame de Paris» [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://ndparis.narod.ru/rus/history/musicle.html>, дата обращения 01.02.17.
4. French lyrics, Act 2 [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://ndparis.narod.ru/eng/libretto/acte2.html#1>, дата обращения 01.02.17.
5. Notre Dame de Paris, English lyrics [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://ndparis.narod.ru/eng/translations/english.html#28>, дата обращения 01.02.17.
6. Sterinfeld J. The Megamusical / J. Sterfeld – Bloomington: Indiana University Press, 2006. – P.1-8.

ЛЕКСИЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ КАК СПОСОБ ДОСТИЖЕНИЯ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ В ПЕРЕВОДЕ НА ПРИМЕРЕ ДОКУМЕНТАЛЬНОГО ФИЛЬМА «БОБ МАРЛИ»

*Насырова Л. Р.
Шигапова Ф. Ф.*

В данной статье рассмотрены виды лексических трансформаций (в соответствии классификации В.Н. Комиссарова), а также приведены реальные примеры использования переводчиками лексических трансформаций в процессе перевода документального фильма «Боб Марли» (“Marley”) 2012 г.

Ключевые слова: лексические трансформации; генерализация; конкретизация; целостное преобразование; лексическое добавление; лексическое опущение; антонимический перевод; компенсация.

In this article, different types of lexical transformations (according to V.N. Comissarov) are considered, and also examples of use of lexical transformations in process of translation of the documentary film “Marley” (2012) are given.

Keywords: lexical transformations; differentiation; concretization; semantic development; lexical addition; lexical omission; antonymic translation; compensation.

В процессе перевода не избежать возникающих трудностей, связанных с сохранением и передачей значений. Семантическая структура уникальная для каждого языка, полное совпадение лексического состава двух языков невозможно, что приводит к особым сложностям при переводе. В этом случае незаменимыми помощниками переводчика становятся **лексические трансформации**, существующие наряду с грамматическими и синтаксическими трансформациями.

Четкое разделение видов трансформаций возможно только в теории, так как в реальности перевод является сложным творческим процессом, при котором переводчику для решения переводческих задач необходимо применять различные переводческие приемы. Одна трансформация нередко рождает потребность в использовании другой. Так, например, лексические трансформации очень часто влекут за собой грамматические трансформации,

вынуждая переводчика комбинировать оба типа трансформаций. Правильное их использование гарантирует максимальную эквивалентность при переводе.

Изучение приемов, используемых в переводе, повышает профессионализм переводчика, помогая ему находить оптимальные переводческие решения, позволяя переводчику не заикливаться на попытках максимально точного воспроизведения синтаксических и грамматических конструкций и лексического состава подлинника, но также подходить к процессу перевода более творчески, находить самые оптимальные пути в передаче информации с одного языка на другой.

В данной статье рассматриваются лексические трансформации, использованные переводчиками в процессе перевода документального фильма «Боб Марли» (2012 г). Это американский документальный биографический фильм о жизни знаменитого ямайского музыканта, гитариста, композитора и исполнителя песен Роберта Неста Марли (Боб Марли).

Главное особенностью перевода документального кино, в отличие от, например, художественного, является то, что сам жанр документального кино по умолчанию предполагает достоверность излагаемых событий, что обязывает переводчика относиться к переводу особенно внимательно, не искажая ни единого факта. В то же время перевод документальных фильмов, так же, как и перевод фильмов вообще, является более свободным видом перевода в отличие от, например, художественного перевода, иногда его даже можно приблизить к «вольному» переводу. Буквализм в кинопереводе не оправдан и, если и присутствует в тексте киноперевода, то свидетельствует скорее о низкой квалификации переводчика.

Так, перед переводчиком документального кино стоит сложная задача: найти оптимальное переводческое решение, сохраняя баланс между точной, практически буквальной, передачей информации, предоставленной в оригинальном фильме, и сохранением красоты кинокартины, художественности перевода, не превращая документальный фильм в череду скучных фактов и не наполняя перевод большим количеством необоснованных повторений. Это позволяет говорить о том, что применение лексических трансформаций в переводе документального кино должно быть максимально обосновано, не должно быть ни недостаточным, ни чрезмерным, то есть должна соблюдаться мера переводческих трансформаций [3], так как любая переводческая ошибка приведет к искажению фактов, что является крайне нежелательным для этого жанра кино.

В поиске лексических трансформаций в тексте перевода фильма мы опирались на классификацию лексических трансформаций, предложенную В. Н. Комиссаровым, и рассмотрим такие из них, как **генерализация, конкретизация, прием целостного преобразования, лексического добавление и опущение, антонимический перевод и компенсация** [2].

Генерализация представляет собой замену каких-либо понятий английского языка более широкими понятиями языка перевода, замену частного понятия общим либо видовым. Применяется в переводе реже, чем противоположный ему прием конкретизации, что связано с особенностью лексического состава английского языка, включающего в себя большое число абстрактных понятий.

В переводе документального фильма «Боб Марли» нами были выявлены следующие примеры использования этой лексической трансформации:

1. *He was completely bald. With a bigbobble hat. Он был совершенно лысый. В большой шапке.*

Здесь выражение *bobblehat*, которое имеет значение «вязаная шапка с помпоном», в переводе на русский язык было заменено общим понятием *шапка*. Скорее всего причиной такого выбора стала попытка переводчика избежать отрицательной в данном контексте семантической ассоциации, связанной со словом «помпон» в русском языке. Чаще всего, фразу «мужчина в шапке с помпоном», носитель русского языка ассоциирует с инфантильным, несерьезным мужчиной, каким Боб Марли не являлся. Так переводчик успешно использовал данную лексическую трансформацию.

2. *Every time you go to 56 Hope Road, you would see a lot of people gather with Bob.* Когда ни придешь в **этот дом**, Боба всегда окружали люди.

В данном случае использование общего понятия *дом*, вместо адреса этого дома (56 Hope Road) в тексте оригинала связано с тем, что в русском языке, в отличие от английского, не принято называть дома по адресу их нахождения.

3. *After that, everybody knew his name.* После этого **о нем** узнали все.

Здесь пословный перевод «все знали его имя» означал бы, что людям было известно имя Боба Марли. Для того, чтобы сохранить значение «он стал очень популярен и узнаваем», переводчик использовал прием генерализации, заменив выражение *his name* на *о нем*.

4. *So he was frustrated he couldn't finger a guitar.* И он был раздражен неспособностью **играть на гитаре**.

Выражение *to finger a guitar*, которое переводится как «бренчать на гитаре», было заменено в переводе на выражение *играть на гитаре*, что можно объяснить тем, что «бренчание» – не самое лучшее слово для описания игры на музыкальном инструменте самого известного исполнителя в стиле регги. Хотя, произнесенное арт-директором Невиллом Гарриком, долгое время работавшим с **Бобом Марли**, и знакомым с его стилем и манерой поведения, оно звучит вполне уместно.

Также при переводе данного документального фильма переводчиком употреблялся прием **конкретизации**, противоположный генерализации. Рассмотрим следующее предложение: *You going for the Rude Boy look?* Выражение *rude boy* было заменено переводчиком на более уточненное выражение *ямайский гангстер* («Ты, похоже, хочешь выглядеть, как ямайский гангстер?»). В данном случае имеет место говорить о *контекстуальной конкретизации*, вызванной необходимостью достичь большей выразительности. Здесь изменение слов продиктовано чисто стилистическими соображениями. Ее же мы видим в предложении «*He just didn't go to his check ups (медицинские обследования)?*», переведенном как «Он просто не ходил к врачам?».

Другой случай – *конкретизация языковая*. Она связана с различиями в строе двух языков. Чаще всего эту лексическую трансформацию используют при отсутствии в языке перевода подходящей лексической единицы с таким же развернутым значением, как в исходном языке. В большинстве случаев конкретизируются английские глаголы речи и движения, такие как *say, be, have, get, take, give, make, come, go* и др.:

1. *All of we went to bed hungry a lot.* Все мы часто **ложались** спать голодными.

2. *Have you made a lot of money out of your music?* Вы много денег **заработали** музыкой?

3. *The herb was like a sacramental food to us. We take it for reasons, not just to get high.* Трава для нас – как священная пища. Мы **курим** не просто так, не только ради кайфа.

Следующая лексическая трансформация – **прием лексического добавления**. Переводческие трансформации часто требуют включения в перевод слов, которых нет в тексте оригинала. Причин может быть множество, некоторые из них мы проиллюстрируем конкретными примерами из выбранного нами документального фильма:

1. *This concert they did in London in 1975, the Lyceum that was the tipping point.* Концерт, который они дали в 1975-м в лондонском **театре** Lyceum, стал поворотным моментом.

В этом случае переводчик добавил слово *театр* для уточнения слова *Lyceum*, которое, без этого уточнения, ни о чем не говорит большинству носителей русского языка.

2. *And then the American tour was canceled, because Bob was having problems with his toe.* Но потом американский тур отменили, потому что у Боба начались проблемы с **большим пальцем на ноге**.

Часто лексическое добавление используется переводчиками из-за различий лексических составов двух языков, а именно отсутствия в языке перевода соответствующего лексико-семантического варианта определенного слова. Так, например, в русском языке, в

отличии от английского, нет отдельного слова, обозначающего палец на ноге. Поэтому переводчику пришлось передать слово *toe* смысловой группой *большой палец на ноге*.

3. *He had to earn his every meal. Каждую **пешку** еды он зарабатывал **потом**.*

Также добавление дополнительных слов при переводе может диктоваться экспрессивным раскрытием содержания текста оригинала. Для английского языка свойственно более широкое использование стилистически нейтральных слов и словосочетаний, которые при переводе на русский язык, в силу закономерностей русской стилистики, часто заменяются эмоционально-экспрессивными словами и словосочетаниями.

Наряду с лексическим добавлением, переводчиками используется и **лексическое опущение**, ему противоположное. В этом случае, при переводе опускаются семантически избыточные слова.

Преобладающая часть героев нашего документального фильма – люди из гетто, для чьей речи характерно большое количество так называемых слов-паразитов, не свойственных русскому языку. Поэтому при переводе в этих случаях необходимо опущение:

1. *I'm telling you, I had to wear dark glasses because it was so white. Мне приходилось носить темные очки, все было настолько белое.*

2. *Well, living in Trench Town, you know, um, as a young man, surviving was easy. Молодому парню было нетрудно выжить в Тренч-тауне.*

Следующая лексическая трансформация – **антонимический перевод**, представляющий собой использование при переводе прямо противоположных по значению словам и словосочетаниям оригинала слов или словосочетаний. При этом нередко приходится изменять контекст всего предложения, заменяя отрицательную форму утвердительной или наоборот:

1. *It has a significance, and is not to be taken lightly. Это важный обет, к нему относятся очень серьезно.*

2. *Bob never left 56 Hope Road. Боб всегда сидел в доме номер 56 по Хоуп Роуд.*

Так, например, прием антонимического перевода неизбежен при переводе отрицательных английских предложений с союзами *until, till, unless* на русский язык:

3. *Well, Rastas weren't allowed uptown, and, until Bob moved in, there were no dreadlocks there. Раса в этом район города не пускали, и пока Боб сюда не переехал, людей с дредами здесь не было.*

Прием целостного преобразования носит более глубокий характер, являясь наиболее трудным и ярким из видов лексических трансформаций. Целостность его выражается необходимостью подвергать трансформации не только отдельное слово, а целый смысловой комплекс (словосочетание, смысловая группа, законченное высказывание). В этом случае переводчик отходит от чисто словарного значения, отталкиваясь от смыслового значения.

Особенно часто данный прием встречается в переводе живого разговорного языка, который очень обширно представлен в выбранном документальном фильме:

1. *That's not Bob. Это совсем не похоже на Боба.*

2. *We're just doing clubs. Мы выступали только в клубах,*

3. *Come on! Давайте, ребята!*

4. *Firstly, it was packed. Over packed. Во-первых, залы были полны. Переполнены.*

Из данных примеров мы видим, что разговорные соответствия практически не содержат общих семантически компонентов, однако, хотя и обладают различной внутренней формой, точно передают вложенный в них смысл средствами языка перевода.

Последний прием, который мы рассмотрим, **прием компенсации**, позволяет компенсировать потерю (смыслового или стилистического порядка) в процессе перевода различных элементов языка (слово, словосочетание или смысловая группа), не поддающихся переводу средствами языка перевода. Очень часто этот прием необходим при переводе жаргонных слов, пословиц, поговорок, каламбура, для которых нет адекватного соответствия в языке перевода:

1. *He was the only little, what you call it, red pickney in the place. Он там был единственный мулатик.*

В русском языке нет точного перевода выражения *redpickney*. В ямайском сленге (а Боб Марли родом из Ямайки, так же, как и человек, которому принадлежат эти слова) слово *pickney* означает «ребенок» [4], что было передано в процессе перевода с помощью суффикса *-ик-*. В англоязычных и двуязычных словарях нами не было найдено ни одного упоминания слова *red* в связи с цветом кожи. Однако, зная о том, что Боб Марли был мулатом, наиболее подходящим из вариантов перевода в данном случае переводчиком было выбрано слово «мулатик».

Также для компенсации смысловых и стилистических потерь при переводе на русский язык, часто используются русские фразеологизмы, с целью придать тексту живость и образность, если прежде в некоторых случаях переводчику пришлось оставить эти его особенности за рамками перевода:

2. *Everybody lived just like a block away from each other. Все жили бок о бок.*

3. *That kind of sufferation and struggle...can make you either go bad or good. Когда растешь в таких условиях, ты либо катишься по наклонной, либо идешь вверх.*

4. *He keep pounding, keep pounding, keep pounding... Он пристал ко мне как банный лист, все время долбил...*

Таким образом, лексические трансформации оказывают переводчиками неоценимую пользу в достижении эквивалентности при переводе, позволяя не только компенсировать различия в лексической структуре двух языков, сохранить стилистические особенности текста, но и передать особенности разговорной речи, культурной составляющей и красоты текста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории перевода. М., 2008. 240 с.
2. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высш. шк., 1990. 253 с.
3. Латышев Л. К. Технология перевода. М.: Издательский центр «Академия», 2005. 320 с.
4. UrbanDictionary. Онлайн-словарь слов и фраз англоязычного сленга. URL: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Pickney>

МЕТОДЫ ПЕРЕВОДА МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В БРИТАНСКОМ И АМЕРИКАНСКОМ ВАРИАНТАХ НА ПРИМЕРЕ СОВРЕМЕННЫХ СЕРИАЛОВ

Набиуллина Е. Э.

Статья посвящена сопоставительному анализу методов перевода сленговых единиц английского языка. В качестве материала взяты современные молодежные британские и американские сериалы. В ходе написания работы проводится не только поиск лексических единиц, относящихся к слою сниженной лексики английского языка, в частности сленгу, но и предпринимается попытка классификации выбранных единиц по использованному переводчиком методу лексической трансформации.

Ключевые слова: сленг; жаргонизм; метод перевода; лексическая трансформация.

The article presents a comparative analysis of slang units, which are typical for Britain and American variants of English, and their translation into Russian. Modern Britain and American

serials are investigated. An attempt of classification according to the methods of translation for the found slang expressions is made by the authors.

Key words: slang; jargon; method of translation; lexical transformation.

Современный английский язык находится в процессе постоянного развития. Появление новых явлений, предметов и идей в целом приводит к словотворчеству, которое заключается в создании новых лексических единиц, к специфическим особенностям синтаксиса, фонетики и других аспектов языка. Новшества находят отклик в умах молодежи – людей, которые готовы принимать необычное, хотят выглядеть ярко и звучать кратко, современно. Однако, несмотря на объективное существование молодежного сленга в английском языке, данное явление не устоялось во времени, оно является подвижным, меняющимся и поэтому представляет ряд трудностей при его изучении и особенно при переводе.

В данной статье мы предпринимаем попытку решения проблемы перевода молодежного сленга английского языка как в британском, так и в американском вариантах, взяв в качестве материала современные молодежные сериалы. Сленговые единицы британского варианта английского языка рассматривались на примере сериала «**Молокососы**» (Skins 2007 – 2013). Молодежный сленг американского варианта английского языка был изучен в сериале «**Университет**» (Greek 2007 – 2011).

Сленг – одно из самых противоречивых явлений языка. Несмотря на разнообразие дефиниций сленга, выдвинутых различными лингвистами, мы придерживаемся определения Э.Партридж: «Сленг – случайная совокупность лексем, которая отражает общественное сознание людей, принадлежащих к определенной социальной или профессиональной среде.» С его точки зрения, сленг используется для создания эффекта новизны, необычности, отличия от признанных образцов, для передачи определенного настроения говорящего, для придания высказыванию конкретности, живости, выразительности, зримости, точности, краткости, образности, а также чтобы избежать штампов и клише [1].

Таким образом, можно сделать вывод, что при распространенности явление «сленг» терминологической точностью не обладает. Ввиду неоднозначности и противоречивости понятия «сленг» перед переводчиком встает сложная задача, которая заключается в наиболее адекватной передаче данных лексических единиц без искажения смысла и задумки автора.

Л.С. Бархударов придерживается мнения, что при передаче сленга на других языки используются те же способы перевода, что и для перевода литературной лексики. В случае с передачей сленгизмов к приемам *буквального(прямого) перевода* следует прибегать лишь в редких случаях и только тогда, когда значение слова понятно читателям без специальных комментариев [2, с. 210]. Гораздо чаще прибегают к непрямым способам перевода или *переводческим трансформациям*.

В процессе написания данной статьи нами было просмотрено около 20 эпизодов известных современных сериалов, в число которых вошли 2 основных сериала: «Молокососы» и «Университет». Следует отметить, что число серий американского сериала оказалось практически втрое меньше, чем число серий британского сериала, однако выявленных лексических единиц оказалось больше. Это позволяет нам сделать вывод: речь американцев (особенно молодежи) насыщена полным разнообразием экспрессивных лексических единиц, в том числе и сленговых. После просмотра 20 эпизодов (каждый из которых длительностью примерно 60 минут) и сравнения оригинальной версии с версией в переводе на русский язык мы обнаружили, что переводчики использовали множество методов лексических трансформаций. Нами было выбрано 74 сленговых единиц британского английского языка и 80 единиц американского варианта английского языка. Мы предприняли попытку классификации выделенных единиц сленга по методам перевода, которые использовали переводчики. В классификацию вошли способы перевода, предложенные Л.С. Бархударовым [2, С. 210]. Таким образом, из таблицы (см. таблицу №1)

мы можем увидеть, что наиболее предпочтительными методами перевода оказались: эвфемистический перевод (29 единиц из 154, 19%), компенсация (27 из 154, 17,5%), конкретизация (22 из 154, 14%), генерализация (21 из 154, 13,6%) и метод эквивалентной лексической замены (18 из 154, 12%). Переводчики также обращались к способу замены причины следствием и наоборот (8 из 154, 5%), дисфемистическому переводу (8 из 154, 5%), методу опущения (7 из 154, 4,5%), антонимическому переводу (5 из 154, 3,2%), добавлению (5 из 154, 3,2%), калькированию (3 из 154, 2%) и в редком случае к описательному переводу (1 из 154, 0,6%).

Из полученных результатов можно сделать вывод, что сленг как неотъемлемая часть слоя сниженной лексики характеризуется высокой экспрессией, прагматичностью, смысловой нагрузкой. Переводчик должен учитывать множество ситуационных факторов, мотивирующих употребление того или иного выражения. Мы обнаружили, что передача сленговых единиц на русский язык происходит исходя из ситуативного фактора, а не принадлежности к тому или иному жанровому регистру. Границы достаточно размыты, поэтому переводчик не только может прибегать к трансформациям слова из одного регистра в другой, но и переводить одну и ту же единицу совершенно разными способами, что обуславливается многогранностью этого лексического пласта. Так, например, выражение **«get out!»** было переведено на русский язык как 1. *Да ну!* 2. *Да ладно тебе!* 3. *Да ну брось!* 4. *Не гони!* 5. *Свали отсюда!* 6. *А ну ка проваливайте отсюда!*

В процентном соотношении метод эвфемистического перевода занимает лидирующую позицию. Мы считаем основополагающим тот факт, что сленг, существующий в английском языке в наше время, в британской и американской культуре стал само собой разумеющимся явлением в обществе. При переводе на русский язык таких особо грубых единиц с сохранением в полной мере экспрессии оригинала становится сомнительным принятие жаргона в обществе, именно поэтому переводчик обращается к методу эвфемизации. Наиболее популярным примером данного явления оказалось слово **«fuck»** и множество однокоренных ему слов, таких как **«fucker»**, **«to be fucked up»**, **«fuck off»**, которые переведены соответственно *«дебил»*, *«быть запутанным»*, *«отстань»*.

Метод конкретизации является еще одним популярным способом передачи сленга. Мы выяснили, что молодежь может называть одним и тем же словом и своего товарища, и то или иное событие и вещь. Например, слово **«buddy»** было переведено как *«салага»*, *«брат»*, *«братан»*, *«кореш»*, *«бро»*. В русском языке слово конкретизируется и становится понятно, к кому обращается персонаж или о ком говорит.

Нам удалось выявить ряд других особенностей при переводе сленга в сериалах. Нередко перенасыщенные сленговыми единицами предложения укорачивались, происходило опущение лексических единиц, что чаще всего приводило к изменению настроения. Было замечено, что сленг американского английского языка носит более шуточный характер, тогда как в британском варианте преобладают вульгаризмы, ругательства, и переводчик предпринимал попытку наиболее адекватной передачи таких слов. Сюда же можно отнести недостаточный учет ситуационных факторов речи, что также приводит к необоснованному занижению или завышению стилистической экспрессии. В целом, мы можем сказать, что сниженная лексика остается малоизученным пластом английского языка и несет в себе сложности при переводе, так как в российской литературной традиции мало развит перевод сниженной лексики.

Сравнивая сленг американских и британских подростков, можно заметить, что лексический состав во многом отличается (наиболее популярные сленгизмы в британском сериале: **For Christ Sakes! Jesus wept! Cheers; safe; to fancy; bummer; bollocks; f*ck.** Наиболее популярные сленгизмы в американском сериале: **shit; hot; crap; awesome; it sucks**). Оба сериала насыщены сленговыми единицами, однако американский отличается большим разнообразием сленга, в то время как британский – насыщен более вульгарной лексикой, а также частым упоминанием Бога наряду с ругательствами. Поэтому оказывается неслучайным тот факт, что переводчик чаще обращался к эвфемистическому переводу при

работе с британским сериалом (18 случаев из 27). Нам также удалось заметить, что британский сленг чаще переводится приемом эквивалентной лексической замены, что может говорить о небуквальной передаче слов на русский язык, эквивалентности двух языков, в то время как из американского сленга в русский язык все же переходят сленговые выражения (при работе с американским сериалом переводчик 3 раза обращался к методу калькирования).

Таким образом, при переводе сленга следует обращать внимание на ситуативный фактор, возрастные, социальные и индивидуальные особенности героев. Главная задача заключается в поиске семантически и стилистически равноценно приемлемых единиц в оригинале с направленностью на ту аудиторию, на которую рассчитан сам текст. Поэтому особенно важным является знание самих сленговых лексем, их значений в другом языке, также, как и их семантических и стилистических особенностей, стиля и образной системы переводимого текста в целом.

Таблица 4 Сленг американского и британского английского языка

Метод перевода	Сленгизм	Авторский перевод
Конкретизация	<p>BrE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Safe</i> 2. <i>Hot women</i> 3. <i>Pills</i> 4. <i>Kid</i> 5. <i>Isn't that something?</i> 6. <i>Cheers</i> 7. <i>Jesus, come on!</i> 8. <i>We are out</i> 9. <i>You tolling on our sis!</i> 	<p>Отлично Красивые женщины Колеса Парень Круто здесь? До встречи Боже, да быстрее! Мы тусимся Ты приставал к нашей сестре!</p>
	<p>AmE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Lame</i> 2. <i>Hot</i> 3. <i>What the hell is that idiot doing?</i> 4. <i>Trips</i> 5. <i>To hung out</i> 6. <i>Are you up to a game?</i> 7. <i>Buddy</i> 8. <i>Folks</i> 9. <i>We gotta do</i> 10. <i>Crap</i> 11. <i>Make out with</i> 12. <i>Its creepy</i> 13. <i>He is my man</i> 	<p>Страшный Шикарный, горячий, сексуальный Какого черта этот идиот выпендривается? Тусовки Устраивать вечеринки Соперник не нужен? Салага Парни мы задумали прикол целоваться это извращение он мой друг</p>
Генерализация	<p>BrE</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>For Christ sakes!</i> 2. <i>Spliff</i> 3. <i>Do to fickery fick</i> 4. <i>Dope</i> 5. <i>To get a bit squiffy</i> 6. <i>Let's chizzle on this dizzle</i> 	<p>Ради всего святого! Наркота Иметь дело Наркота Немножко оторваться Давайте веселиться</p>

	<p>7. <i>What a blast!</i> 8. <i>Poppet</i> 9. <i>Sweetie</i></p> <p>AmE</p> <p>1. <i>Stud</i> 2. <i>Evenin'</i> 3. <i>To show off</i> 4. <i>To grab a drink</i> 5. <i>To man up</i> 6. <i>Mad</i> 7. <i>What's wrong with you?</i> 8. <i>Awesome</i> 9. <i>Stuff</i> 10. <i>Crap</i> 11. <i>Panty</i> 12. <i>Crazy day</i></p>	<p>Было весело! Милая Дорогая</p> <p>Красавец Приветик Показывать Выпить Повзростеть Злой Что с тобой вообще такое?</p> <p>Замечательный Вещи Барахло Нижнее белье Сложный день</p>
<p>Замена следствия причиной и наоборот</p>	<p>BrE</p> <p>1. <i>I gotta dash</i> 2. <i>Hazy days</i> 3. <i>Blood</i> 4. <i>I look shaggable</i></p> <p>AmE</p> <p>1. <i>We`re gonna go</i> 2. <i>I gotta go</i> 3. <i>She had a sloppy shirt</i> 4. <i>I`ll rock his world</i></p>	<p>Мне пора Плохо помню эти дни Братаны На меня смотрят все мужики</p> <p>Нам пора Мне пора Она неряха Он меня не забудет</p>
<p>Компенсация</p>	<p>BrE</p> <p>1. <i>Shit</i> 2. <i>You take me for James Blunt</i> 3. <i>To go wild</i> 4. <i>I`ve got to go</i> 5. <i>Please!</i> 6. <i>Nope</i> 7. <i>To stash the car</i> 8. <i>Pretty much</i> 9. <i>Waste him</i></p> <p>AmE</p> <p>1. <i>Real real confident</i> 2. <i>Why bother?</i> 3. <i>Get out!</i> 4. <i>To screw up</i> 5. <i>Im having a blast</i> 6. <i>Bro</i> 7. <i>It sucked a lot</i> 8. <i>There is a catch</i> 9. <i>Betcha</i> 10. <i>Atta boy</i> 11. <i>Screw this</i> 12. <i>I am so suck of...</i></p>	<p>Твою мать! Ты считаешь, что я дебил?</p> <p>Оттянуться Всё, пока Блин! Неа Избавиться от тачки Ну типо того Мочи его!</p> <p>Мега-уверенный А че париться то? Да ну? Да ладно? Облажаться Я отрываюсь Кореш Полный отстой Ах да, чуть не забыл Точняк Молодец парень С меня хватит Меня достало, что...</p>

	<p>13. <i>Got it.</i> 14. <i>Whats up?</i> 15. <i>I need to shut him down</i> 16. <i>Awesome</i> 17. <i>Damn it!</i> 18. <i>Why the long face?</i></p>	<p>Понял. Что такое? Надо его тормознуть</p> <p>Блеск! Черт! Чего такой кислый?</p>
Антонимический перевод	<p>BrE 1. <i>That would be so safe</i> 2. <i>Why you messin` my flow?</i></p> <p>AmE 1. <i>To have awesome time</i> 2. <i>Shoulda sat out</i> 3. <i>Its ok</i></p>	<p>Было бы неплохо Не связывайся со мной</p> <p>Мы не скучаем Не надо было приходиться Ничего страшного</p>
Описательный перевод	<p>BrE 1. <i>The town is awash</i></p>	<p>Весь город торчит, будто все разом обкурились</p>
Опущение	<p>BrE 1. <i>Oh, Jeasus wept</i> 2. <i>Wanna come to a party?</i> 3. <i>Wanker</i> 4. <i>You get me?</i></p> <p>AmE 1. <i>Its kinda weird</i> 2. <i>Care to dance?</i> 3. <i>Cell phone</i></p>	<p>О, Боже На вечеринку пойдешь? - Понятно?</p> <p>Это странно Потанцуем? Мобила</p>
Добавление	<p>BrE 1. <i>Cheers</i> 2. <i>Bollocks</i></p> <p>AmE 1. <i>To rush</i> 2. <i>To catch up</i> 3. <i>To weed out</i></p>	<p>Ну спасибо тебе Боже мой, идиоты</p> <p>Вступить в студенческое братство Встречаться и болтать Отсеять лишних</p>
Эвфемистический перевод	<p>BrE 1. <i>Sodding</i> 2. <i>Twat</i> 3. <i>Bugger</i> 4. <i>Wank</i> 5. <i>Lazy turd</i> 6. <i>Fuck off</i> 7. <i>Dippy twat</i> 8. <i>I`m crap in the morning</i> 9. <i>Fucker</i> 10. <i>Shit</i> 11. <i>Fuck it</i></p>	<p>Чертов Ублюдок Мерзавец Блин! Ленивый ублюдок Отвали Дебил По утрам я не обаятельный</p> <p>Ублюдок Черт Ладно</p>

	<p>12. <i>Town scum</i> 13. <i>Bunch of pussies</i> 14. <i>Tosser</i> 15. <i>Bummer</i> 16. <i>Isn't that bitching?</i> 17. <i>Its too fucked up</i> 18. <i>Fuck off!</i></p> <p>AmE</p> <p>1. <i>To kick smb`s ass</i> 2. <i>He was hooking up with</i> 3. <i>Punk</i> 4. <i>Dumbass</i> 5. <i>Haul ass back to</i> 6. <i>To kick ass</i> 7. <i>Nimrods</i> 8. <i>I was raving bitch</i> 9. <i>I'm a dork</i> 10. <i>Cut the crap</i> 11. <i>You can be as cocky as you want</i></p>	<p>Деревенщина Трусливые Ублюдок Понятно Разве не здорово? Все так запутано А ну ка проваливайте отсюда!</p> <p>Набить морду Он целовался с...</p> <p>Урод Идиот Вернуться Обыграть Доходяги Я просто зверела Я такая бестолковая Заканчивай Можешь смеяться сколько влезет</p>
Дисфимистический перевод	<p>BrE</p> <p>1. <i>Pillock</i> 2. <i>To get laid</i> 3. <i>Rubbish food</i> 4. <i>Tits</i></p> <p>AmE</p> <p>1. <i>To get stoned</i> 2. <i>Holy crap!</i> 3. <i>To cuddle</i> 4. <i>Hookers</i></p>	<p>Дебил Трахнуться Хреновая еда Сиськи</p> <p>Валяться обдолбанным Охренеть! Обжиматься Шлюхи</p>
Калькирование	<p>AmE</p> <p>1. <i>Boyfriend</i> 2. <i>Chips</i> 3. <i>Loser</i></p>	<p>Бойфренд Чипсы Лузер</p>
Эквивалентная лексическая замена	<p>BrE</p> <p>1. <i>Sweetheart</i> 2. <i>I need a piss</i> 3. <i>To nip round</i> 4. <i>Night out</i> 5. <i>Yup</i> 6. <i>Geek</i> 7. <i>I dunno</i> 8. <i>Shut it</i> 9. <i>Cool</i> 10. <i>To pill up</i> 11. <i>How you doing?</i> 12. <i>Arse</i></p> <p>AmE</p> <p>1. <i>A freshmen</i> 2. <i>I wanna...</i> 3. <i>No worries.</i></p>	<p>Милый Мне надо отлить Сбегать Вечеринка Да Задрот Не знаю Заткнись Обалденный Накачаться (таблетками) Как ты? Задница</p> <p>Новенький Я хочу... Не волнуйся</p>

	4. <i>Its in the bag</i> 5. <i>Hey</i> 6. <i>I dumped you</i>	Я все сделаю Привет Я бросила тебя
--	---	--

ЛИТЕРАТУРА

1. Partridge E. Slang To-Day and Yesterday. London, 1960. 215p.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода. М.: Международные отношения. 1975. 237с.
3. Richard A. Spears. NTC's Dictionary of American Slang and Colloquial Expression. – NTC Publishing Group, New York, 2000. 560 p.
4. Tom Dalzell. The Routledge Dictionary of Modern American Slang and Unconventional English. – Routledge: New York, 2009. 1104 p.

ГЛАВА 7. ЯЗЫКОВАЯ ВАРИАТИВНОСТЬ: ОСОБЕННОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

РОЛЬ ПРОСОДИЧЕСКИХ СРЕДСТВ В ЗВУЧАЩЕМ ТЕКСТЕ ТЕЛЕРЕКЛАМЫ НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКОГО ВАРИАНТА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

*Андросова М. В.
Боднар С. С.*

Статья посвящена изучению роли просодических средств в повышении информативности текста телерекламы на материале британского варианта английского языка. В статье представлен подробный акустический анализ ролика телерекламы.

Ключевые слова: Лингвистика; просодия; просодическая единица; частота; информативность; общество.

The article describes the study of the role of prosodic means in increasing the informative content of TV advertising on the basis of the British variant of the English language. Furthermore, the article presents a detailed acoustic analysis of the TV commercial.

Key words: Linguistics; prosody; prosodic unit; frequency; informativeness; society.

По мере развития лингвистики как самостоятельной отрасли языкознания возникают новые направления исследований, рассматривающих различные аспекты культуры языка. Эти направления постепенно перерастают в отдельные науки, одной из которых является когнитивная лингвистика, появившаяся уже в наше время. Когнитивная лингвистика «занимается изучением закономерностей, связанных с отражением в различных языках познавательных процессов» [5, С. 183].

Рассматривая структуру речевого поведения, мы можем вычленить ряд различных невербальных признаков, которые имеют универсальный характер и свойственны практически всем.

Наша речь имеет важное значение, является фундаментом информационного обмена. Звучащая (акустическая) речь требует особых качеств произношения, то есть широкого использования интонационных возможностей, соответствующей громкости, особого ритмического построения, логического ударения, что обеспечивает просодический компонент речи.

В настоящее время лингвисты заинтересованы изучением просодического компонента речи, а также ролью и степенью влияния просодических средств в разных сферах нашей жизни, таких как: телевидение, политика, эстрада и т.д. Многие ученые уже затрагивали значение просодического компонента в своих исследованиях, например: Н.Г. Углова, Т.И. Шевченко, Н.Г. Комиссарова, О.Б. Тамбовцева и др. Тем не менее, вопрос повышения информативности звучащего текста телерекламы освящен мало.

Для начала следует разобраться в значении понятий, часто встречающихся в данном контексте: «просодия», «просодика» и «интонация».

Согласно определениям, данными лингвистами [7], «просодия» (греч. *prosodia* – ударение, припев) имеет несколько сходных, но отличающихся одно от другого значений.

Просодия – это система различных фонетических средств, в том числе высотных, силовых и временных, которые реализуются в устной речи по всем уровням речевых

сегментов – слога, слова, словосочетания, синтагмы, фразы, тексты, играющих роль различия смыслов. К компонентам просодии в этом случае относят речевую мелодику, ударения, временную и тембральную характеристику, ритм, словесные тоны.

«Просодика» (от греч. *πρόσῳδία* «припев») – система фонетических средств (акценты, мелизмы, тембр, мелодика, прерывистость, ритмика, интонация, громкость, паузация, тональность, силовое ударение, длительность), фиксирующаяся на письме системой вспомогательных знаков или диакритикой. Характерна в основном для стихотворной речи.

В 1970-е гг. употребление терминов «просодия» и «просодика» расширилось в результате повышения интереса к текстам.

Наметились две тенденции при употреблении терминов: сближение их значений вплоть до совпадения, а также четкое разграничение, когда просодика считается относящейся к слогу, а просодия – ко всем сегментным единицам. В настоящее время данные термины не имеют четкого разграничения, лингвисты так и не пришли к единому мнению об их различии или полном сходстве. Часто они выступают, как взаимозаменяемые единицы.

Вопрос о различии интонации и просодии освящен значительно больше. Современное языкознание полагает, что просодия часто выступает как синоним интонации, однако это не представляется абсолютно верным, как считает ряд отечественных и зарубежных исследователей. Интонация является более общим понятием относительно просодии. При этом просодические средства участвуют в создании интонации. В соответствии с дефиницией О.С. Ахмановой, интонация является «сложным комплексом просодических элементов, включая мелодику, ритмичность, интенсивность, темп и тембр, логическое ударение, этот комплекс служит на уровне создания предложения в целях выражения и различного синтаксического значения, и экспрессивной и эмоциональной коннотации» [1, С. 9].

Аналогичное понимание термина «интонация» как совокупности всех просодических средств можно найти у Л.А. Кантера [3], определяющего речевые интонации как «совокупность системно обусловленных просодических характеристик речи, к которым относятся частота основного тона, интенсивность и длительность, что в плане восприятия соответствует мелодическому, силовому (громкость) и темпоральному компонентам» [3, С. 17]. Следовательно, мы можем сделать вывод, что просодия выступает на микро-уровне (слог, слово, словосочетание) оформления речи, в то время как интонация относится к макро-уровню (предложение, абзац, текст).

В любом типе речи просодические средства приобретают особо важное значение, окрашивают речь, придают ей нужный оттенок, помогают добиться говорящему цели повествования. Правильный выбор просодических средств обуславливает успешный или неуспешный характер коммуникации. В рамках публичной речи (пресс-конференции, театральные постановки, кино, выступления дикторов ТВ и радио, политический дискурс) роль просодических средств возрастает. В данном контексте просодия становится своеобразным «оружием», которое применяется для привлечения внимания слушающего, т.е. реципиента. Говорящий, умело использующий просодические средства, может повлиять на слушателя, сосредоточить его внимания на важных единицах своего высказывания, произнеся их с особо высокой частотой на фоне других единиц.

Так как сфера, в которой мы производим просодический анализ текстов – это сфера телерекламы, вопрос о просодическом оформлении встает особенно остро. Звучащий текст, который мы слышим в телерекламе, относится к монологической речи, сценическому типу. Сценическая речь – это, прежде всего, звучащая речь актеров на сцене и в кино, ведущих и дикторов ТВ и радио, т.е. это речь, которая заранее тщательно подготовлена и отрепетирована.

Сценическая речь характеризуется наличием особой техники, которая связана со звучностью, гибкостью, объемом голоса, интонационной выразительностью, ясностью, четкостью произношения (дикцией), развитием дыхания.

Основные характеристики просодического оформления звучащей подготовленной сценической речи вы можете увидеть на экране:

- темпо-ритмическая организация речи;
- акцентуация (соотношение эмотивных и информативных центров);
- паузальная насыщенность текста (паузации).

При составлении таких текстов огромное внимание уделяется не только самому смысловому содержанию, но также интонационному и просодическому оформлению, т. к. только подбор правильных просодических средств обеспечит достижение конечной цели рекламного ролика – привлечение потенциального покупателя.

В своей работе мы провели исследование звучащей монологической речи в рекламе **Air Wick Wax Melt Mulled Wine**. Данный ролик появился на Британском телевидении в сентябре 2016 г. и не транслировался в России. В нем рекламируется новинка от компании Air Wick – восковая свеча и подсвечник. Принцип действия заключается в том, что восковая свеча из специальных компонентов нагревается в специальном подсвечнике (где нет открытого огня), и во время ее плавления появляется аромат, который меняется в течение плавления свечи.

Задача рекламного ролика в том, чтобы сфокусировать внимание потенциального покупателя на:

- 1) Приятном аромате, который создает продукт.
- 2) Особенности продукта, которая заключается в изменение аромата.
- 3) Легкости в использовании.
- 4) Безопасности.

Продолжительность ролика – 20 секунд. На фоне играет спокойная музыка, не отвлекающая внимание от звучащего текста. Закадровый текст читает диктор (женщина), в самом рекламном ролике главная героиня также женщина. Звучащий текст представлен ниже:

Air Wick wax melts create a warm and welcoming environment in your home
Drop one in and let it work, slowly melt
Fill your home with fragrances you love with “Air Wick life sense”
Our first constantly changing fragrance
Enjoy the warmth without a flame while being free to keep an eye on everything else
“Air Wick” home is in the air.

Данный текст мы проанализировали с помощью специальной программы Speech Analyzer и получили визуализацию изменения частоты основного тона (См. рисунок 1) и форму волны (См. рисунок 2).

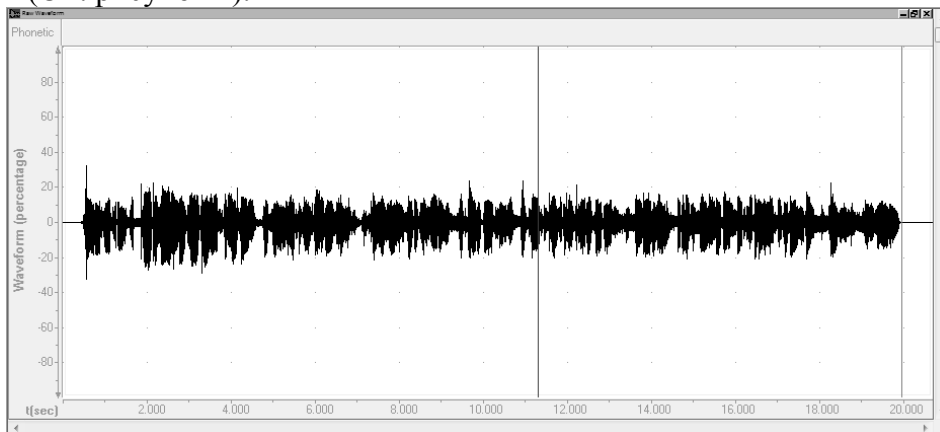


Рисунок 1. Изменение частоты основного тона

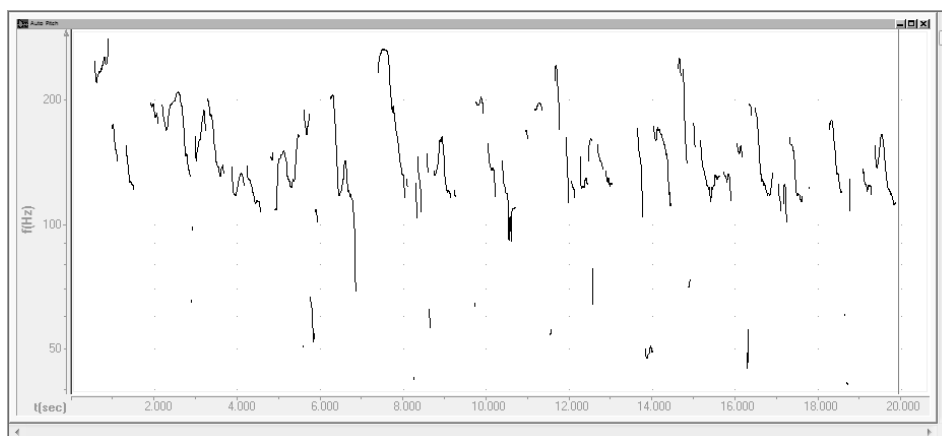


Рисунок 2. Форма волны

Для анализа просодического компонента в данном речевом сегменте мы анализируем форму волны, так как здесь более отчетливо видно, какие речевые единицы были произнесены с более высокой частотой, относительно других, т.е. просодически выделены (См. рисунок 3).

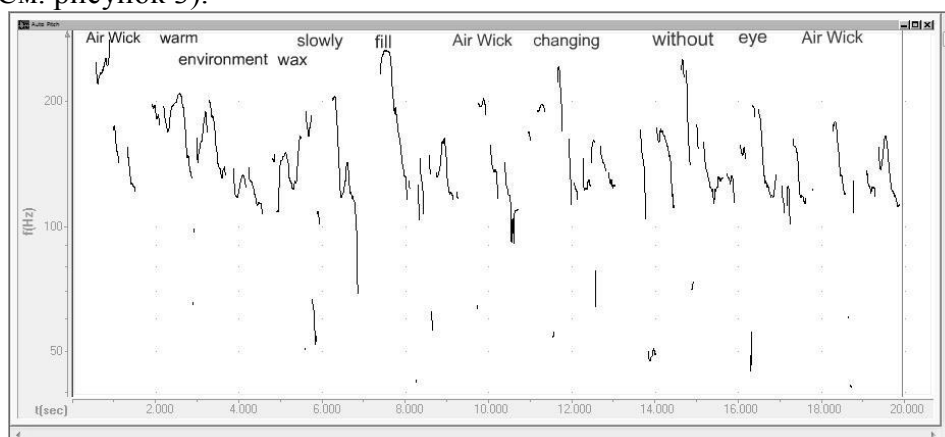


Рисунок 3. Анализ звучащего текста

Задача диктора заинтересовать потенциального покупателя, прорекламирровать товар. Просодически выделяются слова, которые должны привлечь внимание аудитории, сформировать картинку продукта, который они могут приобрести.

С помощью программы Speech Analyzer, мы выяснили, что просодически выделенными словами являются: **Air Wick** (всегда), **warm**, **environment**, **wax**, **slowly**, **fill**, **changing**, **without**, **eye**. Данные единицы произносятся на более высокой частоте относительно других, т.е. просодически выделяются.

Первая просодически выделенная единица – **Air Wick**. Это название самого продукта, поэтому наше внимание должна быть сфокусировано на нем. Каждый раз, когда диктор произносит данную единицу, она просодически ее выделяет. В первом случае частота 220 Гц, во втором 190 Гц, в третьем 180 Гц.

Следующая просодически выделенная единица – слово “**warm**”, которое должно создать в нашем восприятии ощущение чего-то приятного, теплого, домашнего. За ним следует слово “**environment**”, вместе они составляют словосочетание, которое у потенциального покупателя должно ассоциироваться с ощущением, которое они получают, если приобретут продукт: ощущение теплой обстановки вокруг.

Далее слово “**wax**” произносится с частотой 180 Гц, акцентирует внимание на необычном составе продукта. Следующая единица “**slowly**”. За словом “**slowly**” идет слово “**melt**”, которое сливается с наречием. Все словосочетание произносится с нисходящей интонацией, передавая длительность процесса. Воск медленно тает и наполняет комнату ароматом, поэтому, следующее слово “**fill**”, которое указывает на данный процесс «наполнения».

Следующая единица “**changing**” произносится на частоте 220 Грц, указывает на особенность товара изменять свой запах. Два следующих слова “**without**” и “**eye**” указывают на безопасность продукта. Вы можете оставить его и уйти, ничего не случится. В середине и конце появляется название товара, которое произносится также на повышенной частоте.

Как видно, из данного анализа, все ключевые единицы просодически выделены. Прочитав только их уже можно составить представление о товаре, его основных свойствах и преимуществах. Все ключевые моменты, на которых должно было сфокусироваться внимание покупателей, были просодически выделены.

На основе произведенного анализа можно сделать вывод, что роль просодических средств в телерекламном дискурсе весьма велика. Просодические средства широко используются для достижения главной цели продавца: заинтересовать покупателя в товаре. Название товара всегда произносится на более высокой частоте, что приводит к фокусировке внимания слушателя, даже если он сам того не хочет. Также выделяются все ключевые единицы. Достигнуть цели – привлечение покупателя – можно только при правильном просодическом оформлении речи, поэтому любой звучащий текст произносится с расставлением акцентов, он тщательно отрепетирован и подготовлен.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анашкина И. А. Роль просодии и ключевых слов в создании информационной структуры текста: кол. моногр. / И. А. Анашкина, Л. В. Верещагина, Н. Г. Комиссарова. Саранск: Мордов. гос. ун-т им. Н.П. Огарева 2005. 103 с
2. Буряя Е. А. Фонетика современного английского языка. Теоретический курс: учебник для студ. лингв. вузов и фак. / Е.А. Буряя, И.Е. Галочкина, Т.И. Шевченко. М.: Издательский центр «Академия», 2009. 272 с.
3. Демина М. А. В эфире новости... Фонопрагматический анализ воздействия британских теленовостей. – Verlag: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH&Co. KG, 2012. 66 с.
4. Комиссарова Н. Г. Роль просодии в формировании информационной структуры звучащего текста телерекламы: На материале английского языка: Экспериментально-фонетическое исследование: дис. канд. фил. наук, Саранск. 2002. 188 с.
5. Потапова Р. К. Фонетические средства оптимизации речевого воздействия // Вопросы языкознания. 2012. №2. С. 170–198.
6. Тамбовцева О. Б. Роль просодии в повышении эффективности британской монологической радио- и телерекламы: дис.канд.фил.наук. Москва. 2007. 152 с.
7. Шевченко Т. И. Социальный контекст и вариативность английского произношения // Вестник МГЛУ. Фонетика сегодня: проблемы и решения. Выпуск 1 (712). 2015. С. 244–258.
8. Roach P. English Phonetics and Phonology. Cambridge. 2000. 283 p.

КАНАДСКИЙ ВАРИАНТ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА. ФОНЕТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ НА ОСНОВЕ ВИДЕОРОЛИКОВ С ИНТЕРНЕТ РЕСУРСОВ

*Будникова А. В.
Бабенко О. В.*

Статья посвящена исследованию канадского варианта английского языка. Как и у других вариантов английского языка, у канадского английского существуют свои фонетические особенности, благодаря которым мы способны отличить его от других. Но все же, канадский вариант английского языка совмещает в себе особенности британского и американского английского. В статье приведен фонетический анализ на основе видеороликов с интернет ресурсов.

Ключевые слова: канадский вариант английского языка; английский язык; канадский английский; фонетические особенности; фонетический анализ; видеоролики.

The article describes Canadian English. Like other variants of English language, Canadian English has its own phonetic peculiarities, owing to which we are able to distinguish it from the others. But still, Canadian English combines peculiarities of British and American English. The article presents a phonetic analysis on the basis of video clips from Internet resources.

Key words: *Canadian English; English; phonetic peculiarities; phonetic analysis; video clips.*

Актуальность исследования заключается в том, что изучение данной темы позволяет рассмотреть фонетические особенности данного варианта английского языка и лучше его понять. Наше исследование может помочь устному переводчику в его работе, поскольку чем больше переводчик осведомлен о звуковых особенностях того или иного варианта английского языка, тем лучше и проще адаптируется к языку, с которым ему придется работать. Материалом исследования являются видеоролики, отобранные с интернет ресурсов в количестве 60 единиц.

Подбор материала осуществлялся методом случайной выборки из интернет ресурсов. Основными методами исследования мы выбрали анализ теоретического материала по теме исследования. Кроме того, были выделены следующие фонетические критерии, по которым производился фонетический анализ: ассимиляция, палатализация, редукция, интонация.

Английский язык, как и французский является официальным языком Канады. Английский язык, как и другие языки, в чистом виде существовать не может, поэтому на протяжении многих веков формировались различные варианты английского языка, в том числе и канадский английский. Стоит отметить, что значительное влияние на формирование канадского варианта английского языка оказал французский язык, добавляя что-то свое в этот вариант английского. На первый взгляд может показаться, что британский английский схож с канадским, но при ближайшем рассмотрении можно обнаружить большое количество черт, которые свойственны только данному варианту языка. Можно с уверенностью утверждать, что канадский английский совмещает в себе особенности британского английского (в основном в правописании: defence, а не defense как в США), американского английского, который оказывает значительное влияние на лексику и фонетику канадского английского. Но все же отличия канадского английского от британского, американского, австралийского и других представляют из себя разницу в фонетике, грамматике, лексике и написании слов.

В фонетическом строе канадского варианта английского языка присутствует несколько основных особенностей. Типичными чертами канадского английского можно назвать:

1) отсутствие различия долготы и краткости гласного, то есть нет постоянной зависимости между качеством и долготой гласного, который находится под сильным ударением. Обычно краткие гласные часто удлиняются, а в речи долгие сокращаются из-за чего теряются какие-либо различия в произношении слов *sod – sawed*;

2) четкая артикуляция пост-альвеолярного [r] в финальном положении слова после гласных звуков в таких словах как *car, letter, brother*, а также внутри слов – географическая близость с США дает о себе знать: эта особенность прослеживается и у американцев. Кроме того, обычно [r] можно заметить после долгого гласного перед согласным в тех словах, где его не должно быть;

3) секундарное ударение на суффиксе (третичное, не основное ударение на суффиксе) (в многосложных словах: *dictionary, ordinary*), а в британском эти слова имеют только одно ударение на корне. Произношение различных слов совпадает с американским и британским

вариантом английского языка, но при этом этот вариант языка обладает своими особенностями;

4) особое произношение дифтонгов с словах (удлинение, акцентуация и некоторое искажение – с точки зрения классических норм британского английского): wife, mice, right, house, couch и about. Канадцы произносят about the hoose вместо about the house.

5) появление [h] перед [w] в словах типа whether, whale. Эта особенность характерна как для канадского, так и для американского английского.

6) звук [t] произносится интервокально, когда предыдущий слог ударный: city ['sidi] (рифмуется с bidly), little ['lidəl], hearty и hardy произносятся как ['hardi].

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что канадский английский имеет достаточно общего с британским и американским английским и занимает промежуточное положение между двумя этими вариантами. Но исходя из наблюдений, можно отметить, что больше общего канадский английский имеет с американским вариантом. Но несмотря на это, британский английский не теряет свою популярность в Канаде. Кроме того, стоит отметить, что в канадском варианте английского языка ярко выражена палатализация и ассимиляция звуков.

Для данной статьи путем выборки из Интернет-ресурсов мы выделили 60 видеороликов и провели их фонетический анализ. Для исследования были выделены следующие фонетические критерии, на которые мы опирались, подвергая анализу канадский вариант английского языка:

- 1) Ассимиляция;
- 2) Палатализация;
- 3) Редукция;
- 4) Интонация.

Именно эти особенности являются основой фонетического анализа

Просматривая и анализируя по вышеперечисленным критериям следующий видеоролик, который называется " **Martin Villeneuve: How I made an impossible film** " (https://www.ted.com/talks/martin_villeneuve_how_i_made_an_impossible_film), можно заметить некоторые особенности. В данном видеоролике можно отметить влияние французского языка на произношение выступающего, поскольку некоторые слова произносятся мягче.

1. Ассимиляция.

1.1. Прогрессивная – когда предшествующий звук влияет на последующий. Пример: ... and it took me seven years to do “Mars et Avril” (предшествующий звук [r] влияет на [s] в результате чего получается [z]).

1.2. Регрессивная – последующий звук влияет на предшествующий. Пример: It’s set in Montreal some 50 years in the future (альвеолярный согласный [n] становится межзубным перед [θ, ð]).

1.3. Двойная ассимиляция – два рядом стоящих звука оказываются под обоюдным влиянием. Пример: ... and dreaming about what the future might be.

2. Палатализация (Согласные приобретают вторичное небное произношение или меняют их место или приближаются к небу). Говоря о палатализации, то согласные звуки не смягчаются, а произносятся твердо. Но перед такими гласными переднего ряда, как [i], [i:], [iə], [e], [ei], у согласных появляется мягкость.

3. Редукция – утрата некоторыми гласными звуками своей сильной формы либо полное их выпадение из слов.

3.1. Нулевая редукция – полное выпадение звука. Пример: ... it’s got tons of visual effects [its gat tʌnz əv 'vɪzʊəl ɪ'fɛkts].

3.2. Количественная редукция – звук утрачивает долготу. Пример: I’ve been in love with this guy since I was a kid [aɪv bɪn ɪn lʌv wɪð ðɪs gaɪ sɪns aɪ wəz ə kɪd].

3.3. Качественная редукция – изменение качества гласного. Пример:... I had a big budget to do it. В данном случае просто had звучит как [hæd], но в предложении в безударной позиции [æ] ослабляется до [ə].

4. Интонация. В данном видеоролике в вопросительных предложениях наблюдается повышение голоса, темп речи средний. Присутствуют паузы между речевыми отрезками. Ускорение темпа речи связано с передачей смысловых и эмоциональных нюансов.

Следующее видео, которое мы рассмотрели, называется “Allison Hunt: How to get (a new) hip”. (https://www.ted.com/talks/allison_hunt_gets_a_new_hip). В данном видео можно отметить одну отличительную особенность, характерную для канадцев: в конце некоторых предложений появляется “eh” с восходящей интонацией. Кроме того, заметно как в речи горящего дифтонг [ou] проглатывается (например: about).

1. Ассимиляция.

1.1. Прогрессивная. Пример: That means we get our new hips for free. (предшествующий звонкий звук [n] оказывает влияние на [s], в результате при произношении слышится звук [z]).

1.2 Регрессивная. Пример: Now, in Canada, we have that great healthcare system (в слове “healthcare” звук [n] стал дентальным под влиянием глухого согласного [t]).

1.3 Двойная ассимиляция. Пример: ... and I was fully trained by my 89-year-old boss (под влиянием заальвеолярного [r], альвеолярный звук [t] становится заальвеолярным, то есть кончик языка при их артикуляции смещается от альвеол вглубь полости рта по направлению к твердому небу).

2. Палатализация наблюдается у таких согласных звуков как [ʃ], [ʒ], [tʃ], [dʒ].

3. Редукция.

3.1 Нулевая редукция. Пример: I'm the youngest of seven kids (в данном случае наблюдается полное выпадение звука [ə]).

3.2 Количественная редукция. Пример: Anyway, I did have a really big epiphany around the situation, so Chris invited me to tell you about it (местоимение “me” произносится под ударением [mi:], а в данном случае в беглой речи [i:] переходит в [i]).

3.3 Качественная редукция. Пример: Hey, are you from Canada? (глагол “are” в ударном положении произносится как [ɑ:], но в данном примере при быстрой речи звучание меняется с [ɑ:] на [ə]).

4. Интонация. В данном видеоролике можно заметить нисходящий тон, поскольку происходит повествование и восходящий тон, с помощью которого выступающий передает свои эмоции, заинтересованность в теме. Но чаще всего здесь отмечается восходящий тон. Темп речи быстрый. Присутствуют редкие паузы.

В следующем видеоролике “Paul Moller: My dream of a flying car” (https://www.ted.com/talks/paul_moller_on_the_skycar) можно заметить как говорящий произносит звук [r] в таких словах как car, carpet.

1. Ассимиляция.

1.1 Прогрессивная. Пример: A number of years ago, Mr. Ford predicted that flying cars of some form would be available (предшествующий звук [r] оказывает влияние на [s], в результате при произнесении получается [z]).

1.2 Регрессивная. Пример: The sensation is unbelievable (под влиянием звука [b] звук [n] произносится как [m]).

1.3 Двойная ассимиляция. Пример: A number of years ago, Mr. Ford predicted that flying cars of some form would be available.

2. Палатализация. В данном видеоролике явной палатализации не наблюдается.

3. Редукция.

3.1 Нулевая редукция. Пример: Now, 60 years later, I'm here to tell you why it is possible [naʊ, 60 jɪəz 'leɪtə, aɪm hɪə tə tel ju waɪ its 'pɒsəbl]. В данном случае можно заметить выпадение звука [i].

3.2 Количественная редукция. Пример: It's kind of remarkable when you consider that there are no operational powered lift aircraft [its kaɪnd əv rɪ'mɑ:kəbl wɛn ju kən'sɪdə ðæt ðɜr ə nəʊ ˌɒpə'reɪʃənl 'paʊəd lɪft 'eəkrɑ:ft]. В данном примере в слове “aircraft” под ударением слово произносится как ['eəkrɑ:ft], но при беглом произношении долгота звука [ɑ] теряется.

3.3 Качественная редукция. Пример: Another difference, and I have to describe this (звук [əe] в разговорной речи переходит в [ə]).

4. Интонация. В данном видеоролике представлен нисходящий тон, поскольку происходит повествование о событиях. Темп быстрый. В речи пауз не наблюдается.

Таким образом, мы проанализировали 60 видеороликов, в которых мы заметили отличительные особенности свойственные только канадскому варианту английского языка. Из нашего исследования можно обнаружить большее сходство канадского варианта английского языка с американским. Итак, канадский вариант английского языка, входящий в североамериканский ареал распространения английского языка, развился на основе английского языка Великобритании XVIII века, перенесенного в Канаду англичанами, шотландцами и ирландцами в период первоначального массового переселения XIX век. В дальнейшем на язык огромное влияние оказали США, таким образом, фонетика канадского английского имеет как американские, так и британские черты. С начала XX века влияние американского английского значительно возросло на канадский вариант английского. Также нужно учитывать не только историческое развитие Канады, но и территориальную близость США, а отсюда и постоянное влияние этого государства на культуру и, следовательно, на развитие языка этой страны. Что касается влияния французского языка, то фонетики это явление коснулось в меньшей степени: обнаружить такое влияние можно только в различных многочисленных канадских диалектах в форме излишней палатализации (смягчения) согласных и интонационных оттенков.

ЛИТЕРАТУРА

1. Борисова Л. В. Теоретическая фонетика английского языка / Л.В. Борисова, А.А. Метлюк. М.: Высшая школа, 1980. 144 с.
2. Вейхман Г. А. Разговорный английский в США, Канаде, Австралии и Новой Зеландии. М.: Эксмо, 2014. 832 с.
3. Соколова М. А. Теоретическая фонетика английского языка / М. А. Соколова, И.С. Тихонова, Р. М. Тихонова, Е. Л. Фрейдина. Дубна: Феникс+, 2010. 192 с.
4. Соколова М. А. Практическая фонетика английского языка / М.А. Соколова, К.П Гинтовт, Л.А. Кантер. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 1997. 384 с.
5. Hunt A. How to get (a new) hip. URL: https://www.ted.com/talks/allison_hunt_gets_a_new_hip
6. Moller P. My dream of a flying car. URL: https://www.ted.com/talks/paul_moller_on_the_skycar
7. Villeneuve M. How I made an impossible film. URL: https://www.ted.com/talks/martin_villeneuve_how_i_made_an_impossible_film

ПРОСОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ РЕЧИ ПЕРЕВОДЧИКА-СИНХРОНИСТА ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА (НА МАТЕРИАЛЕ БРИТАНСКОГО ВАРИАНТА АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА)

*Бареева М. Р.
Боднар С. С.*

Статья посвящена изучению просодических особенностей британского варианта английского языка в процессе синхронного перевода политического дискурса. В статье подробно рассматриваются просодические категории английского языка, и проводится

сравнительный анализ просодических параметров ораторов и синхронистов-переводчиков в ходе публичных выступлений.

Ключевые слова: Лингвистика; синхронный перевод; просодия; интонация; интонационная шкала; интонационные завершения; общество.

The article describes the study of prosodic features of the British variant of the English language in the process of simultaneous translation of political discourse. The article examines prosodic categories of the English language in detail, and provides a comparative analysis of prosodic parameters of speakers and translators during public speeches.

Keywords: Linguistics; simultaneous translation; prosody; intonation; intonational scale; intonation completion; society.

Вопрос просодических категорий в синхронном переводе неоднократно затрагивался в работах отечественных исследователей (В.Д. Аракин, А.А. Кубашева, К.К. Пилосян, Л.В. Постникова, И.Л. Фунтова) и зарубежных лингвистов (J.C. Wells, D. Christal, N. Elmar, O. Kade, S. Cartellieri, B. Ahrens). Однако, несмотря на обилие работ на тему просодики и невербальных элементов, присутствующих в речи, база эмпирических исследований в этой области пополняется с трудом, несмотря на большой прогресс в вопросе восприятия и технических средств анализа.

Исследуя перевод, мы исходим из основных концептуальных положений теории. Вопросы перевода как особого вида деятельности нашли отражение в работах Л.С. Бархударова [1], В.Н. Комиссарова [3], А.Д. Швейцера [9], А.В. Федорова [6], где перевод рассматривается как «преобразование или трансформация текста на одном языке в текст на другом языке». С точки зрения А. Ф. Ширяева, синхронный перевод – это «детерминированный процесс, состоящий из трех последовательных фаз: ориентирования и поиска решения, осуществления и контроля» [10]. Несмотря на последовательность действий, следует учитывать характерную для синхронного перевода непредсказуемость, поскольку процесс синхронного перевода находится под влиянием субъективных и объективных критериев.

Специфическими особенностями синхронного перевода считается масштаб действий. Если в остальных видах перевода объектом действий являются отдельные фразы и предложения, то в синхронном переводе объектом являются синтагмы, разделенные интонационно, и синтаксические блоки. Следовательно, в синхронном переводе не стоит игнорировать просодическими нормы ИЯ, поскольку помимо способности интонации организовывать речевой поток на формально-структурном уровне, она осуществляет организацию речевого потока на содержательном уровне (смысловое членение) [4].

Знание просодической структуры позволяет сконцентрировать внимание на «семантических центрах, которые отображают сквозной смысл текстового поля». Кроме того, в структурах ИЯ и ПЯ следует уделять внимание просодической акцентуации (ядерным тонам). Сравнивая русский и английский языки, следует отметить, что в английской интонационной системе кинетический тон реализуется в рамках слога более растянуто, что создает определенную «певучесть». Следует выделить и ритмическую организацию речи англичан, в которой может наблюдаться «сильный ритмический акцент», а также редукцию безударных слогов и контраст между выделенными и невыделенными слогами [2; 5; 7]. Кроме того, в процессе синхронного перевода следует учитывать вариации движения интонационной шкалы в британском варианте английского языка, поскольку характер интонационных шкал разнообразен:

- Ровная и низкая, с ровным завершением (low-level scale + mid level ending).
- Высокая ровная шкала с высоким восходящим завершением (high level scale + high rise ending);

- Постепенно повышающаяся шкала с высоким восходящим завершением (gradually ascending scale + high rise ending) (выражение взволнованности, неуверенности, неодобрения, возражения и совета);
- Скользящая шкала с высоким восходящим завершением (sliding scale + high rise ending) [8].

Для проведения сравнительного анализа просодических параметров английского и русского языков переводчиков-синхронистов было проведено аудиторское и акустическое исследование. Для наглядности эксперимента было проанализировано выступление премьер-министра Великобритании Т. Мэй на 71-ой сессии Генеральной Ассамблеи ООН от 20 сентября 2016 г. и синхронный перевод данной речи с английского на русский язык. Для сравнительного анализа было исследовано выступление В.В. Путина на 70-ой юбилейной сессии Генассамблеи ООН от 28 сентября 2015 г. и синхронный перевод с русского на английский язык.

Длительность анализируемого материала составила 1 час 32 минуты.

- 43 минуты 53 секунды (выступление Т. Мэй и выступление Т. Мэй с сопровождением синхронного перевода)
- 48 минут 12 секунд (выступление В.В. Путина и выступление президента с сопровождением синхронного перевода)

Источником видеоматериала является платформа YouTube. Для проведения электроакустического исследования была использована программа для лингвистического анализа и обработки звука Praat. Указанная программа позволяет получить информацию о значениях среднего, минимального и максимального уровня частоты в герцах в указанном отрезке; о показателях высоты тона в децибелах; о степени пауз и разрывов в процентах и миллисекундах.

Для сравнения был проведен электроакустический анализ, в котором учитывались:

Максимальное значение ЧОТ (Гц);

- Минимальное значение ЧОТ (Гц);
- Среднее значение ЧОТ (Гц);
- Максимальное значение интенсивности (Дб);
- Минимальное значение интенсивности (Дб);
- Среднее значение интенсивности (Дб);

Для проведения аудиторского анализа были использованы следующие дискретные градации:

- Уровень интенсивности (низкий, средний, высокий);
- Степень паузации (в процентах и миллисекундах)
- Уровень тона (низкий, нейтральный, высокий, очень высокий).

При акустическом анализе были выявлены следующие показатели (См. Таблицу 1.):

Минимальное значение ЧОТ в отрезке	76, 580 Гц
Максимальное значение ЧОТ в отрезке	331, 059 Гц
Значение ЧОТ в отрезке	184, 990 Гц
Мин. Значение интенсивности	38, 57 Дб
Среднее значение интенсивности	63, 85 Дб
Макс. Значение интенсивности	73, 23 Дб

Таблица 1. Характеристики интонации речи Т. Мэй

Скорость речи оратора – 133 слова в минуту, что ниже среднего показателя темпа английской речи (140-150 слов). Каждая интонационная синтагма, включающая в среднем 4-9 слов, ограничена короткими паузами. Уровень тона оратора нейтрален (184, 990 Гц),

потому как показатель не превышает нормы ЧОТ женского голоса (106-202 Гц). Степень пауз составляет 30, 7% от общего речевого потока (См. Таблицу 2.):

Паузы	Длительность пауз (в мсек)
Сверхкраткие	120
Краткие	216
Длительные	1416
Сверхдлительные	1512
Средний показатель	816

Таблица 2. Длительность пауз.

Уровень интенсивности выступления Т. Мэй можно охарактеризовать как средний, так как средний показатель интенсивности (63, 85 Дб) на протяжении всего высказывания не превышает средних показателей интенсивности английской речи (50-70 Дб) (См. Рисунок 3.).

Обратим внимание на анализ синхронного перевода с английского на русский язык (См. Таблицу 3.).

Минимальное значение ЧОТ в отрезке	80, 653 Гц
Максимальное значение ЧОТ в отрезке	385, 250 Гц
Значение ЧОТ в отрезке	204, 261 Гц
Мин. Значение интенсивности	24, 972 Дб
Среднее значение интенсивности	55, 956 Дб
Макс. Значение интенсивности	66, 110 Дб

Таблица 3. Характеристики интонации переводчика-синхрониста Т. Мэй.

Величина пауз в данном отрезке составляет 43,7 %, от общего речевого потока, что на 13% больше показателя речи оратора. Средний показатель длительности пауз (1020 мсек) превышает средний показатель речи оратора на 204 мсек или на 25% (См. Таблицу 4.):

Паузы	Длительность пауз (в мсек)
Сверхкраткие	120
Краткие	160
Длительные	1808
Сверхдлительные	2016
Средний показатель	1020

Таблица 4. Длительность пауз в переводе.

Для подтверждения, что переводчик справился с переводческой задачей и осуществил перевод с учетом просодических параметров ИЯ и ПЯ, необходимо провести анализ выступления В.В. Путина и перевод с русского на английский язык.

При акустическом анализе речи оратора были выявлены следующие показатели (См. Таблицу 5.):

Минимальное значение ЧОТ в отрезке	66, 933 Гц
Максимальное значение ЧОТ в отрезке	489, 372 Гц

Значение ЧОТ в отрезке	147, 015 Гц
Мин. Значение интенсивности	45, 10 Дб
Среднее значение интенсивности	66, 61 Дб
Макс. Значение интенсивности	76, 68 Дб

Таблица 5. Характеристики интонации речи Путина В. В.

Обратим внимание на анализ синхронного перевода выступления В. В. Путина с английского на русский язык (см. Таблицу 6.):

Минимальное значение ЧОТ в отрезке	75, 996 Гц
Максимальное значение ЧОТ в отрезке	359, 506 Гц
Значение ЧОТ в отрезке	209, 771 Гц
Мин. Значение интенсивности	36, 201 Дб
Среднее значение интенсивности	69, 288 Дб
Макс. Значение интенсивности	82, 377 Дб

Таблица 6. Характеристики интонации переводчика-синхрониста В.В. Путина.

Для наглядного сравнения результатов обеих групп информантов, можно представить две диаграммы:

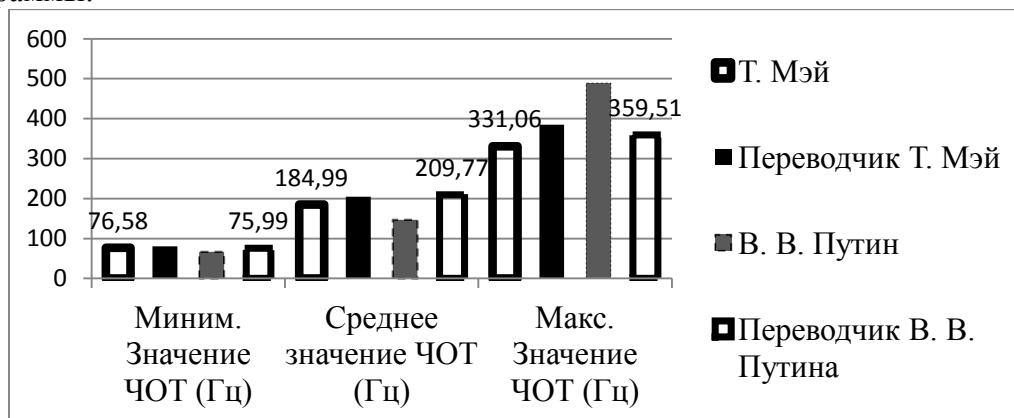


Диаграмма 1. ЧОТ речи ораторов

На основе данной диаграммы (См. Диаграмму 1.), следует отметить, что показатели минимальной и максимальной ЧОТ речи Т. Мэй и переводчика В.В. Путина (перевод на английский) отличаются незначительно. Это говорит о высоком профессионализме переводчика, который во время осуществления перевода держался в рамках просодических категорий британского английского языка.



Диаграмма 2. Интенсивность речи ораторов.

Показатели интенсивности переводчика Т. Мэй (перевод на русский язык) и речи В.В. Путина не совпадают (См. Диаграмму 2.). Разница может быть обусловлена разницей половой принадлежности, либо ошибками в просодическом оформлении речи переводчика, а именно в ее монотонности.

Таким образом, полученные в исследовании данные раскрывают фонетико-просодический аспект британской английской речи в политическом дискурсе на примере публичным выступлений. Показатели исследования подтверждают, что игнорирование просодических параметров может привести к ошибкам в интонационном оформлении, что негативно влияет на восприятие. Кроме того, отсутствие правильного просодического оформления речи в процессе синхронного перевода, может свидетельствовать о недостаточной квалификации переводчика-синхрониста.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод. Вопросы общей и частной теории. М., 1975. 6 с.
2. Зиновьева Е. Н. Интонационная категория тона и ее реализация в спонтанной монологической речи: автореф. дис. М., 1995.
3. Комиссаров В. Н. Слово о переводе. Очерк лингвистического учения о переводе. М., 1973.
4. Соклакова О. В. К обучению интонации английского языка в свете контрастивно-сопоставительного анализа. К., 2014. С. 56-61.
5. Тихонова Р. М., Амелина Е. И. Интонационные способы передачи смысла в английском и русском языках / Функциональный анализ фонетических единиц английского языка. М., 1986.
6. Федоров А. В. Основы общей теории перевода (лингвистический очерк). Изд. 3-е., М., 1968.
7. Фомиченко Л. Г. Просодическая реализация коммуникативных функций сообщения и воздействия в английской монологической речи: автореф. канд. дис. М., 1985.
8. Фунтова И. Л. Современные тенденции в британской интонации. к. филол. наук. М., 2014. 188 с.
9. Швейцер А. Д., Перевод и лингвистика. О газетно-информационном и военно-публицистическом переводе. М., 1973.
10. Ширяев А. Ф. Синхронный перевод. Деятельность синхронного переводчика и методика преподавания синхронного перевода. М., 1979. 11 с.

ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ МОДИФИКАЦИИ ФРАНЦУЗСКОГО ЯЗЫКА ВО ФРАНЦИИ И ИХ ЛЕКСИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ

*Иванова К.П.
Яруллина Ф.И.*

Статья посвящена территориальным модификациям французского языка во Франции. В статье рассматриваются лексические особенности территориальных вариантов французского языка в метрополии, а также влияние диалектов и региолектов на литературный французский язык.

Ключевые слова: литературный французский язык; территориальные модификации языка; диалект; региолект; лексические особенности.

The article focuses on territorial varieties of the French language in France. It explores lexical characteristics of territorial varieties of French in metropolitan France, as well as, the influence of dialects and regional languages on standard French.

Keywords: standard French language; territorial varieties of language; dialect; regional language; lexical characteristics.

В настоящее время французский язык считается одним из наиболее распространенных языков в мире. Он является официальным языком общения не только на территории Франции, но также в Бельгии, Швейцарии, Канаде и некоторых странах Африки. Во всех этих странах в результате государственного разобщения сформировались варианты литературного языка, которые отличаются от языка Франции фонетическими, лексическими и грамматическими особенностями. Однако территориальные модификации французского языка существуют также и в пределах самой Франции, которая является одной из самых богатых с точки зрения языкового наследия стран Западной Европы. Сегодня, несмотря на тот факт, что французский язык является единственным языком официального общения, обучения, государственных учреждений и внешних сношений страны, мы можем наблюдать, что внутри самого языка скрываются существенные различия, и что он не является однородным, каким кажется на первый взгляд. Поэтому можно заключить, что существуют заметные различия между официальным литературным французским языком и его территориальными модификациями

В современном французском языкознании к территориальным модификациям французского языка во Франции относят диалекты и региолекты. Иначе их называют территориальными вариантами французского литературного языка в пределах метрополии.

В соответствии с наиболее общим определением диалект является территориальной и исторически определенной разновидностью языка. Его отличает то, что он не имеет нормализованной литературной формы, не применяется в публичном общении, а используется лишь в бытовой сфере, характеризуя речь малообразованных слоев населения, и иногда в художественном творчестве, например, в фольклоре. Кроме того, лингвисты говорят о структуре диалектов на территории Франции, подразделяя их на говоры (*parlers*) и патуа (*patois*), при этом последний термин довольно часто приобретает определенный негативный окрас и обозначает ненормативную речь населения той или иной местности [2].

Исторически диалекты предшествовали французскому литературному языку и, можно сказать, формировали его. Достаточно вспомнить, что национальный язык развился из диалекта Иль-де-Франса, который имел в свое время доминирующее положение. Сегодня во французском языке встречается лексика, которая была заимствована из различных диалектов. Так, из провансальского языка пришли такие слова, как **barque** – лодка; **brume** – туман; **abri** – укрытие. Известно, что среди слов, которые были заимствованы из диалектов, почти половина пришла именно из этого языка. Из северных диалектов было заимствовано немало слов, относящихся к добыче угля: **houille** – каменный уголь; **grisou** – метан; **benne** – большая корзина; из нормандского – термины, которые относятся к мореходству: **quille** – киль; **câble** – канат; **harpon** – гарпун. Ряд слов взят литературным французским языком из восточных диалектов: **glacier** – ледник; **alpage** – альпийский луг; **avalanche** – лавина, обвал. Много диалектных слов присутствует сегодня в разговорной речи французов: **bagnole** – машина, драндулет; **blague** – шутка, вранье; **bâcler** – халтурить; **baratin** – болтовня; **berniqne** – не тут-то было [5].

Однако с развитием и распространением французского литературного языка диалекты начали постепенно распадаться и исчезать. Данная тенденция местных говоров к отмиранию в связи с развитием литературного языка характерна для языковой ситуации любой другой страны. Многие французские исследователи говорят о том, что в настоящее время происходит падение значения диалектов как средства общения. Тем не менее, некоторые диалектные формы и даже патуа, теряющие пренебрежительную окраску, сохраняются в различных регионах страны и продолжают довольно активно использоваться отдельными людьми для придания речи большей экспрессивности, в чем бесспорно проявляется также и их привязанность к месту своего проживания. Изучение диалектов вызывает также интерес у ученых. Наука о диалектах – диалектология, возникла во Франции уже в конце XIX века. В настоящее время в стране публикуется много исследований, одни из которых направлены на изучение языковых особенностей отдельных говоров, другие – на изучение использования

диалектов в литературных произведениях, третьи – на изучение функционирования диалекта как средства общения и его конкуренции с французским литературным языком.

В лингвистическом плане вытеснение диалектов не могло происходить бесследно. В результате взаимодействия литературного французского языка с диалектами возник второй территориальный вариант речи – региональный французский язык (*le français régional*), который называют также региолектом. Поначалу региональные языки появлялись в крупных городах, откуда они распространялись на окружающие деревни, часто вытесняя местные говоры, которые в свою очередь оказывали влияние на эти языки. Сегодня по причине того, что территориально-административные границы не всегда совпадают с языковыми, сложно определить точные пределы французских региолектов. Однако на основании главным образом фонетических особенностей в настоящее время на территории Франции выделяют три наиболее крупные группы региональных языков:

- *les langues d'oil*, куда входят региолекты северной и центральной части страны, такие как франсийский, нормандский, пикардский;
- *les langues d'oc*, группа региональных языков южной части страны, включая средиземноморье, таких как гасконский, провансальский, лангедокский;
- *les langues franco-provençales*, региональные языки восточных земель страны такие как бургундский, франш-конте, лотарингский [1].

Количественно региональные языки Франции значительно превосходят языки этнических меньшинств, которые также используются в стране и определяют ее языковую ситуацию. Некоторые исследователи объединяют и те и другие языки в одну большую группу, называя их все региональными языками, что может вызвать непонимание. По подсчетам ученых сегодня во Франции существует 28 региональных языков, общее число носителей которых составляет 12% населения страны.

Взаимовлияние французского литературного языка, местных диалектов и говоров, о котором мы упоминали выше, объясняет проявление тех произносительных, лексических и грамматических особенностей, которыми характеризуются региональные языки Франции сегодня. Необходимо отметить, что региолекты проявляют наибольшее разнообразие и специфику, прежде всего, в области своего лексического состава, на что нам хотелось бы обратить особое внимание в данном исследовании.

Во французской региональной лексике присутствует определенное количество слов, которые вышли из употребления в литературном французском языке. К таковым можно отнести слово **courtil** в значении *сад* (во французском литературном языке – *jardin*), встречающееся в лексике Бретани; **souventes fois** – *часто* (во французском литературном языке – *souvent*), которое употребляется в области Сентонж; **soudard**, употребляемое в Савойи в значении *солдат* (во французском литературном языке – *soldat*). Кроме того, в региональных языках нередко можно встретить слова и выражения, которых просто нет в национальном французском языке, особенно это характерно для словаря региолектов в южных районах страны. Например, выражение **avoir le tracassin** – *быть неусидчивым, шумным, не сидеть на месте*; **millade, millas (-se)** или **militasse** – *различные пироги и десерты из сахарной кукурузы*; **journade** – *участок земли, территория, которую можно обрабатывать в течение дня*; **bastide** – *удаленная ферма, небольшой деревенский домик*; **pierre d'assalier** – *камень, на который кладут соль для скота*; **lamparo** – *лампа для привлечения рыбы во время рыбалки*; **bombée** – *прогулка, поездка*. Иногда некоторые слова французского национального языка имеют совсем другой смысл в региональном употреблении. Например, в Пуату глагол **quitter** – *покидать* имеет значение глагола **laisser** – *позволять*; в Орлеане слово **guetter** – *подстерегать, поджидать* сохранило первоначальный смысл и употребляется в значении **garder, surveiller** – *охранять*; в Нормандии слово **espérer** – *надеяться* может употребляться в значении **attendre** – *ждать* [6].

Долгое время вопросы, касающиеся территориальной дифференциации лексики французского языка, не изучались французской наукой. Исследования в этой области откладывались ввиду большой популярности идеологии пуризма, согласно которой

французский язык в своей правильной форме присутствует только в столице Франции, Париже, и в парижском регионе. Специфические проявления языка на других территориях страны считались ошибочными и не соответствующими норме. Детальное изучение локальной вариативности лексики французского языка началось лишь в конце XX века. Серьезные исследования в этой области были проведены группой лингвистов под руководством Пьера Резо, занимавшего пост директора Национального центра научных исследований. Долгое время группа занималась составлением лингвистических атласов и тезаурусов французского языка, и только по окончании этих работ она приступила к созданию Словаря регионализмов французского языка Франции – *Le Dictionnaire des régionalismes de France: géographie et histoire du patrimoine linguistique*, который был опубликован в начале XXI века. В словаре дается детальное описание лексики регионов Франции, а также представлено 10 000 примеров из 13 000 книг и 1150 региональных газет и журналов, а также 330 карт, на которых наглядно показывается территория распространения тех или иных слов. Однако, несмотря на возросший интерес к изучению лексических особенностей региональных языков во Франции и на значительные успехи в этой области, ученые страны отмечают, что исследование французских региолектов в целом находится в самом начале пути и требует большого внимания со стороны лингвистов.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бородин М. А. Проблемы лингвистической географии (на материале диалектов французского языка). Л.: Наука, 1996. 218 с.
2. Гак В. Г. Введение во французскую филологию. – М.: Просвещение, 1986. 184 с.
3. Гак В. Г. Беседы о французском языке. М.: Международные отношения, 1996. 335 с.
4. Клоков В. Т. Особенности регионализации французской речи во Франции. Часть II / В. Т. Клоков // Известия Саратовского университета, т. 10, серия Филология. Саратов: СГУ, 2010. С. 42–48.
5. Dictionnaire encyclopédique Le Petit Larousse. P.: Larousse, 1996. 1784 p.
6. Pierre Rézeau, Dictionnaire des régionalismes de France: géographie et histoire d'un patrimoine linguistique; Bruxelles, De Boeck & Larcier – Editions Duculot, 2001. 1140 p.

КЛАССИФИКАЦИЯ БЕЛЬГИЦИЗМОВ ПО ЧАСТЯМ РЕЧИ

Захарова Е.А.

Статья посвящена классификации бельгицизмов на основе их принадлежности к определенной части речи, а также их специфике. В статье предложен один из вариантов классификации бельгицизмов на примере лексических единиц, отобранных из словарей и других источников.

Ключевые слова: бельгицизм; лексическая единица; часть речи; классификация

The article describes the classification of belgicisms on the basis of their part of speech and also their specificity. The article presents one variant of the classifications of belgicisms exemplified by lexical units selected from dictionaries and other resources.

Key words: belgicism; lexical unit; part of speech; classification

Французский язык, используемый на различных территориях в качестве государственного языка, приобретает новые краски и особенности в каждой стране. Бельгийский французский находится под влиянием других языков, в частности,

нидерландского, немецкого, валлонского и фламандского. В особенности это влияние прослеживается на уровне лексики - в современном языке сохранились слова и выражения, пришедшие как из валлонского, так и из фламандского. Множество выражений, используемых жителями Бельгии, не имеют эквивалентов в стандартном французском языке или имеют иное значение. В данной статье мы классифицируем языковые единицы по частям речи и рассмотрим частоту их употребления в прессе.

Существительные, как известно, выполняют номинативную функцию в языке, именно поэтому существует так много бельгицизов-существительных. Соотношение рода имен существительных в бельгийском и стандартном французском примерно одинаковое. Некоторые единицы используются исключительно на территории Бельгии и, в основном, выполняют функцию экспрессивно-эмоционального окрашивания.

Следует заметить, что бельгицизмы-существительные встречаются в прессе Бельгии чаще всего (около 70%). Их специфика и тематика абсолютно различна. Например, в прессе часто употребляется бельгицизм **bourgmestre** (*м, мэр*). Изначально он восходит к немецкому слову *burgmeister*, которое вошло во фламандский диалект, однако уже в измененной форме *burgemeester*. В прессе данная единица используется достаточно широко: *La demeure bourgeoise du bourgmestre et mécène Nicolas Rockox (1560 – 1640) se métamorphose en un luxueux cabinet d'art présentant des chefs-d'œuvre du Musée royal des Beaux-arts d'Anvers*. Интересно и то, что во Франции данная единица также часто используется, но только для освещения событий, происходящих в Бельгии: *La police n'a donné aucune information sur le conducteur du véhicule, qui a été arrêté sans opposer de résistance, mais il "est signalé comme radicalisé", a déclaré Charles Picqué, le bourgmestre (maire) de la commune bruxelloise de Saint-Gilles, où se trouve la Porte de Hal, dont les environs ont été bouclés*. Среди существительных-бельгицизов политической тематики можно выделить и женскую форму слова *министр* - **ministresse**. В бельгийский вариант данная форма попала относительно недавно, как результат движения женщин за равноправие. В прессе она употребляется все чаще: *Se gaussant de notre pays morcelé, Liberski montre une ministresse de la Culture Aïcha Parmentier, un président de la Commission du cinéma belge Rony Jingleberg, un cinéaste wallon Jean-Jacques Henriën et deux réalisateurs Jean-Luc et Pierre Jambon montant une manifestation dressant l'état des lieux du cinéma belge - enfin, disons, du cinéma Wallon-Bruxelles-Belgique francophone - et soutenue par un ministre Michel Louis qui y présente aussi son film «Comment j'ai construit ma maison rien qu'à moi tout seul»*.

Многие из бельгицизов-существительных пришли в язык из фламандского диалекта. Яркий пример подобной лексической единицы - существительное **kermesse** (*ф, ярмарка, праздник*), которое родилось из фламандского *kerkmess*. В печатных изданиях фламандских регионов этот бельгицизм встречается особенно часто: *Une kermesse typiquement belge sera organisée dimanche à New York en l'honneur de l'accession au trône du prince Philippe, a indiqué jeudi dans un communiqué la chambre de commerce belgo-américaine*. В прессе Брюсселя для передачи того же значения есть собственный бельгицизм - **ducasse**, также широко распространенный в прессе: *Les services de secours ont travaillé plus que d'habitude ce dimanche, à la ducasse de Mons. Aucun blessé grave n'est à déplorer, mais les «combattants» du doudou blessés étaient plus nombreux que l'an passé*.

К единицам, пришедшим в бельгийский вариант французского из фламандского языка относится и **drève** (*ф, аллея, засаженная деревьями*). Это слово образовалось от *dreef*, и кроме Бельгии употребляется еще и на севере Франции. Однако чаще всего это существительное встречается на страницах печатных изданий Брюсселя: *Le chantier consiste en la pose d'une nouvelle canalisation de gaz le long de la drève de Lorraine, entre le bois de la Cambre et l'avenue Van Bever, précisément sur le côté droit de cet axe massivement fréquenté, en sortant de Bruxelles, dans le fossé au-delà de l'alignement des arbres*.

Определенное количество бельгицизов образовалось от старофранцузских слов. Одной из таких единиц является **aubette** (*ф, киоск*). Слово восходит к **hube** (*ф, крыша*), которое претерпело множество изменений при столкновении с региональными говорами

Франции, а затем и с языковыми особенностями Бельгии. Однако в прессе данная единица не теряет своей актуальности: *La jeune femme qui vend occasionnellement les fraises de la ferme Delabre sur la place Faniel à Wanze vous rappelle quelqu'un ? Et oui! Il s'agit bien d'Anne-Marie, la jeune femme choisie par Xavier, jeune agriculteur du Luxembourg lors de l'édition 2014 de « L'Amour est dans le pré ». Leur idylle a tourné court, mais Anne-Marie ne regrette rien...«Je suis une tête de mule, affirme d'emblée Anne-Marie derrière ses cageots de fraises, dans son aubette de la place Faniel à Wanze. J'ai un caractère très carré. Quand je décide quelque chose, je le fais et sans demander l'avis autour de moi».*

Среди единиц, использующихся исключительно в Бельгии есть и такое существительное, как **surcollage** (*m, переклеивание*). Чаще всего оно употребляется в Валлонии, причем в контексте политики и выборов: *Alors que la Chambre du Conseil de Charleroi devait examiner vendredi le dossier relatif à un incident au sujet d'un surcollage d'affiches électorales entre Philippe Van Cauwenberghe et un tenancier de taverne au moment des dernières élections communales, un co-prévenu de l'ancien échevin, Reynald Challe, a fait son apparition dans le dossier et a introduit une requête qui paralyse la procédure judiciaire, annonce vendredi La Nouvelle Gazette.*

Некоторые слова существуют как в стандартном французском, так и в бельгийском варианте языка, но в разных значениях. К таким существительным-бельгицизмам относится и **auditoire**. В общефранцузском языке она имеет значение "аудитория, группа слушающих", а в бельгийском варианте языка обозначает "аудитория, помещение для занятий". В Бельгии данная единица больше характерна для разговорной речи, однако также употребляется в СМИ: *Le site, dont les secrets architecturaux sont encore bien gardés, sera réparti sur plusieurs étages et comprendra un auditoire de 250 personnes, des locaux pour les cours théoriques, plusieurs simulateurs (dont celui en 3D que l'entreprise vient tout juste d'acquérir), des installations extérieures et un grand hall afin de reproduire le plus fidèlement possible les conditions du réel.*

Бельгийские прилагательные составляют вторую группу по широте употребления в прессе (около 15%). Чаще всего они употребляются в официальной и административной сфере, однако сохраняют широкий тематический спектр. Многие прилагательные, характерные для бельгийского варианта французского имеют стилистическую окраску и используются для характеристики человека.

Среди бельгицизмов-прилагательных особенно интересны единицы **légistique** (*законотворческий*) и **parastatale** (*полугосударственный*). Контекст использования единицы **légistique** можно проследить на следующем примере ее использования в изданий Le Vif: *Certes, le fonctionnement perçu comme opaque de l'Union européenne, réputée loin des peuples voire contre les peuples, son indigestion légistique, sa novlangue, son déficit démocratique, ses doublons, ont agi comme toile de fond.* Бельгицизм **parastatale** используется в следующем тематическом контексте: *A la fin des années 1980, la gestion de l'ancienne structure parastatale défraie déjà la chronique : son directeur général, Georges Viatour, est suspecté d'usage de faux et de détournements multiples destinés à alimenter une "caisse noire" pour rétribuer certains collaborateurs.*

Широко используемое во Франции прилагательное **amical** (*дружелюбный*) в бельгийском варианте поменяло форму на **amiteux**. Кроме Бельгии такая форма употребляется и в некоторых регионах Франции. В контексте бельгийских СМИ это слово можно встретить достаточно часто: *Les Skye terriers sont des chiens originaire de l'île de Skye en Ecosse, deux fois plus long que haut, bas sur pattes et à poil long qui aiment courir dans les taillis et gratter le moindre terrier, très amiteux et câlins avec les enfants.* Среди других прилагательных-бельгицизмов можно отметить следующие единицы: **macasse** (*легкомысленный*), **belgeois** (*бельгийский*), **nishe** (*нечистоплотный*), **clinche** (*бестактный, неловкий*), **echt** (*истинный*) и др.

Глаголы в бельгийском варианте французского занимают третье место по распространению в прессе (около 13%). Бельгийские глаголы часто образуются путем

прибавления префиксов (например, **méconduire** - *плохо себя вести*) или от существительных (**jober** - *работать*). В отличие от глаголов стандартного французского языка, глаголы-бельгицизмы не являются местоименными и имеют довольно разнообразное применение. Среди наиболее часто упоминающихся в прессе бельгийских глаголов можно выделить **blinquer** (*блестеть*), сформировавшийся от валлонского blinken: *La clé d'une relation harmonieuse avec celle ou celui qui s'occupe de faire blinquer votre chez soi, passerait tout simplement par des règles bien établies et une meilleure communication selon Famille Hulp qui emploie près de 3000 femmes de ménage en Flandre*. От французского **griffe** (*ф, коготь*), которое в бельгийском варианте поменяло значение на "царапина", появился распространенный глагол **griffer** (*царапать*). В прессе этот бельгицизм также можно встретить: *Du côté des autres conducteurs qui ont marqué la nuit des policiers de la zone Marlow, on retrouve également un automobiliste namurois devenu cycliste et un fugitif qui les a griffés et mordus*. Следует также заметить, что среди бельгийских глаголов нет вспомогательных, что позволяет сделать вывод, что бельгицизмы не вносят изменений в структуру языка, а скорее наоборот четко придерживаются установленных норм стандартного французского языка.

Не менее широкое употребление имеет и глагольное выражение **tailler la bavette** (*болтать*). Во Франции данная единица встречается гораздо реже, чем в Бельгии, где она периодически встречается на страницах газет и журналов: *Et pendant ce temps-là, l'ex-actuel-éternel Premier ministre démissionnaire en affaires courantes vaque à ses occupations... A l'heure où Johan Van de Lanotte remettait son tablier, Yves Leterme taillait une bavette avec Vladimiroutine, à Moscou*. Среди других глаголов-бельгицизмов есть такие единицы, как **berdeller** (*ворчать*), **lumer** (*включать свет*), **barloquer** (*висеть, болтаться*) и т.д.

Наречий среди бельгицизмов меньше всего, соответственно они занимают последнее место по употреблению в прессе (около 2%). Наиболее интересное наречие-бельгицизм - **au vogelpik** (*как попало*). Интересна и история его возникновения. Vogelpik - фламандская игра, в которой стрелки целятся в мишень, установленную у стены. Таким образом, возникла ассоциация совершения какого-либо действия "вслепую", "на авось", ведь даже целясь в мишень можно промахнуться. Несмотря на то, что этот бельгицизм больше свойственен разговорной речи, в прессе он также встречается, даже в контексте освещения серьезных политических событий: *La désignation du ministre qui remplace le premier d'entre eux ne se joue pas au vogelpik, mais dépend de l'ordre protocolaire*. Среди наречий-бельгицизмов в прессе встречаются и единицы **à hipe** (*едва*), **à la rouf-rouf** (*на скорую руку*), **tout d'une traque** (*в один миг, разом*).

Таким образом, рассмотрев вышеуказанные примеры, можно сказать, что бельгицизмы используются в прессе достаточно широко и разнообразно, отображая большинство сфер жизни. Несмотря на существование в бельгийском варианте французского множества фразеологизмов и даже целых предложений, имеющих особый смысл, в прессе чаще всего употребляются такие части речи, как существительные, прилагательные, глаголы и наречия. Однако, несмотря на многочисленные единицы, принадлежащие к различным частям речи, бельгицизмы не образуют собственный отдельный язык, а являются ярким примером разновидности французского языка на определенной территории.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алиференко С.Я. Особенности бельгийского варианта французского языка. Владивосток, 2008. 250 с.
2. Гринева Е.Ф., Громова Т.Н. Словарь разговорной лексики французского языка. М.: Рус. Яз., 1998. 550 с.
3. Клоков В.Т. Словарь французского языка за пределами Франции. Саратов: Изд-во Саратов. Ун-та, 2000. 612 с.
4. Словарь бельгицизмов. URL: <http://www.jchr.be/langage/belgicismes.htm> (дата обращения: 14.04.2017)

5. Le Soir. URL: <http://www.lesoir.be/> (дата обращения: 11.04.2017)
6. Le Vif. URL: <http://www.levif.be/actualite/> (дата обращения: 20.04.2017)
7. La Dernière Heure. URL: <http://www.dhnet.be/> (дата обращения: 10.04.2017)
8. Declout C. Dictionnaire du français de Belgique, v.2. Bruxelles, 1998-1999

ЯЗЫК НАОБОРОТ: ВЕРЛАН ВО ФРАНЦУЗСКОМ ЯЗЫКЕ (НА ПРИМЕРЕ ВИДЕО ИЗВЕСТНЫХ ФРАНЦУЗСКИХ БЛОГЕРОВ)

Сахратова Э.И.

Статья посвящена лексическим особенностям верлана во французском языке. В данном исследовании раскрывается экстралингвистическая сторона этой формы французского сленга, его происхождение и значение для самих французов. На основе французских видеоблогов, в которых можно пронаблюдать самые современные тенденции французского языка, в настоящей работе изучены методы образования верлана согласно фонетическим и грамматическим особенностям французского языка.

Ключевые слова: верлан; сленг; лексические особенности; верланизация.

This article describes lexical peculiarities of Verlan in French language. This study covers extralinguistic side of this form of French slang, its origins and its significance for the French. Basing on the French video blogs that show the most modern tendencies of French language, we studied the ways to form the Verlan in compliance with phonetical and grammatical peculiarities of French.

Key words: Verlan, slang; lexical peculiarities; verlanization.

Изучив французский язык даже до превосходного уровня, мы так или иначе можем столкнуться с небольшой трудностью: в обиходной речи французов часто можно услышать слова, которых мы не найдем в классических словарях. Данная черта, характерная, пожалуй, только для французского языка, носит название «верлан».

Верлан – это молодежный сленг, своеобразная скрытая, зашифрованная лексика, появившаяся сравнительно недавно в округах больших городов, где в основном проживали эмигранты. Подобную игру слов можно встретить еще в документах 19 века, когда верлан служил для секретной переписки преступников.

Однако большую популярность он приобрел именно после Второй мировой войны, когда городская администрация начала строить на окраинах временные дома для рабочих эмигрантов. В 70-х годах эти поселения стали постоянными, так как к рабочим присоединялись их семьи. Так, появлялось новое поколение, которое уже не говорило на родном языке, но и не чувствовало себя частью французской национальности. Молодым людям этого поколения хотелось выделиться и подчеркнуть свою принадлежность к определенной социальной группе. Переворачивая слова наоборот, они изобретали свой, никому непонятный язык, называя город «la teçi» вместо «la cité», женщину – «la meuf» вместо «la femme».

Таким образом появляется верлан – язык наоборот, т.е. в котором последний слог становится первым, а первый – последним. Безусловно, верлан затрагивает лишь небольшую часть языка, поэтому меняются довольно популярные, часто употребляемые слова: la musique превращается в zismu, bizarre в zarbi, salut в luss, bonjour в jourbon. Но тем не менее, верлан стал одной из отличительных черт французского языка, как грассирующая буква «г» или ударение на последний слог. Верлан не похож на обычный сленг в других языках. Он представляет собой создание неологизмов на основе существующего лексикона.

Интересно, но за несколько десятилетий верлан перекочевал из окраин в большие города и завоевал популярность у французской молодежи. Этот вид сленга проник почти во

все сферы жизни: в музыку рэп, хип-хоп, в СМИ, в фильмы, в рекламу. Используя верлан, молодые люди хотели уже отделиться от взрослого мира, они не хотели говорить языком газет, телевидения, для них он казался слишком чинным. Более того, некоторые словари стали включать этот молодежный сленг в вокабулярий французского языка. Верлан не только переворачивал слова наоборот, но и он перевернул представление о сленге. В языке, который борется за лингвистическую чистоту, к верлану перестали относиться с презрением, его употребление уже носит даже престижный характер. По словам Натали Лефковиц (ее работа «Talking Backwards, Looking Forwards: The French Language Game Verlan» была одной из самых первых и главных исследований верлана), через верлан молодежь желает не только показать себя, но и вложить в произносимое определенное отношение. Например, говоря *teʃi*» вместо «*ciʃé*», французы иногда имеют в виду свой родной город, а именно место, которое они любят.

Верлан выполняет еще одну существенную функцию: перевернутые наоборот слова звучат более политкорректно в случаях, когда речь идет о расовых, национальных или религиозных различиях. Например, араб на верлане – это *rebeu* или *beur*, еврей – *feuj* (*juif*). Иногда верланизации подвергаются даже слова из других языков: например, слово «негр» звучит уже как «*keubla*», то есть от английского «*black*».

Книги и фильмы о жизни французских окрестностей сделали верлан известным широкой публике. В 1995 году вышел фильм «Ненависть», где многие диалоги между героями отличаются большим количеством «перевернутых» слов. Но в данной статье мы будем анализировать видео французских блогеров, так как, по нашему мнению, именно в них можно проследить происходящие на данный момент изменения в языке, ведь эти видео выходят в интернет с частотой 1 раз в неделю, а иногда и чаще.

В качестве примеров мы взяли видео *Cyprien, Norman fait des vidéos* и *Natoo*. Стоит заметить, что использование верлана даже немного зависит от того, откуда человек родом и как долго прожил в столице, либо в крупном городе. Например, Сиприен родился и жил до 23 лет в Ницце, поэтому в его видео очень редко можно встретить использование верлана. В видеороликах Нормана, который с детства живет в Париже, можно довольно часто столкнуться с перевернутыми словами, причем некоторые из них могут быть сокращены или написаны в другой форме. Например, слово *music* у Нормана скорее будет написано как «*zik*», а вместо фразы «*Vas-y*», что означает «Пойдем!», видеоблогер употребит «*Ziva*». Как мы видим, меняются местами не только слоги, но и изменяются сами буквы. Это связано с особенностями французской орфографии: буква *S* звучит как звук [z] только в том случае, если она стоит между двумя гласными, поэтому в словах *ziva* и *zik* в начале будет стоять именно буква «*z*», иначе они будут неузнаваемы.

Особенно часто в видео вышеперечисленных блогеров можно услышать «*meuf*» – верланизованный вариант слова «*femme*», что в переводе означает «женщина». *Meuf* созвучно со словом «*mes*», которое, в свою очередь, не является перевернутым. Наверное, именно поэтому многим французам легче употребить верлан, чем говорить оригинальный вариант. Возможно, раньше «*meuf*» звучало бы грубо по отношению к женщине, но сейчас это слово звучит абсолютно нормально в устах франкоговорящих.

В видео *Cyprien – Je deteste* можно заметить слово *recho* – *choper*, что означает «клеить девушку» (оказывать знаки внимания). Интересно, что этот сленговый глагол не похож на обычные французские глаголы. К сожалению, нам не удалось услышать его в разных спряжениях, но мы точно знаем, что инфинитив этого глагола так и пишется *recho*, хотя привычные нам окончания французских глаголов заканчиваются либо на *-er/-ir*, либо на какую-то звучную согласную.

В том же видеоролике встречается верлан слова *lourd* – *relou*, которое можно часто увидеть и в лексике Нормана, и Натю. Это прилагательное описывает любую плохую ситуацию, и может переводиться на русский по-разному, в зависимости от того, какое эмоциональное значение придает этому слову говорящий.

По такому же принципу образуется верланизированный вариант прилагательного *louche* – подозрительный, неожиданный: *chelou*. Как и слово *relou* оно заканчивается на гласный звук. Думается, французу легче сказать именно сленговое прилагательное, ведь оно звучит более характерно для французской фонетики, в которой звуки плавно перетекают из одного в другой, не образуя никаких препятствий в виде шипящих и глухих согласных. Данный верланизированный вариант можно услышать в видео Нормана, а также другого видеоблогера – Hugo tout seul.

Иногда некоторые перевернутые слова находят себе полные омонимические пары. Например, слово *ouf*, которое является междометием для выражения чувств бессилия, холода, злости и одновременно является верланом слова *fou* – сумасшедший, безумный. Это прилагательное мы встречаем в видеоролике Nattoo, которая говорила об игрушках, которые дарила ей в детстве мама: *les jouets de ouf*. Хотя два омонима относятся к абсолютно разным, даже по разрядам (самостоятельная и служебная), частям речи, между их лексическими значениями есть определенная связь. Например, мы бы сказали «ouf!», когда нам *безумно* холодно, когда мы *безумно* устали или когда нас *безумно* что-то злит.

Интересное употребление верлана мы видим в видеоролике Сиприена «Le style vestimentaire». Он говорит фразу: «T'as pas une clope? Pour mé-fu?», когда на привычном нам французском языке вторая часть реплики звучала бы как «roug fumer». Чтобы сохранить правильное ударение в слове и не изменить смысл фразы, над буквой *e* ставят accent aiguë, чтобы не показалось, что *mé* – это местоимение *je* в косвенном падеже. В этом примере доказывается, что существует множество вариаций верлана. Это не просто переворачивание слогов, это своеобразная игра в фонетику и орфографию французского языка.

Иногда верлан меняет значение слова, делая его вторичные дефиниции основными в перевернутом варианте. Например, то же слово **relou** – *ужасный, мерзкий, скучный* в оригинале – **lourd** – будет описывать тяжелый предмет или ситуацию в жизни.

Таким образом, мы смогли описать процесс появления верлана, выделили основные причины его зарождения. Также мы рассмотрели влияние этого вида сленга на современный французский язык на основе анализа видеороликов известных французских блогеров, где нам удалось проследить, что верланизированные неологизмы не только имеют более яркую эмоциональную окраску, но и могут немного поменять свое значение. Как бы скептически не относились к верлану, мы осмелимся считать, что данное языковое явление имеет место быть, ведь это отображает не только то, что язык упрощается, но и то, что он – живой и подвижный.

ЛИТЕРАТУРА

1. Backward Runs French. Reels the Mind. URL: <http://www.nytimes.com/2002/08/17/arts/backward-runs-french-reels-the-mind.html> (дата обращения: 15.03.2017)
2. Николаенко А.Д. Верлан как вариант молодёжного сленга на примере художественного фильма «ненависть» // Вестник Московского государственного областного университета. 2010. №1. С. 193 – 195.
3. Iefkowitz N.J. Talking backwards, looking forwards: the French language game verlan. Tübingen, 1991.
4. Сyprien – Je déteste! URL : <https://www.youtube.com/watch?v=rR6G Js1BX8> (дата обращения 18.03.2017)
5. Сyprien – «Le style vestimentaire» URL: <https://www.youtube.com/watch?v=AqXcbS 9Y9Q> (дата обращения 18.03.2017)
6. Hugo tout seul – Vivre en couple, mais pas trop URL: <http://youtu.be/6kUJGEYAxfc> (дата обращения 18.03.2017)
7. Nattoo – Les Mamans URL : <http://youtu.be/nZvi08mwJto> (дата обращения 18.03.2017)

8. Norman fait des videos – Accro a ton smartphone URL: <http://youtu.be/zt-LbzrS2II> (дата обращения 18.03.2017)
9. Norman fait des videos – Les anniversaires URL : http://youtu.be/Rzcg_cmB5-c (дата обращения 18.03.2017)

ГЛАВА 8. МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И КУЛЬТУРОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРЕПОДАВАНИЯ ИНОСТРАННЫХ ЯЗЫКОВ

РОЛЬ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФАКТОРОВ ПРИ ОБУЧЕНИИ ЧТЕНИЮ ТЕКСТОВ ХУДОЖЕСТВЕННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ НА ИНОСТРАННОМ ЯЗЫКЕ В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ

Галиева А. К.

В статье описываются психологические особенности обучения чтению текстов художественной литературы на английском языке в средней школе, предлагаются основные методы преодоления трудностей в процессе обучения чтению. Дается обоснование необходимости обучения чтению текстов этого стиля.

Ключевые слова: психологические особенности, обучение чтению, преодоление трудностей при обучении чтению, понимание прочитанного, художественная литература, английский язык, средняя школа.

The article describes psychological features of teaching reading fiction texts in English in the secondary school. The authors propose the basic methods of overcoming difficulties in the process of teaching reading. The substantiation of the significance of teaching reading texts of this style is emphasized.

Key words: psychological features, teaching reading, overcoming difficulties in teaching reading, reading comprehension, fiction, the English language, secondary school.

Чтение занимает значительное место в жизни современного человека и относится к числу важнейших видов деятельности при обучении иностранному языку. Оно обогащает человека, позволяет ему познать окружающий мир, передать и перенять приобретенный опыт в разных областях трудовой, социальной и культурной деятельности. Процесс чтения также имеет важное воспитательное и образовательное значение. Приобщаясь к мыслям писателей, заключенным в произведениях художественной литературы, происходит не только духовное, но и нравственное обогащение. Воздействуя на эмоции, разум и чувства, литература формирует сознание человека. Тексты художественной литературы создают возможности для накопления и уточнения знаний о культуре страны изучаемого языка, получения знаний из разных областей науки. Чтение произведений развивает воображение, критическое мышление, умение излагать мысли грамотно и ясно. Кроме того, чтение текстов художественного стиля способствует развитию творческих навыков, умений оценивать, рассуждать и выражать собственное мнение. Также в процессе чтения совершенствуются знания языка: обогащается вокабуляр, вводятся грамматические конструкции, создается представление об особенностях художественного стиля речи [4]. Обучение чтению на иностранном языке должно опираться на психологические закономерности развития личности учащихся, поскольку от степени сформированности высших психических функций зависят особенности восприятия и усвоения материала, характер познавательной активности и познавательной деятельности.

Чтение представляет собой рецептивный вид речевой деятельности, направленный на восприятие и понимание письменного текста [1, с. 346]. Однако в процессе чтения текстов художественной литературы учащиеся нередко сталкиваются с проблемой понимания

смысла произведения. Автор учебного пособия для преподавателей «Как помочь ребенку заговорить по-английски» Л.И. Логинова указывает на ряд психологических факторов, влияющих на успешность преодоления трудностей при обучении чтению. Среди них выделяют такие, как: психофизиологическая готовность учащегося к овладению иностранным языком; особенности познавательной активности и познавательной деятельности учащихся; положительная мотивация к чтению и изучению иностранного языка, а также развитие высших психических функций обучаемого (воображение, память, восприятие) [2, с. 10]. Наблюдения свидетельствуют, что даже учащиеся средней школы совершают ошибки, связанные с нечеткостью речедвигательных процессов, а также ошибки восприятия. Совершение подобных ошибок во многом вызвано стремлением учеников произнести слова быстрее и объясняется неправильным различением отдельных букв в малочастотных или незнакомых словах, обусловливаясь влиянием родного языка. Для исправления неточностей, связанных с произношением звуков или слов, преподавателю необходимо попросить учащегося прочитать слово медленнее, проговаривая все звуки. Познавательная активность и познавательная деятельность тесно связаны с мотивацией обучения иностранному языку. В обучении учащихся средней школы мотивация имеет большое значение, поскольку она способна дать стимул к преодолению трудностей в изучении иностранного языка. Согласно исследованиям ученых Университета Путра в Малайзии, мотивация фактически определяет способ и является основанием изучения иностранного языка учащимися [5, с. 120]. Другими словами, для успешного процесса чтения и осмысления художественного произведения на иностранном языке у ученика должно появиться желание читать. Наряду с вышеуказанными психологическими факторами также целесообразно исследовать роль воображения, памяти и восприятия. Воображение невозможно представить без ряда других познавательных процессов, а именно, памяти и мышления. Оно представляет целостность психической сферы человека, взаимосвязь всех ее компонентов. Тесная связь с памятью выражается в ярком, живом, эмоционально окрашенном воспроизведении прошлого опыта, что дает возможность активизировать имеющиеся знания, представления, переживания учащегося и позволяет наполнить их новым языковым обозначением [2, с. 14]. Воображение, несомненно, облегчает понимание и усвоение прочитанного художественного произведения за счет того, что позволяет сопоставить все вербальные и невербальные компоненты коммуникации с имеющимся прошлым опытом. Кроме того, воображение дает возможность наиболее эффективно заполнять семантические поля, поскольку одно слово способно вызвать в памяти языковой образ, эмоциональные переживания, целую гамму представлений и ощущений, что в свою очередь воспитывает и развивает личность учащихся. Взаимосвязь воображения и мышления в процессе обучения чтению на иностранном языке позволяет реализовать прогностические навыки. Умение предвидеть, предвосхищать сюжетные повороты художественного произведения, догадываться о сути и послании рассказа, лежит в основе речевого восприятия. В связи с этим преподавателю следует уделять внимание правильному планированию учебно-речевой деятельности, т.е. учитывать степень сложности художественных текстов, предоставлять возможность достижения положительного результата деятельности (создать атмосферу успеха), четко осознавать конечный результат деятельности, а также контролировать процесс организации обучения чтению.

Говоря об эффективном процессе обучения чтению на иностранном языке, необходимо помнить и о том, что учащиеся также должны верить в собственные силы. Компонент “self-efficacy” детально рассматривается в исследованиях Малазийских ученых и определяется как «вера человека в свой потенциал развития, уверенность в выполнении поставленной задачи» [5, с. 115]. Исследователи выделяют три этапа обучения чтению на иностранном языке. Во-первых, для успешного управления своей деятельностью учащимся в первую очередь необходимо самим поверить в собственные силы, что положительно влияет на усилия индивидуума, уровень приверженности и достигнутых в обучении результатов. Во-вторых, согласно ученым, преподавателю также необходимо верить в успех и

способности учащихся, мотивировать учеников на чтение на иностранном языке. Последним этапом является вера и уверенность в способности собственных учеников не только учащихся и преподавателя, но всего коллектива образовательного учреждения в целом [5, с. 116]. Все это в совокупности позволяет достигнуть максимального понимания и осмысления прочитанного материала, получить высокие академические результаты. Основываясь на данных положениях, было выявлено, что учащиеся, обладающие высоким уровнем «самоэффективности», преуспевают в обучении.

При обучении чтению на иностранном языке, несомненно, крайне важно учитывать возрастные особенности учащихся. В пример можно привести 5-9 классы средней школы. Возраст учащихся в данных классах варьируется от 10-11 лет до 14-15 лет. Согласно возрастной периодизации Д.Б. Эльконина, данный возраст является подростковым. При этом успехи и неудачи в школьном учении продолжают оставаться основными критериями оценки подростков со стороны взрослых [3, с. 301]. Как известно, подростковый возраст характеризуется высоким уровнем волнения и беспокойства, что также отражается на процессе обучения чтению. Данные исследований показывают, что довольно большое количество учащихся испытывают тревогу в языковых классах [5, с. 117]. При этом учащиеся с более высоким уровнем знаний иностранного языка испытывают меньше беспокойства, чем ученики с низким уровнем владения иностранным языком. Вследствие этого, волнение является результатом различных лингвистических и когнитивных факторов, включая такие, как манера преподавания языка, отношения с одноклассниками, нежелание общаться, высокий уровень конкуренции. Исследования также показали, что уровень тревожности может значительно повлиять на процесс чтения. Учащиеся с высоким уровнем беспокойства продемонстрировали низкий уровень понимания прочитанного, в то время как ученики с низким уровнем тревожности успешно использовали стратегии чтения, демонстрировали высокие оценки понимания прочитанного материала и применяли фоновые знания [5, с. 118]. Здесь необходимо подчеркнуть важность создания благоприятной для развития и комфортной для обучения психологической атмосферы в классе, что напрямую зависит от преподавателя, его уровня компетентности и понимания особенностей развития учащихся.

Большое влияние на процесс обучения чтению текстов художественных произведений оказывают и такие факторы, как сформированность навыков коммуникации. Коммуникативная деятельность в средней школе является одной из ведущих видов деятельности, поскольку отсутствие подобных навыков затрудняет реализацию учащихся подросткового возраста в учебе, а также мешает раскрытию личности ученика как в среде сверстников, так и в обществе в целом. Задача преподавателя состоит в том, чтобы диагностировать индивидуальные особенности учащихся и обучать их технологиям общения. Успешное взаимодействие преподавателей и учеников наиболее всего проявляется во время личностно-ориентированной беседы на основе прочитанного материала, что в свою очередь позволяет развить мышление, логику, социальные навыки общения. Дискуссия, осуществляемая после непосредственного ознакомления с художественным произведением, позволяет учащимся выразить собственное мнение на английском языке, исправить лексические и грамматические ошибки, увеличить и активировать словарный запас, повысить уровень знания иностранного языка. В процессе обсуждения текста художественного произведения учащиеся также получают фоновые, экстралингвистические знания, формирующие социокультурную и лингвострановедческую компетенции учащихся.

Таким образом, обучение чтению художественной литературы на английском языке в средней школе является одной из основных задач преподавателя. Приобщение к художественной литературе на английском языке требует соответствующих навыков и умений. Без овладения данным видом речевой деятельности дальнейшее использование и изучение иностранного языка оказывается ограниченным. Особое внимание необходимо уделять пониманию психологических особенностей учащихся средней школы, поскольку от

правильного выбора стратегии преподавания зависит успешное и гармоничное развитие личности учеников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: Издательство ИКАР, 2009. 448 с.
2. Логинова Л. И. Как помочь ребенку заговорить по-английски: Книга для учителей. М.: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2003. 208 с.
3. Эльконин Д. Б. Детская психология: учебное пособие для студентов высших учебных заведений. М.: Издательский центр «Академия», 2007. 384 с.
4. Karasik O., Pomortseva N., Bobyreva N. Exploring English and American Literature in Linguistic Academic Courses // Proceedings of INTED2016 Conference 7th-9th March 2016, Valencia, Spain. P. 7444–7450.
5. Habibian M., Roslan S., Idris K., Othman J. The Role of Psychological Factors in the Process of Reading // Journal of Education and Practice. 2015. Vol. 6, № 29. P. 114–123.

ЯЗЫК СКОТС КАК АГЕНТ ЯЗЫКОВОЙ ПОЛИТИКИ В ШОТЛАНДИИ

*Сабирова А.Н.
Сабирова Д.Р.*

В статье рассматриваются вопросы языковой политики, развития и функционирования языка скотс в Шотландии.

Ключевые слова: язык, образование, языковая политика, студент, язык скотс, Шотландия.

The report investigates language policy and the functioning of Scots in Scotland.

Key words: language, education, language policy, student, Scots, Scotland.

В настоящее время в Великобритании нет официально принятого государственного языка, однако на территории Шотландии используются три языка — английский, шотландский гэльский и англо-шотландский. Англо-шотландский язык или *скотс* является важным элементом культурного наследия Шотландии с богатыми устными и письменными традициями. На нем не говорят люди в остальном мире, именно поэтому очень важно предпринять определённые меры, чтобы обеспечить его сохранность. Перепись 2011 г. показала, что более 1,5 миллиона человек являются носителями скотса. Развивая и используя его, жители Шотландии не только выражают большую признательность богатому лингвистическому наследию своей страны, но так же учатся ценить все региональные языки и уважать их разнообразие.

Шотландский гэльский и англо-шотландский языки были официально признаны в 1992 г. Европейской хартией региональных языков и языков меньшинств, которую в 2001 г. ратифицировало правительство Великобритании. Так называемыми местными языками в Шотландии являются гэльский (гаэльский) и скотс. Когда-то они оба были официальными языками страны в различные промежутки времени, но утратили свою значимость из-за сильного влияния английского языка. В настоящее время гэльский язык находится в очень шатком положении в отличие от скотса, продвижение которого стало политическим приоритетом для Шотландской национальной партии (**Scottish National Party**). По последним данным в современной Шотландии лишь 1% населения говорит на гэльском языке и большинство из них проживает в Глазго. После разработки новой культурной

программы языкового разнообразия, по всей Европе прекращается «падение» языковых меньшинств. В 2005 г. Закон о гэльском языке дал ему равные права и уважение.

Хотя гэльский язык в Шотландии и находится в достаточно сомнительном положении, у него есть одно большое преимущество перед скотс – его легко идентифицировать в качестве отдельного языка. В отличие от него, было много споров касаясь статуса шотландского языка как отдельной независимой единицы. Хотя исторически скотс и был явным официальным языком Шотландии, некоторые рассматривают его лишь как диалект, из-за его тесной связи с английским языком и множественными переформированиями и изменениями в течение всего времени. Частью проблемы является отсутствие стандартизации шотландского языка, так как он не имеет общепринятых правил орфографии или грамматики, а так же страдает его словарный запас для современной жизни.

Культура Шотландии неразрывно связана со своим языком, который продолжает оказывать влияние на общество через телевидение, кино и его увеличивающуюся популярность в СМИ. Для обеспечения стабильного культурного роста языка скотс важно чтобы представители масс медиа и весь издательский мир поощряли и одобряли говорящую на шотландском языке аудиторию. В первую очередь языковая политика должна быть основана на признании языковых национальных меньшинств и направлена на поддержание языка с целью использования его не только в домашнем повседневном общении, но и в остальных сферах жизни. Также шотландское правительство одобрило разработку концепта для своей системы образования, который сможет предоставить множественные источники изучения истории, литературы, языков и культуры данной страны. Все учащиеся начальных и старших классов получают доступ к данному обучению, они смогут расширить свои знания в области литературного языкового наследия Шотландии, его коренных языков и диалектов. Помимо всего прочего правительство Шотландии создало Министерскую рабочую группу (**Ministerial Working Group**), которая предоставила отчет касаясь шотландского языка и правительство продолжает действовать согласно данным рекомендациям. Поддержка шотландского языка представителями парламента основана на ряде причин [3, С.4]:

- обеспечение лингвистического наследия Шотландии и признание скотс важной частью этого наследия, его национальным самосознанием и современной культурой.
- осознание важности продвижения и развития шотландского языка и всех его региональных вариантах.
- признание скотс (как в письменном, так и в устном виде) одним из трех исторических местных языков наряду с гэльским и английским, подчеркивание роли школьного образования в его продвижении.

Также правительство, совместно с другими партнерами шотландской и общественной организациями будут преследовать следующие цели: повышать статус скотса в шотландской государственной и общественной жизни; содействовать его использованию и развитию в области образования, СМИ, книгоиздания и искусства; поощрять широкое использование скотса как актуального средства общения. Для достижения этих целей будут предприняты следующие практические шаги [3, С.5]:

- создание для всех заинтересованных групп пропагандистской программы в поддержку языка скотс, в которой будет рассказываться про язык скотс как один из трех исторических местных языков и необходимость предоставления ему равных прав.
- формирование согласованного подхода к планированию, обучению, преподаванию и оценке языка скотс в контексте национальной политики и программы по совершенствованию языковой политики (**Curriculum for Excellence**).
- поощрение деятельности всех заинтересованных групп, разрабатывающих и реализующих языковую политику в Шотландии, оказание всяческой поддержки организациям, активно способствующим сохранению и развитию языка.

- содействие развитию партнерства между всеми группами и организациями, заинтересованными в поддержке шотландского языка.

Шотландская государственная организация **Creative Scotland**, поддерживающая искусство, кино и остальные творческие отрасли страны во всех её уголках для всех жителей и гостей Шотландии, разработала десятилетний план по *Раскрытию потенциала и определению амбиций языков Шотландии (Unlocking Potential, Embracing Ambition)* [4, С.2]. В первую очередь будет распространяться информация о разнообразии и самобытности Шотландии, отраженная в языках коренных народов (гэльский, скотс), которые будут способствовать росту культурного влияния и станут ощутимыми для всего остального мира. Помимо всего прочего жители всех районов и всех возрастов получают возможность более глубокого взаимодействия с искусством и творчеством своей страны. Национальная культура Шотландии будет пониматься в более широком смысле, охватывая народное искусство. Также будут выполнены установленные законом требования для поддержания и поддержки ценностей местных культур и языков.

Creative Scotland создаст определенную программу помощи и развития шотландского языка, чтобы отразить свои четыре ключевые деятельности: финансирование, защита, развитие и влияние [4, С.6]:

1) **Финансирование.** Скотс будет активно использоваться, и поощряться в работе определенных лиц и организаций, которые получают финансирование от **Creative Scotland**, включая *регулярно финансируемые организации (Regularly Funded Organizations)* и те учреждения, которые принимают поддержку от *Открытого инвестиционного Фонда (Open Project Funding)* и *Целевого финансирования (Targeted Funding)*.

2) **Защита.** Работа **Creative Scotland** по продвижению шотландского языка, которую они финансируют, будет демонстрировать и пропагандировать скотс через их вебсайт, цифровые коммуникации, правительственные взаимодействия, средства массовой информации, рекламу и специальные мероприятия.

3) **Развитие.** **Creative Scotland** создаст эффективную платформу для роста ценностей шотландского языка, включая деятельность их сотрудников, финансируемых организаций и отдельных лиц (например, специальные занятия по изучению скотса, онлайн материалы, тематические исследования и многое другое).

4) **Влияние.** **Creative Scotland** будет работать с партнерскими организациями, чтобы использовать любую возможность повышения уровня осведомленности граждан, применения и понимания скотса на национальном и международном уровне с целью выдвижения плана его дальнейшего развития.

В дополнение ко всему, работа организации **Creative Scotland** по оказанию помощи шотландскому языку будет развиваться и за счет расширения деятельности, направленной на повышение осведомленности, понимания и использования скотса. Планируется поддерживать творческие проекты благодаря различным программам по финансированию. В настоящее время **Creative Scotland** оказывает поддержку многим организациям и учреждениям, таким как *Шотландский центр повествования (Scottish Storytelling Centre)*, Шотландская библиотека поэзии и широкий спектр индивидуальных исполнителей, работающих на продвижение скотса, в том числе и *Центр языка Скотс (Scots Language Centre)*. **Creative Scotland** также представит следующие проекты для дальнейшей поддержки шотландского языка: *Шотландский Шривер (Scriver)*. В сотрудничестве с национальной библиотекой Шотландии, **Creative Scotland** совместно профинансируют первый Шривер – пост, который будет занимать наиболее важная личность, отвечающая за работу культурного спектра, общин и школ Шотландии, с целью повышения осведомленности, понимания и использования языка скотс. **Creative Scotland** будет развивать шотландский язык и обучать ему свой штат сотрудников, организации, которые они поддерживают и более широкий круг партнеров в рамках культурного спектра. Эта работа будет произведена совместно с Шривером, сразу же, как он вступит в силу. **Creative Scotland** пойдет на любое сотрудничество, включая финансирование различных проектов в

поддержку скотс. Будет увеличено использование шотландского языка в своих средствах общения, рекламах, мероприятиях, на электронных сайтах и в социальных медиа. Они будут продвигать скотс через свои сайты, другие цифровые сообщения и события; работать со своими партнерами, чтобы показать ценность скотса в искусстве, кино и других творческих отраслях на национальном и международном уровне.

Понятно, что для поднятия престижа местных языков Шотландии, необходимо обратить внимание на важность исторического и культурного наследия данной страны и подчеркнуть всё своеобразие страны, отличающееся от Великобритании.

ЛИТЕРАТУРА

1. Воробьева Н.М., Сабирова Д.Р. Особенности языковой ситуации в современной Шотландии / Н. М., Воробьева, Д.Р. Сабирова // Terra Linguae Et Reliquiae. - Казань, 2014. - С. 122-125.
2. Сабирова Д.Р. Функционирование английского языка в условиях глобализации: изменения исторического нарратива / Филология и культура. – Казань, 2013. - № 1. - С. 256-259.
3. Hyslop F. Scots Language Policy / F. Hyslop, A. Allan. – 2015. – 7 p.
4. Scots language policy / [Электронный ресурс] // Режим доступа: http://www.creativescotland.com/_data/assets/pdf_file/0018/31590/Scots-Language-Policy-June-2015.pdf.

ЗНАЧИМОСТЬ ФОНОВЫХ ЗНАНИЙ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ БУДУЩИХ ПЕРЕВОДЧИКОВ

*Задина А. И.
Поморцева Н. П.*

Данная статья посвящена изучению роли фоновых знаний в процессе работы с новостными сюжетами BBC. В представленной работе приводятся классификация фоновых знаний, примеры их использования, а также различные подходы к определению понятия данного явления.

Ключевые слова: фоновые (экстралингвистические) знания; новостные сюжеты BBC; переводческая компетенция; классификация.

The article presents the study of background knowledge in working with news reports from the BBC. The presented work shows the classification of background knowledge and its usage together with different approaches to the definition of this phenomenon.

Key words: background knowledge; BBC news; level of linguistic competence; classification.

В настоящее время в процессе взаимодействия культур участники коммуникации испытывают потребность в наличии дополнительных экстралингвистических знаний. Коммуникативная иноязычная компетенция предполагает формирование социокультурного компонента, то есть усвоение фоновых знаний и умение адекватно вербально и невербально оформлять свое речевое намерение, используя лингвистические и паралингвистические средства коммуникации в соответствии с нормами и традициями изучаемого языка [4]. Более того, в процессе быстрого развития языка в речи возникают новые явления, которые не могут не отразиться в СМИ, отражающих общее сознание окружающего мира отдельной страны, культуры. Тем самым, возрастает роль фоновых знаний, обеспечивающих полное понимание смысла данных явлений.

Стоит отметить, что в большинстве научных работ уделяется особое внимание значимости культурологических факторов в процессе перевода. Однако существуют разные подходы к изучению данных явлений. Одни исследователи выдвигают на первый план объединяющие факторы, в то время как другие подчеркивают различия между культурами. Несмотря на все расхождения в определении понятия фоновых знаний, в большинстве исследовательских и методических работ используется понятие, предложенное О.С.Ахмановой. Автор называет фоновые знания как «*обоюдное знание реалий говорящим и слушающим, являющееся основой общения*» [1].

В силу неоднородности феномена фоновых знаний встречается большое количество различных классификаций. Отдельного внимания стоит классификация, предложенная Игнатъевой И.Г, в которой представлено распределение компонентов фоновых знаний [2]:

- 1) Персоналии (имена собственные);
- 2) Имена собственные неодушевленные (названия организаций, наименования географических пунктов, сокращения и аббревиатуры);
- 3) Терминология (научные, спортивные, военные терминологические слова, словосочетания);
- 4) Идеологическая составляющая (определенные взгляды, течения);
- 5) Функциональная составляющая (устройства, деятельность общественных и государственных структур);
- 6) Ассоциативная составляющая (ассоциации, символики);
- 7) Событийная составляющая (важные даты).

В качестве материала использовались новостные сюжеты ВВС, которые, как правило, ориентированы на широкую неспециальную зрительскую аудиторию. Тем самым, для полного и ясного понимания сюжета от переводчика требуется наличие базовых фоновых знаний. При этом необходимо отметить, что выводы и рекомендации, сделанные в процессе исследования, основываются только на изученных нами сюжетах и, ни в коем случае, не исчерпывают весь необходимый переводчику багаж фоновых знаний.

Первым представленным компонентом данной классификации выступают *персоналии*. Для будущего переводчика особенно важно расширять свои познания в данной области. В процессе работы было выявлено, что чаще всего в роликах ВВС встречаются имена политических деятелей. Так, примером может послужить предложение *an estimated 11.5 million documents leaked from a Panama papers-based law firm, and is nearly 10 times larger than Edward Snowden's*, где особое внимание стоит уделить личности Эдварда Сноудена. В 2013 году будучи спецгентом он тайно передал газетам секретную информацию о слежке спецслужб США за своими и иностранными гражданами. Упоминание данной личности в сравнении с утечкой важных документов объясняет всю важность и масштабность происшествия. Примерами имен политических деятелей, о которых упоминалось в сюжетах ВВС, также могут послужить: **Bashar Hafez al-Assad** (*Башир Хафез аль-Асад*) — президент Сирии; **David Cameron** — премьер-министр Соединенного королевства; **Jeremy Corbyn** — британский политик, лидер Лейбористской партии и оппозиции; **Nicolas Sarkozy** (*Николя Саркози*) — 23-й президент Франции

Ко второму компоненту фоновых знаний относятся *имена собственные*. В процессе работы с новостными сюжетами ВВС нами были выделены названия организаций, наименования географических пунктов, а также большое количество аббревиатур и сокращений. В примере *In July 2016 sponsors Lancôme pulled out of a promotional concert with Denise* важно учитывать, что **Lancôme** — это косметический бренд. Такие названия, как **Forbes** (название журнала) и **VIP Electronic Cigarette** (компания, выпускающей электронные сигареты) также являются примерами данного компонента.

Кроме того, в процессе работы с медиатекстом важное место занимают *географические названия*. Для новостных сюжетов характерно использование точных названий, относящихся к определенному объекту. Будущему переводчику также стоит обратить внимание на то, что в большинстве зарубежных государствах, как правило, к названиям добавляются такие слова как

штат, графство, конкретизирующие географическое наименование. Наиболее часто в сюжетах ВВС можно встретить такой город, как **Brussels** (столица Бельгии). Будущему переводчику важно знать, что в этом городе находится штаб-квартира Евросоюза. В примере *Rudong in Eastern China ... it is the oldest place in country* отдельного внимания стоит слово **Rudong**. Для переводчика важно учитывать тот факт, что данный сельский округ стал первым, где начала свое действие известная политика «одна семья – один ребенок», до недавнего момента существовавшая в Китае.

В качестве примера данного компонента также выступают названия партий и политических организаций: **Labour Party** (*Лейбористская партия*) – одна из двух ведущих политических партий Великобритании; **Bosnian Muslim party** – партия боснийских мусульман. Более того, в новостных сюжетах при названиях партий, различных организаций и должностей часто используются сокращения и аббревиатуры, что делает предложение еще более затруднительным для понимания. Примерами могут послужить: **CEO (Chief Executive Officer)** – генеральный директор, лицо компании; **Brexit** – это сокращение от *British exit*, дословно переводится как «британский выход». Термином **Brexit** стали именовать кампанию по выходу Великобритании из состава Евросоюза.

Следующим важным компонентом фоновых знаний является терминология. В процессе работы с новостными сюжетами ВВС нами было выделено несколько терминов, в большей степени затрагивающих политику, спорт и медицину, а также другие аспекты жизни. Особую роль в медиатекстах занимает политическая терминология, примерами которой выступают: **health Secretary** (*министр здравоохранения*); **chancellor** (*канцлер*), обозначающий главу правительства в ряде государств; **Pro-independence parties** – партии, выступающие за независимость. В Великобритании планируется введение так называемого налога на сахаросодержащую продукцию, которое в сюжетах ВВС используется как **Sugar Tax**.

Также нельзя оставить без внимания профессиональный язык спорта, отличающийся обширной лексикой. Более того, в нынешнее время в процессе нарастающей демократизации от переводчика требуется полное соблюдение «политической корректности», не допускающей дискриминации по отношению к отдельным группам людей, что не могло не отразиться в новостных сюжетах о спорте. В медиатекстах редко можно встретить такое слово, как **invalid**, его, как правило, заменяют нейтральным словосочетанием **physically disabled person**. Также вместо **blind** используют **visually impaired** [3].

Отдельное внимание стоит уделить научной терминологии, самым обширным примером из которой выступает медицинская лексика. Так, примером может послужить предложение *His young son has been sick with TB*, где **TB** является сокращением наименования такого инфекционного заболевания как *туберкулез*. К примеру научной терминологии также относится: **Diacetyl** (*диацетон*). Для переводчика важно знать, что это вещество является причиной болезни, известной как «попкорновые легкие».

В одном из видеороликов нами был выделен часто встречающийся термин **breast cancer**. Его используют для обозначения злокачественной опухоли молочной железы. В свою очередь нельзя не сказать о таких терминах как **human embryonic stem cells** (*стволовая клетка человеческого эмбриона*) и **age-related macular degeneration** (*возрастная макулярная дегенерация*), которые также встречаются в «медицинских» новостях. Все приведенные примеры доказывают важность расширения фоновых знаний в области медицины для эффективной работы переводчика.

Также стоит обратить внимание на такие примеры как **magnitude value** – сила землетрясения по шкале Рихтера (*Michael Burov*); **radiation detection** – обнаружение радиоактивного излучения; **manganese** (*марганец*).

Кроме того, в связи с нарастающими военными действиями, в медиатекстах все чаще можно встретить военную терминологию: **armored vehicles** (*бронетехника*); **ground forces** (*сухопутные войска*).

Идеологическая составляющая, как третий компонент фоновых знаний также очень важна в работе переводчика. В примере “*as they try to take back territories occupied by jihadists in recent*

months” стоит обратить внимание на такое понятие как **jihad** (*Джихад*). В религии ислама данное выражение означает «борьбу за веру» или «священную войну». К примеру данного компонента также можно отнести *The Umbrella Movement* – так называемая в Гонконге «революция зонтиков».

Следующим представленным компонентом фоновых знаний выступает *функциональная составляющая*, примером которой может послужить выражение **EU member states** (*Государства-члены Европейского союза*).

Выражение **We Can Do It!** (*said Mrs. Merkel a few month ago. Will she repeat right now?*”) является примером *ассоциативной составляющей*. Фраза «Мы сделаем это!» надолго закрепилась за канцлером ФРГ, Ангелой Меркель. В настоящее время данное выражение используют при описании ситуации, сложившейся в Германии в связи с приемом страной сотен тысяч беженцев.

В одном из новостных сюжетов ВВС при описании такой выдающейся личности как Елизавета II автор видеоролика использует такие примеры, как **family woman; born an improbable queen**. Второе выражение можно объяснить тем, что королева долгое время оставалась «маловероятным наследником», так как она стала королевой в результате почти невероятного события – отречения от трона ее дяди короля Эдуарда VIII.

Последним компонентом данной классификации выступает *событийная составляющая* фоновых знаний. Примером данного компонента является видеоролик о трагедии, случившейся на стадионе «Хилсборо», где указывается дата **Saturday 15th April 1989**. Как правило, русской аудитории вне контекста представленные данные не известны. Однако стоит отметить, что для жителей Англии это страшный день, унесший жизни множества людей. В процессе работы нами также были выделены такие важные события и даты, как: **Chernobyl disaster** (Авария на Чернобыльской АЭС); **Victory Day Parade** (парад ко Дню Победы).

На основе исследования можно сделать вывод, что роль фоновых знаний в работе переводчика велика. Обладая достаточным багажом экстралингвистических знаний, переводчик способен достичь полного взаимопонимания между представителями различных культур, что является необходимой составляющей профессиональной переводческой компетенции.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов. М.: Советская энциклопедия, 1966. 606 с.
2. Игнатьева И. Г. Вербальные репрезентации фоновых знаний в медиатекстах и способы их передачи в переводе: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.20. Москва, 2010. 12 с.
3. Васильев А. Д. Слово в телеэфире: Очерки новейшего словоупотребления в российском телевидении. М.: Издво Флинта. Наука, 2000.
4. Рязанова Л., Кондратьева И. Г. Организация урочной и внеурочной деятельности учащихся как фактор эффективной реализации ФГОС // Terra Linguae: Сб. науч. Ст. Вып. 2. Казань: Издательство «ТАИ», 2015. С. 232–237.

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА СПЕЦИАЛЬНОГО ВОКАБУЛЯРА ПО МЕТОДИКЕ ОБУЧЕНИЯ АКАДЕМИЧЕСКОМУ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

Кузнецова Е. Д.

Статья посвящена актуальному в условиях глобализации образования вопросу перевода специального вокабуляра по методике обучения академическому английскому языку. В частности, исследование направлено на выявление наиболее применимых переводческих трансформаций для перевода лексики по данной тематике, а также факторов, влияющих на выбор той или иной стратегии перевода.

Ключевые слова: академический английский, вокабуляр, переводческая трансформация, калькирование.

This article deals with the urgent problem of relevant translation of the vocabulary within the frame of “English for Academic Purposes”. The study will in particular seek to determine the most applicable types of translation transformations regarding this topical vocabulary, and to define which factors affect the choice of a given translation method.

Key words: English for Academic Purposes, vocabulary, translation transformation, calque.

Современная система высшего образования в России претерпевает значительные изменения. Введение Федерального государственного общеобразовательного стандарта (ФГОС) в школе и вузе повлияло на видение, миссию, методы, цели, задачи обучения, а также на отношения между преподавателем и учащимся. Благодаря современным информационным технологиям российские исследователи и учителя-практики получили возможность не только заимствовать новые образовательные технологии, но и новую терминологию в области образования у развитых стран. Таким образом, происходит интеграция опыта советских времен и передовых зарубежных технологий [1].

Можно сказать, что история изучения английского языка в России берет свое начало еще в XVIII веке. Методики преподавания этого иностранного языка претерпевали и продолжают претерпевать различного рода изменения, поскольку вместе с ходом истории изменялась и роль английского языка в жизни российского общества. Война 1812 года стала причиной укрепления не только дипломатических, но и торговых и культурных отношений России и Англии, что привело к такому широко-распространенному в начале-середине XIX века явлению как «англомания». С того момента и началось динамичное развитие английского языка на территории России. В настоящее время мы можем наблюдать процесс глобализации образования. Российские вузы приобщаются к требованиям международной аккредитации, что позволяет им выпускать специалистов достаточно высокого уровня [6]. Но при желании поступить в иностранный вуз или продолжить обучение за рубежом после окончания бакалавриата, абитуриенты из России сталкиваются с определенными сложностями. В первую очередь, это проблема владения иностранным языком. Именно поэтому преподавание английского языка для академических целей является важным направлением как в отечественной, так и зарубежной лингвистике.

Целью изучения академического английского является способность изучающего полноценно интегрироваться в учебный процесс за рубежом: понимать материал лекций, сдавать экзамены, писать эссе и научные работы и т.д. Однако, овладение данной методикой в полной мере невозможно без понимания специального вокабуляра, которым оперирует методика обучения академическому английскому языку.

Важно отметить, что актуальность исследуемой нами проблемы обусловливается не только повышенным интересом к изучению академического английского, а в большей степени, наличием проблем в переводе подобного рода текстов на русский язык. Особый интерес представляют некоторые явления в терминологии современного образования, которые появились относительно недавно в отечественном высшем и среднем образовании [1]. Под этими явлениями мы имеем в виду многочисленные нововведения в области терминологии образования, которые необходимо объединить в специальный тематический вокабуляр для облегчения овладения им обучаемыми.

В качестве вспомогательной статьи по составлению вокабуляра, нами была рассмотрена исследовательская работа В.А. Бальзамова «Тематический вокабуляр на основе словосочетаний».

Автор пишет, что при составлении глоссария желательно использовать в качестве источников тексты узкой направленности. В.А. Бальзамов также отмечает, что полноценный словник обязательно должен содержать в себе различные части речи и быть ориентированным на потребности учащегося [2].

Необходимость нашего исследования подтверждается тем, что в наработках В.А.Бальзамова отсутствует вокабуляр на тему «академический английский язык», как впрочем и в материалах других авторов. Последовав совету автора, в качестве источника мы выбрали британское периодичное издание, освещающее новшества и разработки в сфере изучения и преподавания академического английского языка.

Однако, прежде чем осуществлять перевод лексики, необходимо было ознакомиться с переводческой стратегией. Я.И. Рецкер писал, что «перевод как учебная дисциплина немыслим без прочной лингвистической основы. Такой основой должно быть сравнительное изучение языковых явлений и установление определенных соответствий между языком подлинника и языком перевода» [5]. В 1950 году он представил свою классификацию лексических соответствий, которая в настоящее время является одной из основополагающих в лингвистике. Согласно этой классификации, существует три типа лексических соответствий: эквиваленты – «однозначные соответствия», перевод которых не зависит ни от каких условий контекста, аналоги – вариативные соответствия, когда выбор варианта перевода напрямую зависит от ситуации, в которой было использовано слово и адекватные замены – переводческие трансформации, когда переводчик, столкнувшись с отсутствием подходящего соответствия в словарях, самостоятельно занимается подбором такового. Многие российские и советские ученые приводили различные определения переводческих трансформаций – это и В.Н. Немченко, Я.И. Рецкер, В.Е. Щетинкин, Р.К. Миньяр-Белоручев и Л.С. Бархударов. Именно определение последнего является в лингвистике основополагающим. Он писал, что переводческие трансформации – это «те многочисленные и качественно разнообразные межъязыковые преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности («адекватности перевода») вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков» [3]. Однако, прийти к единому мнению по вопросу классификации переводческих трансформаций ученым не удалось. В качестве основной мы считаем целесообразным выбрать классификацию, предложенную В.Н. Комиссаровым. Автор рассматривает переводческие трансформации как взаимоотношения между единицами исходного текста и текста перевода, а именно такой подход позволяет обеспечить достижение переводческой эквивалентности.

Рассмотрение классификации переводческих трансформаций оказалось первостепенной задачей на пути составления нами вокабуляра, поскольку необходимо было выявить наиболее адекватные способы перевода терминов, которые вошли бы в состав вокабуляра по теме «академический английский», а также найти закономерности использования тех или иных переводческих трансформаций в процессе перевода лексики по данной теме.

В.Н. Комиссаров делит классификации на три типа: лексические трансформации (транслитерация, калькирование, лексико-семантические замены, такие как генерализация, конкретизация), грамматические трансформации (синтаксическое уподобление, дословный перевод) и комплексные трансформации – лексико-грамматические (экспликация, компенсация, антонимический перевод).

На основе изученного нами обширного теоретического материала мы провели эмпирическое исследование текстов из электронной версии научно-методического журнала *Teaching English for Academic Purposes*. В рамках практической части исследования нами было проанализировано более 200 лексических единиц специального вокабуляра по методике обучения академическому английскому языку, что позволило выявить наиболее эффективные методы перевода вокабуляра по указанной тематике.

Эквиваленты в переводческой практике встречаются нечасто. В рамках темы нашего исследования мы столкнулись со следующими эквивалентами: *English language proficiency test* – экзамен на владение английским языком, *spoken communication criteria* – критерии устного общения и др. Важно отметить, что процент использования эквивалентов совсем небольшой – всего 4,5%.

Следующим по частоте использования типом лексических соответствий оказались вариативные соответствия. На их долю пришлось 30,5% состава нашего вокабуляра. Итак, примеры вариативных соответствий, обнаруженных нами в результате исследования: *assessment* – оценка, *teaching materials* – дидактические материалы, *conference paper* – доклад конференции, *essay* – сочинение, *faculty* – преподавательский состав и др.

Остальные 65% пришлось на переводческие трансформации. Почему так произошло? Какие факторы на это повлияли?

Конечно, в первую очередь, к числу причин относятся значительные расхождения систем языка оригинала и языка перевода, а также несовпадение языковых норм и речевых узусов.

Однако, существует один очень влиятельный внешний фактор, обуславливающий такое большое количество сложностей при переводе тематического вокабуляра. В России преподавание английского для академических целей – относительно новая дисциплина, которая, хоть и активно развивается, но все же далека от тех темпов, с которыми изучается данный вопрос на Западе. Очевидна разница в социокультурных ориентирах: за рубежом английскому языку как *lingua franca* уделяется особое внимание, потому значительные усилия и стратегии развития направлены на *обучение EFL (English as Foreign Language* – английский как иностранный язык). Такая ситуация предполагает, что словарных соответствий некоторым понятиям попросту нет из-за отсутствия явлений, которые они обозначают, в нашей образовательной практике. Поэтому как и в ряде других новых тем, реалии которых малоизвестны русскоязычной аудитории, например, моды, бизнеса, ИТ и др, ключевая роль в формировании современного русскоязычного дискурса академического английского отведена переводу, адаптации и созданию аналогичных текстов по иноязычным образцам [7]. Это напрямую объясняет использование переводческих трансформаций в качестве основного инструмента перевода подобных терминов, ведь, согласно В.Н. Комиссарову, «переводчик использует переводческие трансформации, как способы перевода, при условии, когда из-за условий контекста нельзя использовать словарное соответствие, либо оно просто отсутствует» [4].

Таким образом, наше исследование показало, что наиболее часто и продуктивно используемым в данной сфере методом перевода является калькирование (94 из 200 единиц): *textual material* – текстовые материалы, *literature review* – обзор литературы, *analytical techniques* – методы анализа, *cognitive activity* – познавательная деятельность, *learning strategy* – стратегия обучения и т.д. Следующим по частоте использования методом стало вариативное соответствие (61 из 200 единиц), примеры которого были приведены выше. Замыкает тройку наиболее эффективных способов перевода терминов экспликация (17 из 200 единиц): *matter of policy* – принципиальный вопрос, *reading-to-write construct* – совокупность навыков чтения и письма, *top-down approach* – нисходящий метод и др.

Конечно, исследование особенностей перевода специального вокабуляра представляет собой достаточно обширное поле деятельности для дальнейшего изучения и рассмотрения, которое не могло быть исчерпано в рамках нашего исследования. Тем не менее, нам удалось проследить закономерности перевода лексики по теме «академический английский» и выявить наиболее продуктивные методы перевода, что, как мы надеемся, позволит улучшить результаты перевода конкретного тематического вокабуляра в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бадамшина А. А., Поморцева Н. П. Особенности перевода терминов «сингапурской» системы школьного обучения на русский язык // Terra Linguae: Сб. науч. Ст. Вып. 2. Казань: Издательство «ТАИ», 2015. С. 162–165.
2. Бальзамов В. А. Тематический вокабуляр на основе словосочетаний. Тверь: Изд-во Тверского гос. ун-та, 2009. 144 с.
3. Бархударов Л. С. Язык и перевод // Вопросы общей и частной теории перевода. М.: Международные отношения, 1975. 240 с.
4. Комиссаров В. Н. Общая теория перевода: учебное пособие. М.: Высшая школа, 1999. 136 с.
5. Рецкер Я. И. Теория перевода и переводческая практика. М.: Просвещение, 1982. 159 с.
6. Салтыкова М. Глобализация в образовании – это заимствование достижений // hse.ru. 2014. URL: <https://www.hse.ru/news/recent/26287981.html> (дата обращения: 05.02.2017)
7. Сыромолотова Е. М., Поморцева Н. П. Проблема перевода текстов в сфере моды с английского на русский язык // Terra Linguae: Сб. науч. Ст. Вып. 2. Казань: Издательство «ТАИ», 2015. С. 168–171.

АТТЕСТАЦИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ В США

Ханипова Р. Р.

В статье рассматриваются три модели сертификации учителей в США. Автор анализирует программы подготовки преподавателей в разных штатах, а также выделяет общие требования сертификации. В статье приведен список лучших университетов, согласно отчету Национального совета по квалификации учителей.

Ключевые слова: дополнительное образование, учитель в XXI веке, учащийся, высшее образование, подготовка преподавателей.

The article describes three models of teacher certification in the USA. The author analyses teacher training programs in different states, and puts forward common requirements of certification. The list of the best teacher training institutions according to the National Council on Teacher Quality is considered in the survey.

Key words: lifelong learning, the teacher of the XXI century, student, university education, teacher training.

Сертификацией называется процесс подтверждение минимального объема знаний преподавателя по предмету. По прохождении сертификации выдается документ, дающий право на ведение преподавательской деятельности, именующийся *лицензией* [1].

Существуют несколько моделей сертификации преподавателей: традиционная, альтернативная, вспомогательная.

Правила сертификации учителей варьируются в зависимости от штата, в котором педагог собирается преподавать. Приведем общие положения, которые считаются *традиционной моделью* сертификации. Учитель должен:

- получить степень бакалавра;
- прослушать программу по педагогике, которая дает степень магистра или альтернативную;
- обладать государственным или региональным сертификатом, подтверждающим право на преподавание дисциплины [3].

Альтернативная модель сертификации преподавателей характеризуется краткосрочностью. Для получения сертификата, не обязательно иметь степень бакалавра педагогики. Воспользоваться данной моделью сертификации наряду с преподавателями могут военные в отставке либо люди, решившие сменить сферу деятельности. Выделяя гранты на обучение, правительство тем самым привлекает педагогов в специализированные школы или школы сельской местности.

Вспомогательная модель сертификации является разновидностью альтернативной модели, применяемой в экстренных случаях, таких как отсутствие квалифицированных преподавателей. Для того, чтобы пройти данную модель сертификации и получить право преподавать соискателю достаточно принести диплом бакалавра или магистра и пройти тестирование на получение лицензии, по итогам которого работодатель вправе самостоятельно принять решение о дальнейшем трудоустройстве преподавателя.

Несмотря на то, что правила сертификации и получения лицензии, дают право обладателю преподавать в том штате, в котором они были получены, во многих штатах действует взаимное соглашение, позволяющее осуществлять преподавательскую деятельность в нескольких штатах.

Ежегодно каждый штат США подводит итоги по программам подготовки педагогических кадров. Анализу подвергаются следующие пункты:

- коэффициент динамики трудоустройства выпускников педагогических ВУЗов;
- коэффициент удержания молодых преподавателей на рабочем месте.
- анализ отзывов потенциальных работодателей об эффективности образовательной программы;
- оценка успеваемости учащихся школ;
- техническая оснащенность аудиторий, в которых осуществляют подготовку специалистов;
- уровень заинтересованности спонсоров в образовательной программе;
- участие молодых специалистов в преподавательских грантах (TEACH grant).

В 2014 г. Национальным Советом по квалификации учителей (National Council on Teacher Quality) была проведена проверка образовательных программ по подготовке преподавателей. В исследовании были проанализированы программы бакалавриата и магистратуры, в которых участвовало 2400 программ по педагогике в 1200 учебных заведениях.

Первые пять мест по подготовке учителей младших классов заняли следующие университеты и институты: Университет Даллас Баптист (Dallas Baptist University), Аграрно-технический университет Западного Техаса (West Texas A&M University), Университет Огайо (Ohio University) и Дейтонский университет (University of Dayton), Северо-Западный университет (Northwestern University).

По подготовке специалистов средней школы Северо-Западный университет (Northwestern University), Университет Липскомб (Lipscomb University), программа аспирантуры в Университете Форт Хейс (Fort Hays State University) – 1-3 места соответственно.

Университеты, программы которых считаются эффективными на уровне начальной, средней и старшей школ: Университет штата Огайо (Ohio State University), Университет Майами (University of Miami) (программа магистратуры Оксфорда), Университет Липскомб (Lipscomb University) [5].

Рассмотрим программы подготовки преподавателей. Одним из наиболее популярных университетов по подготовке педагогических кадров в США является Принстонский Университет, штат Нью-Джерси (Princeton University, New Jersey). По окончании программы, выпускники получают диплом бакалавра или магистра и наделяются правом преподавать в штате Нью-Джерси. В течение периода обучения, студент должен:

- посетить и пройти аттестацию по ряду специальных дисциплин;

- посетить и пройти аттестацию по ряду дисциплин по выбору (в состав которых входит одно из направлений изобразительного искусства, точных наук, общеобразовательных и естественнонаучных дисциплин);
- посетить семинары по педагогике (на семинарах изучаются теоретические основы преподавательской деятельности);
- посетить семинары по методике преподавания (под данными семинарами подразумевается проведение, под руководством наставника, минимум двух занятий в одной из местных школ);
- пройти практику преподавания в одной из местных школ (практика проводится под руководством куратора в течение одного семестра)

Будущие преподаватели могут выбрать несколько специализаций подготовки. Аттестация по каждому из вышеперечисленных пунктов должна быть пройдена на отметку «А», что соответствует оценке «отлично», иначе дальнейшее обучение по направлению ставится под угрозу.

В случае если дипломированному учителю необходимо пройти сертификацию в Принстонском университете для переквалификации, необходимо посетить курс в 32 кредита (credit) по специальности. Например, чтобы получить сертификацию учителя английского языка, необходимо прослушать курсы по теории языка; английской, американской и мировой литературе и написать сочинение. Соискатель на должность учителя иностранного языка обязан прослушать курсы по грамматике, культуре общения, литературе и культуре иностранного языка, методике преподавания и пройти тестирование на знание второго языка, составленное Министерством образования штата Нью-Джерси (New Jersey Department of Education) [4].

Так как Техас является одним из штатов с высоким показателем числа мигрантов, рассмотрим требования к уровню подготовки учителя, предъявляемые в этом штате.

В дополнении перечисленных выше общих требований, необходимо пройти сертификацию, предложенную Национальным управлением по контролю профессиональных педагогических стандартов (National Board for Professional Teaching Standards). Необходимо иметь опыт работы не менее трех лет в данной сфере и действительную лицензию, позволяющую преподавать (или, как альтернатива этому, опыт работы в аккредитованных государством школах).

Техас является штатом, где конкурентоспособность для учителей иностранного языка очень высока. В связи с этим к учителям выставляются жесткие требования. Владение несколькими иностранными языками, может значительно упростить задачу, т.к. для обучения в билингвальной среде учителю важно донести информацию до ученика любым доступным образом, ведь от этого зависит эффективность учебного процесса. Учителя иностранного языка должны иметь:

- диплом о высшем образовании;
- быть разносторонне образованным (иметь базовые знания по основным предметам: математика, английский язык, обществознание и т.д);
- иметь сертификат или диплом, подтверждений профессиональное образование;
- пройти тестирование на знание языков (основного языка и английского языка, как второго) [2].

Таким образом, подготовка квалифицированных преподавателей в США является одной из значимых граней образования. Один из слоганов правительства США – «Каждый ребенок заслуживает лучшего учителя!» – доказывает стремление к лучшей подготовке профессиональных преподавателей. Обеспечивая учащихся возможностью получения образования мирового уровня, правительство готовит общество, нацеленное на успех.

ЛИТЕРАТУРА

1. Certification and Teacher Preparation in the United States. URL: <http://www.educationalpolicy.org/pdf/PREL%20Certification.pdf> (Дата обращения: 01.05.2017)
2. ESL Certification in Texas with School and Program Overviews. URL: http://study.com/esl_certification_texas.html (Дата обращения: 20.04.2017)
3. Steps for Obtaining Certification. URL: <https://www.teach.org/certification?gclid=Cj0KEQjw2ay8BRC7sYequMydsq0BEiQAbEX9UECzA0p5hTanq5GP-vTWGBtqQ2uz2nVxVfViu3eVroaAjpM8P8HAQ> (Дата обращения: 25.04.2017)
4. Teacher Prep Handbook 2016-2017 URL: <https://teacherprep.princeton.edu/sites/teacherprep/files/pdf/2016-2017%20TeacherPrepHandbook.pdf> (Дата обращения: 21.04.2017)
5. Teacher Prep Review 2014 Report. URL: http://www.nctq.org/dmsStage/Teacher_Prep_Review_2014_Report (Дата обращения: 12.03.2015)

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ ПЕРЕВОДЧИКОВ-СИНХРОНИСТОВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЯ

Лопаткина Н.В.

Статья посвящена проблеме подготовки переводчиков-синхронистов в условиях современной образовательной системы, выявлению типичных ошибок и трудностей перевода, а также качеств, необходимых для данного рода деятельности.

Ключевые слова: переводоведение, синхронный перевод, образование

This article deals with the problem of the translators preparation in the conditions of modern educational system, the identification of typical errors and difficulties in translation, as well as the qualities required for this type of activity.

Key words: translation studies, simultaneous translation, education.

В повседневном понимании перевод – это любое перекодирование речи или текста с одного языка на другой. Научных определений этого термина множество, один из них звучит следующим образом: "Перевод - это точное воспроизведение подлинника средствами другого языка с сохранением единства содержания и стиля. Этим перевод и отличается от пересказа, в котором можно передавать содержание иностранного подлинника, опуская второстепенные детали и не заботясь о воспроизведении стиля. Единство содержания и стиля воссоздается в переводе на иной языковой основе и уже поэтому будет новым единством, свойственным языку перевода» [9]. Приведем еще одно определение перевода, представленное В.С. Виноградовым: "Нужно согласиться с мыслью, что перевод - это особый, своеобразный и самостоятельный вид словесного искусства" [1]. Из всего множества определений очевидно одно: перевод - это комплексный процесс, перевести - значит выразить верно и полно средствами одного языка то, что уже выражено ранее средствами другого языка.

Однако, произвести адекватный и правильный перевод, на практике гораздо сложнее, чем в теории, поскольку переводчик как письменного текста, так и устной речи, сталкиваются с множеством проблем семантического, синтаксического и прагматического характера. Различия в категоризации, грамматические различия, скрытые категории,

«ложные друзья переводчика»(пара слов в двух языках, похожих по написанию и/или произношению, часто с общим происхождением, но отличающихся в значении) - все это относится к проблемам семантики. Среди синтаксических проблем можно выделить определение синтаксического типа языка и лексическую сочетаемость. К прагматическим проблемам перевода относятся: перевод идиом и пословиц, описания в анафоре, особенности стиля, парадоксы счета, перевод метафор и другие. Зачастую переводчики затрудняются с поиском способов передачи реалий, специфических для иного мира и иной культуры.

К проблемам, перечисленным выше, можно добавить специфические трудности, присущие конкретному виду перевода. В теории перевода существуют две классификации перевода: по характеру переводимых текстов и по характеру речевых действий переводчика. К первой классификации относятся: **художественный перевод**, основная задача которого заключается в порождении на переводном языке речевого произведения, способного оказывать художественно-эстетическое воздействие, и **специальный перевод**, основная функция которого заключается в сообщении каких-то сведений, а не в художественно-эстетическом воздействии на читателя. Вторая классификация делит переводы на письменный и устный. Письменный перевод – это такой вид перевода, при котором речевые произведения, объединяемые в акте межъязыкового общения (оригинал и текст перевода), выступают в процессе перевода в виде фиксированных текстов, к которым переводчик может неоднократно обращаться. Устный перевод - это вид перевода, при котором оригинал и его перевод выступают в процессе перевода в нефиксированной форме, что предопределяет однократность восприятия переводчиком отрезков оригинала и невозможность последующего сопоставления или исправления перевода после его выполнения. Одним из видов устного перевода, притом самым сложным, является синхронный перевод. А.Ф. Ширяев выделяет следующие его особенности [10]:

1. параллельность речи оратора и осуществления перевода;
2. строгая зависимость от времени и темпа речи оратора;
3. поsegmentный характер перевода: синхронный переводчик переводит текст по сегментам по мере их поступления, тогда как при последовательном переводе (как и при письменном переводе письменных материалов) переводчик сначала прослушивает (прочитывает) весь текст.

Как вид перевода и профессиональной деятельности, синхронный перевод появился относительно недавно – в XX веке. Основателем этого вида перевода принято считать Эдуарда Филейна, американского бизнесмена. В 1925 году Э.Филейн обратился в секретариат Лиги Наций с предложением использования этого более динамичного и эффективного способа перевода. Его идею приняли не сразу, но после воплощения синхронного перевода на практике, изменили свое решение. Аргументами в пользу принятия синхронного перевода послужило удобство по сравнению с другими видами перевода: последовательный перевод занимал слишком много времени, «нашептывание» (шутка) было неудобным и переводчику, и слушателю, последний также не соответствовал формату мероприятий высокого уровня.

В Советском Союзе первый опыт подобного перевода был осуществлен уже в 1926 году на VI конгрессе Коминтерна. При этом имелись определенные технические сложности: переводчики сидели на трибунах с неудобным микрофоном, не было наушников, процессу перевода постоянно мешали внешние шумы. В СССР кабины для синхронистов с микрофонами и наушниками появились в 1933 году на XIII пленуме Исполкома Коминтерна, однако до 1945 года синхронный перевод большой популярностью не пользовался.

Второй, более динамичный этап наступил после Второй Мировой Войны. Нюрнбергский процесс 1945 – 1946 гг. сыграл в этом особую роль. Синхронисты работали на русском, немецком, английском и французском языках. Руководителем службы синхронного перевода был Леон Достерт —личный переводчик 34-го президента США Дуайта Эйзенхауэра. Именно Леон Достерт продемонстрировал все преимущества синхронного

перевода в ООН в 1946 году. В ходе этого процесса стало очевидным, что потенциал перевода не использовался до сих пор в полной мере.

Следующим известным процессом с применением синхронного перевода стал Токийский – это суд над японскими военными преступниками, проходивший в Токио с 3 мая 1946 года по 12 ноября 1948 года. В ходе процесса было проведено 818 открытых судебных заседаний и 131 заседание в судейской комнате; трибунал принял 4356 документальных доказательств и 1194 свидетельских показаний (из которых 419 были заслушаны непосредственно трибуналом).

После Международного экономического совещания в 1952 году в Москве синхронный перевод стал основным видом перевода и больше не утрачивал своей значимости на мероприятиях высшего уровня. Следующим важным событием в мире синхронного перевода стал Всемирный фестиваль молодёжи и студентов в 1957 году в СССР.

После всех предыдущих событий школа советского синхронного перевода получила большое развитие. Зал Кремлевского Дворца съездов был оборудован кабинками синхронистов и позволял работать с тридцатью языками, тогда как в норме аудитория располагала 5–6 опциями. В 1961 году на XXII съезде КПСС присутствовали делегации 80 зарубежных партий, а для синхронного перевода использовалось новейшее на тот момент оборудование. Синхронный перевод осуществлялся на 29 языков, включая индонезийский, вьетнамский, корейский, японский, арабский и несколько редких африканских языков. Во время проведения Олимпиады – 80, синхронисты переводили на 6 языков. Именно во время Олимпиады впервые на практике применили первые модели инфракрасного оборудования. Преимуществами такого оборудования в том, что эта аппаратура имеет маленький размер и является мобильной, она позволяет работать с группами от 50 до 3000 человек. Также инфракрасное оборудование обеспечивает надежную защиту от любого несанкционированного прослушивания информации. Синхронный перевод с такой аппаратурой будет обеспечен высоким качеством сигнала и защищен от помех. Участники конференции смогут свободно перемещаться по аудитории благодаря отсутствию проводов.

Из вышеприведенной информации видно, что перевод стал неотъемлемой частью современного мира, а синхронисты сопровождают большинство международных конференций. Мероприятия такого уровня требуют качественно подготовленных кадров.

Во второй половине XX века ученые начали углубляться в изучение и разработку наиболее эффективной методики для подготовки специалистов в этой области переводоведения. Ведь именно подготовка профессиональных кадров в области синхронного перевода является малоизученной проблемой для преподавателей. Потребность в эффективной методике есть, а самой методики нет. Большинство специалистов обучаются лишь в процессе собственной практики и опыта. По их мнению, на начальном этапе обучения важно получать легко прогнозируемый речевой материал. Что под этим подразумевается? Общеизвестным фактом является то, что для успешного перевода синхронисту необходимо «предугадать» последующие слова оратора. Это и называется прогнозируемым речевым материалом.

Углубляясь в вопрос о вероятностном прогнозировании в процессе синхронного перевода, стоит упомянуть об эксперименте И.А. Зимней и Г.В. Чернова [4]. С помощью своего исследования ученые хотели подтвердить важность навыка «предугадывания» последующей фразы оратора. Элементы, с высоким процентом предугадывания авторы назвали «пиками информационной избыточности». Трудно прогнозируемые части высказывания названы «опорными пунктами прогнозирования». Исходя из этого, мы видим важность верного, с точки зрения обучения, размещения трудно прогнозируемых элементов при составлении упражнений для переводчиков-синхронистов.

Для исследования И.А. Зимней и Г.В. Чернова был взят текст объемом 8 печатных страниц. Характерной особенностью была непредсказуемость появления семантически бессмысленных, но грамматически правильных фраз. Группе студентов предложили

синхронно перевести данный текст. Исход исследования укрепил гипотезу о том, что синхронный перевод основывается на аппарате вероятностного прогнозирования. Результаты эксперимента И.А. Зимней и Г.В. Чернова показали, что с переводом семантически бессмысленных, но грамматически правильных предложений переводчики не справились.

Исходя из результатов исследования, **на начальном этапе** обучения специалистами рекомендуется:

- 1) использовать широко известные тексты или тематику;
- 2) предварительно разбирать лексику, с которой предстоит работать;
- 3) преподавателю необходимо грамотно расставить в тексте «пики информационной избыточности» и «опорные пункты прогнозирования».

Необходимо, чтобы обучающиеся видели связь получаемых знаний и переводческой практики, необходимость этих знаний для решения практических задач.

При обучении синхронному переводу стоит уделить внимание «синхронному переводу со зрительной опорой». Что это такое, и как лучше обучить данному подтипу переводческой деятельности? В ходе работы со зрительной опорой студент через наушники слушает речь выступающего и практически одновременно проговаривает переведенный материал, пользуясь текстом выступления, полученным заранее. Как и в любом другом виде синхронного перевода, специалисту необходимо подстроиться под темп оратора, учитывать индивидуальные особенности его речи, необходимо справиться с волнением, и в случае неполадки с аппаратурой - устранить проблему. Перевод без зрительной опоры, соответственно, исключает возможность ознакомления с материалом речи заранее.

Одной из основных проблем при обучении синхронистов был и остается навык адаптации к речи оратора. Он достигается лишь путем постоянного выполнения упражнений. Упражнения для начинающего синхрониста могут начинаться с повторения за речью оратора (с увеличением длительности), на первом этапе на родном языке, затем - на иностранном. Нужно использовать тексты с различной длительностью пауз, скоростью воспроизведения. Можно зачитывать вслух текст и попросить студента суммировать его содержание. Такой прием даст возможность развить память и избегать буквализма при переводе.

В процессе обучения в кабинке, после окончания тренировки перевода, студенту следует ознакомиться с материалом речи, чтобы осознать плюсы и минусы своей работы. Если есть возможность, то стоит записать речь перевода и ознакомиться с ее аудиозаписью одновременно читая текст оригинала. Затем стоит попробовать перевести еще раз, не заглядывая в текст.

После вышеперечисленных подготовительных упражнений следует приступить к переводу речей и дискуссий. Сначала, как обычно, используем простые речевые примеры, затем переходим к речам, осложненным дефектами речи (акцент, неясность речи и т.д.) к дискуссиям, перегруженным излишней эмоциональностью и отклонениями от литературной нормы (жаргон, диалект и т.д.).

Ввиду повышенного спроса на синхронный перевод в последние десятилетия растет рынок образовательных услуг в этой области. Обучиться искусству синхронного перевода можно как в России, так и за рубежом. Изучив различные источники, удалось найти учебные заведения, на базе которых открыты курсы синхронного перевода. Образование за границей обойдется примерно в 500 000 рублей, в России это будет стоить в среднем около 390 000 рублей. Стоимость краткосрочных курсов начинается от 10 000 рублей. Длительность обучения разная: от кратковременных недельных курсов. до программ, рассчитанных на два семестра (один год). Согласно статистике, наиболее востребованными языками в синхронном переводе являются английский и китайский. В той или иной форме переводами занимаются и представители многих других профессий, для которых переводческая деятельность стала востребованной в процессе развития международных контактов и повышенного спроса на рынке услуг.

Особый интерес в этой связи представляет непосредственный опыт переводчиков-синхронистов. Для выяснения специфики их работы и получения рекомендаций по

подготовке специалистов в этой области автор данной статьи провела серию интервью с ведущими переводчиками - синхронистами Казани (Республика Татарстан). В интервью принимали участие 5 переводчиков: Фаткуллин Фархад Наильевич, Жолудь Игорь Викторович, Нурутдинова Гульнара Мохтаровна, Мухаметзянова Резеда Искандеровна, Фоминых Анна Дмириевна.

Первым свое мнение по поводу состояния синхронного перевода высказал **Фархад Наильевич Фаткуллин** - переводчик сектора переводов Управления Государственного Протокола Президента Республики Татарстан, преподаватель англоязычного курса "Управление Рисками/Risk Management" в рамках программы двойного диплома между Казанским Государственным Финансово-Экономическим Институтом (РФ) и Университетом штата Нью-Йорк (Кантон, США): *«От синхрониста международный рынок труда ожидает всё то же, что верно для любого работника умственного труда постинформационного общества - междисциплинарные знания, межкультурные компетенции, навыки быстрой адаптации к новой информационной среде и профессиональные умения выпускника переводческого ПТУ. Профессиональный устник должен быть в принципе способен выступить квалифицированным оппонентом для докладчика по теме, но его работа – только передавать слова и смысл сказанного».*

Фархад Наильевич обеспокоен как сегодняшним состоянием синхронного перевода, так и будущим данной профессии в целом: *«Наша профессия сегодня реально нужна только в общественно - политических целях сохранения языковой идентичности (русской, французской, татарской или иной другой). Будущее данной профессии зависит только от того, насколько ваше поколение в глобальном масштабе захочет финансировать современную качественную отраслевую литературу на родных языках.*

В Казани спрос на профессиональный перевод не развит, а талантливым подготовленным личностям проще и выгоднее для себя пойти по управленческой стезе или строить профессиональную карьеру на федеральном или международном уровне. Пока федеральный центр не готов разрешить параллельное вещание телеканала Татарстан-24 и на татарском, профессиональных синхронистов (т.е. зарабатывающих сугубо или в основном синхронным переводом) в Казани готовить не получится, как и лётчиков-испытателей космических кораблей, невостребованных экономикой нашей республики.

Востребованных синхронистов невозможно подготовить - им можно лишь помочь вырасти. Сегодня, когда весь образованный мир и так говорит на английском, синхронист - это энциклопедист и хранитель языка (как литературного, так и специфически отраслевого)».

Следующим переводчиком, выразившим свое мнение относительно синхронного перевода, стал **Жолудь Игорь Викторович** – преподаватель языкознания, теории английской грамматики, английского как второго языка, методики преподавания английского, литературы, русской филологии и истории СССР в Казанском государственном университете, консультант и профессиональный лектор по истории СССР и России.

В своих ответах он солидарен со своим коллегой, Фархадом Наильевичем. Они в равной степени обеспокоены состоянием синхронного перевода в республике Татарстан. От себя Игорь Викторович добавил несколько слов о состоянии синхронного перевода на сегодняшний день: *«Я полностью согласен с оценкой ситуации с синхронным переводом моим коллегой Фархадом Наильевичем. От себя могу добавить, что перспективы на будущее, даже на далекое, не вижу никакой. Резкое изменение положения на рынке переводческих услуг - это результат политики РФ на международной арене начиная с февраля 2014 года. Последствия этих шагов синхронисты ощутили в полной мере. До 2014 года заказов было очень много, было много серьезных многолетних международных проектов в том числе с Северной Америкой и Великобританией и странами Евросоюза. Сейчас их почти нет.*

Я бы не советовал тратить время и деньги на подготовку себя в качестве синхронного переводчика. Если хотите остаться в "языковой теме", то лучше всего

получить навыки преподавания и постараться выйти на уровень частного преподавателя, стоимость занятия которого сейчас от тысячи рублей и выше (при наличии репутации и опыта разумеется)».

Анна Дмитриевна Фоминых - старший преподаватель кафедры теории и практики перевода, отделения Высшей школы иностранных языков и перевода Казанского Федерального Университета: *«Говоря о психологических аспектах работы, стоит сказать, что любой невролог скажет, по результатам многих энцефалограмм, которые снимали у переводчиков во время их работы, что работа синхрониста является аномалией. Человек не может говорить и думать одновременно на разных языках. Если ты знаком с тематикой, если она тебе близка то, конечно, работать легче. Также важна дружелюбная аудитория. Если это последовательный перевод - ты видишь, как тебя воспринимают, воспринимают твой перевод. Первое качество синхронного переводчика – это хорошее знание языка. Второе качество, как и в любой профессии - определенная самоуверенность.*

Бывают и экстремальные ситуации, когда не понимаешь иностранца или выступающего, который не является носителем английского языка. Наверное, это вопрос к профессионализму: исходя из заданной тематики можно сформулировать, то, что говорит докладчик».

Одним из опрошенных переводчиков стала **Мухаметзянова Резида Искандеровна** - старший преподаватель Высшей школы иностранных языков и перевода КФУ, фрилансер, аккредитованный устный экзаменатор YLE, KET, PET, BEC preliminary Экзаменационного центра Кембриджского университета при Казанском федеральном университете. *«Работа синхронного переводчика не то чтобы тяжела, она - напряжённая. Нужно постоянно над собой работать, а это требует высокой самодисциплины, собранности, выдержки, целеустремлённости. Знать надо действительно много, и всё это следует приводить в систему. Проблемы психологического плана идут от неопытности, так как с годами переводчик-синхронист овладевает мастерством держать себя в узде, не паниковать, концентрироваться на выполнении перевода, а не на побочных факторах. Играет роль в этом и степень готовности в языковом отношении. Бывает, когда вдруг выключается аппаратура. Или было мало времени для подготовки к мероприятию. Или когда ты готовишь одно, а оратор решил выступить совершенно с другим материалом. Сложности возникают при переводе какого-либо узкопрофессионального материала, где есть своя терминология, и ты с ней не очень знаком - а предложение переводить получено только накануне. Так иногда случается, и в силу обстоятельств, ты идёшь и делаешь всё, как можешь. Это всегда экзамен. Выбора нет».*

Резида Искандеровна считает, что сегодня *«в Казани больше конкуренции, так как уже есть профессиональные переводчики, и, главное, этому уже обучают у нас. Сейчас больше возможностей повышения своей квалификации. Казань стала местом, где иностранцы встречаются часто. То есть наши навыки уже не в пассиве, а постоянно подвергаются проверке практикой. В Казани пока нет школы синхронного перевода как такового. То, что даётся в университете, это только база».*

Нурутдинова Гульнара Мохтаровна - старший преподаватель Высшей школы иностранных языков и перевода КФУ: *«Работа синхронного переводчика стрессовая, часто заранее не знаешь, что ждет в тексте выступления. Но в то же время работа очень развивающая, узнаешь много нового из текстов выступлений. Работа тяжела психологически, особенно когда речь идет о неподготовленном переводе. Трудно переводить не носителей языка (по причине контаминированности речи) и узкоспециализированную терминологию. Еще труднее переводить неподготовленных ораторов, которые сами не знают, о чем будут говорить. В результате - не соблюдается логика выступления и, соответственно, нелогичным получается и перевод.*

Отличное владение иностранным и родным языками, быстрая реакция, решительность и стрессоустойчивость – главные черты синхрониста».

Относительно положения дел в республике Татарстан Гульнара Мохтаровна считает, что на сегодняшний день существует потребность не просто в синхронных переводчиках, а в переводчиках-универсалах.

Помимо трудностей профессии переводчика-синхрониста и специфики работы переводчики поделились своим мнением относительно подготовки профессиональных кадров. **Анна Дмитриевна Фоминых** придерживается мнения, что *«синхронный перевод – это навык, техника определенная, и не только знания языка, а любой навык можно выработать. Не каждый человек, знающий два языка на уровне родного, может работать переводчиком, а как готовиться к синхронному переводу, как развивать в себе эти навыки – наверно, для каждого человека это индивидуально. Стоит больше говорить, слушать, пополнять свой словарный запас, интересоваться той тематикой, в которой ты работаешь. Наверное, других способов нет. Будущим переводчикам могу сказать одно: готовиться, готовиться и еще раз готовиться. Требовать материал заранее, просматривать лексику, даже если нет материалов, то собирать свою копилку, собирать свой вокубуляр по теме, разрабатывать собственные тематические словари»*. **Нурутдинова Гульнара Мохтаровна** солидарна в своем ответе с Анной Дмитриевной: *«Учитесь, учитесь и учитесь... не думайте о себе плохо. Чем больше переводишь, тем лучше получается»*. **Мухаметзянова Резеда Искандеровна** считает, что *«необходимо отдавать себе отчет в том, что дело это ответственное и серьезное. Требуется регулярной работы над собой. И даже лет через 30 будет чему учиться и из чего делать выводы. Абсолютной готовности не бывает. Надо быть готовым к принятию решения, развивать свою переводческую интуицию. Слушать много материала с помехами и на низкой громкости, тренируя свой слух. И постоянно работать над языком. Всё это чрезвычайно интересно и позволяет держать себя в тонусе. Что является частью нашего жизненного счастья»*.

Несмотря на обеспокоенность переводчиков по поводу нестабильной ситуации на рынке синхронного перевода в Татарстане, потребность в данном виде перевода возрастает, пусть даже и периодически. В первую очередь, это связано с развитием экономического и политического положения республики, развитием науки и культуры, ну и, конечно, с международными соревнованиями такими как Универсиада- 2013, WorldSkills Russia, Чемпионат мира FINA по водным видам спорта, Чемпионат Европы по бадминтону среди юниоров, Чемпионат мира по легкой атлетике среди юниоров. В ближайшем будущем пройдет Кубок Конфедераций FIFA, Чемпионат мира по футболу FIFA и тестовые чемпионаты по профессиональному мастерству в WorldSkills Arena. На подобных мероприятиях работают десятки переводчиков, в частности устных переводчиков-профессионалов. Но как же достигнуть высокого уровня профессионализма? Ответ на данный вопрос заключен в цитате А.Д.Швейцера: "Труд синхронного переводчика - это труд самой высокой квалификации. Он требует глубокого знания и исходного языка, и языка перевода, автоматизированных навыков нахождения соответствий, способности выдерживать длительную нервную нагрузку (зарубежные психологи характеризуют ситуацию синхронного перевода как ситуацию длительного стресса), мгновенной реакции, находчивости, умения прогнозировать дальнейший ход событий в зале заседания. С другой стороны, синхрон - это не только нелегкий труд, но и приносящее удовлетворение состязание в мастерстве, и, что самое главное, это "праздник, который всегда с тобой", переносящий тебя из атмосферы будничной повседневности в совершенно другой мир".

Рассмотрим подробнее практические советы по подготовке. Ключевой момент- не молчать. С трудностями в переводе сталкиваются даже самые опытные специалисты. Особенно, если выступающий не является носителем языка. Стоит заранее изучить материалы мероприятия, чтобы подготовить лексику. Также стоит познакомиться с самим выступающим. Зная особенности его речи, темп и т.д. вам будет легче переводить. Но, если это невозможно или по какой-то причине не было сделано, то можно произнести общие фразы об организаторах, поблагодарить их за приглашение и т. д.

Следующая трудность — слишком быстрая речь оратора. Многие выступающие либо в силу характера, либо из-за волнения, начинают говорить слишком быстро, что затрудняет перевод. Необходимо отстаивать свою позицию. В случае последовательного перевода, если оратор начинает говорить быстрее, перевод следует осуществлять медленнее. По инерции, докладчику придется немного замедлить темп, чего и добивался синхронист.

Бывает, что публика знакома с иностранным языком и знает тему выступления лучше вас, соответственно возможны замечания от таких слушателей. Если сделана поправка к переводу, не стоит слишком огорчаться. Необходимо поблагодарить за конструктивную критику (если она на самом деле таковой являлась) и продолжить перевод с учетом поправки. Если же переводчик не согласен с поправкой (а может быть и такое), то следует четко аргументировать свое видение перевода и, в частности, термина. Правда, в большинстве случаев лучше прислушаться, особенно если доклад по той отрасли, в которой синхронист не является профессионалом.

Нередко серьезные затруднения могут вызвать числа. Лучше будет назвать две-три цифры, после чего вставить «и так далее». Если слушателям цифры важны, то они найдут их позже в материалах конференции, в противном случае они будут только рады возможности избежать лишней информации.

Стоит совершенствовать навыки ораторского искусства. В случае, если вы совершите ошибку, но ваша речь убедительна - зрители слушают перевод с огромным интересом, и неточность может быть и не замечена. Стоит совершенствовать не только ораторское искусство, но и фоновые знания, расширять лексический запас русского и иностранного языков.

И самое главное правило для начинающих, не стоит бояться переспросить что-либо непонятное, либо сделать ошибку. Уверенность в себе передается окружающим, настраивая их на доброжелательность. А переводчик со смущенным видом постоянно запинаящийся вряд ли сможет добиться успеха на данном поприще.

Синхронный перевод – один из самых молодых и самых сложных видов перевода. Потребность в нем увеличивалась по мере появления международных организаций и развития международных связей между странами. Однако, этот востребованный вид перевода характеризуется высоким уровнем когнитивной нагрузки, и, с точки зрения психологов, работа синхрониста аномальна: человек не может одновременно слушать, думать и говорить на разных языках. Именно по этой причине переводчик не работает больше 30 минут подряд.

Процесс обучения переводчиков-синхронистов должен быть направлен на выработку таких умений, как развитое слуховое восприятие текста, быстрая реакция, надежная степень концентрации, выносливость, высокий контроль за производством речи, хорошая способность к компрессии, вероятностному прогнозированию, умение применять приемы и стратегии синхронного перевода, позволяющие решить переводческую задачу наиболее эффективным образом, большой объем памяти. По мнению профессиональных синхронистов, все навыки и умения можно развить, нужно только много тренироваться, нужно *«Учиться, учиться и учиться... не думать о себе плохо. Чем больше переводишь, тем лучше получается»* (Нурутдинова Г.М.)

ЛИТЕРАТУРА

1. Виноградов В.С. Лексические вопросы перевода художественной прозы. М., 1978.
2. Виссон Л. Синхронный перевод, М., 1998, 276 с.
3. Гофман Е.А. История синхронного перевода. Сборник «Тетради переводчика». М.: 1963, 103 с.
4. Зимняя И.А., Чернов Г.В. К вопросу о роли вероятностного прогнозирования в процессе синхронного перевода - в сб. «Вопросы теории и методики преподавания синхронного перевода», М., 1970

5. Зубанова И.В. Синхронный перевод: как это делается. Журнал «Мосты» №1(33), М.: 2012, 25с.
6. Илюхин В.М. Стратегии в синхронном переводе(на материале англо-русской и русско-английской комбинаций перевода). М.: 2001, 26с.
7. Комиссаров В.Н. Лингвистика перевода. М.: 1980, 278 с.
8. Комиссаров В. Н Современное переводоведение. Учебное пособие. М.: 2001, 321 с.
9. Рецкер Я.И. Теория перевода и переводческая практика. М.: 1974, 157 с.
10. Ширяев А.Ф. Синхронный перевод. Деятельность синхронного переводчика и методика преподавания синхронного перевода. М.: Воениздат, 1979. 183с.

МОДА В МАССОВОЙ КУЛЬТУРЕ: ЭСТЕТИЧЕСКИЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ

*Рычкова Е.С.
Соловьева Е.Г.*

В статье исследуются социокультурные и эстетические аспекты моды в массовой культуре на примере коллекции женской одежды весна-лето 2017 сети магазинов «ZARA». В ней показано, какими эстетическими свойствами обладает представленная коллекция, которая рассматривается через такие эстетические аспекты моды как форма, цвет, фактура и стиль.

Ключевые слова: массовая культура, эстетика, модные стандарты, модная одежда, стиль.

The article examines socio-cultural and aesthetic aspects of fashion in mass culture on the example of shop «ZARA»'s women clothing collection spring/summer 2017. It shows the aesthetic properties of the collection, which are considered through such aesthetic aspects of fashion as shape, color, texture and style.

Key words: mass culture, aesthetic, fashion standards, fashion clothes, style.

Мода сегодня рассматривается как своеобразный индикатор социокультурных трансформаций. В период перехода от индустриального общества к информационному, изучение моды позволяет понять сущность той или иной исторической эпохи, смыслы культуры. В переходный период происходит трансформация жизненных ориентиров, нравственных норм, поведенческих стандартов, переосмысление и переоценка ценностей и культурных образцов. В этот период особенно важно изучение моды как одного из важнейших факторов и индикаторов смены стандартов массового поведения.

В современном мире мода является инструментом создания своего собственного имиджа, стиля. Мода помогает в самоидентификации и в создании определенного образа.

Цель данной статьи: выявление эстетических и социокультурных аспектов моды в массовой культуре. Феномен моды будет исследоваться на примере одежды.

Мода является элементом массового производства, массового потребления и массовой культуры, представляет собой своеобразный механизм изменения материальных и духовных ценностей.

Соотношение моды и массовой культуры рассматривается с разных точек зрения как объект многочисленных дисциплинарных исследований. Представители эстетической мысли рассматривают моду в контексте особого проявления ценностного отношения человека к миру, как особую форму художественной сферы, подвластную эстетическим требованиям данной эпохи. Современные западные философы рассматривают как «культурный фильтр»:

все, что не признано модой, лишается своего права на существование в качестве одного из элементов в системе культуры.

Мода представляет собой механизм смены культурных образцов и имеет ценностную и нормативную сторону. Эти стороны находятся в диалектической взаимосвязи: ценность – смысловое ядро моды, а также благо, которое обретает нормативный характер [1].

Говоря о социокультурных аспектах, нужно обратиться к трудам экономиста Торстейна Веблена, который в XIX веке поднял вопрос о значении моды в контексте определения статуса человека, что было связано с развитием массовой культуры. Исходя из теории Веблена, можно выделить такие социокультурные аспекты в моде как:

- Иерархичность;
- Визуализация статуса;
- Материальное положение, из которого следует разделение моды на массовую и элитарную [2].

Именно последний аспект позволяет говорить, с одной стороны, о возможности высокого класса подчеркивать свою особенность и индивидуальность, а с другой стороны – стремление среднего и бедного класса копировать стиль и одежду высшего класса с целью визуального приближения к разряду «богатых». Так, например, именно Ив-Сен-Лоран выпустил дизайнерскую коллекцию «*rêt-a-porter*» (линии готовой одежды по стандартным размерным сеткам). Коллекция представляла собой образцы высокой моды («*haut couture*») в массовом производстве.

Чтобы рассмотреть эстетические аспекты, необходимо сопоставить свойства одежды массмаркетов с общепризнанными представлениями о красивом и прекрасном. Многие философы не относят моду в целом к предмету эстетики. По одной из концепций, эстетика – это сфера незаинтересованного созерцания, где оценивается форма как таковая. Исходя из этого, мода связана лишь с внешними целями и рассматриваться как предмет эстетического анализа не может. Мы в своем исследовании придерживаемся другой методологической базы и считаем, что мода в массовой культуре имеет не только утилитарную функцию, но и эстетическую составляющую[3].

Проявление социокультурных и эстетических аспектов можно проследить в следующих элементах структуры моды: модные стандарты, модные объекты, модные значения, поведение участников моды. В качестве модных объектов выбран ассортимент магазина ZARA (коллекция весна-лето 2017). На рынке модной брендовой одежды ZARA позиционирует себя следующим образом: «Качественная, модная, современная мужская, женская и детская одежда. *Zarawoman* – изделия из натуральных тканей для деловых и уверенных в себе девушек и женщин. *Zara Basic* – доступность по цене. Ткани содержат синтетические волокна. *Zara TRF* – линия одежды для молодежи, дерзкие модели смелых расцветок. *Zara Man* – традиционная мужская одежда и аксессуары» [4].

Компания Zara практикует так называемый быстрый дизайн, когда от разработки коллекции дизайнером до прилавка, проходит минимальное количество времени.

Концептуально, политика компании — это сочетание классических решений в одежде, продаваемой в торговой сети «Зара», со стилистическими предпочтениями молодых и «продвинутых» молодых людей [4].

Следует отметить, что в 2017 году в моду входят следующие элементы: розовый цвет во всех его палитрах; «запрещенное сочетание» цветов, а именно розовый/красный, розовый/фиолетовый, синий/голубой, голубой/оранжевый; из тканей особо будут в почтении кружево и прозрачные ткани («дань новой сексуальности»); полоска, бахрома, горох и другая эклектика. Модельеры говорят о возвращении «безвкусной декады прошлого века».

На примере женской коллекции весна/лето 2017 мы рассмотрим такие эстетические аспекты моды как форма, цвет, фактура и стиль.

Основной образ представлен брючным классическим костюмом мужского кроя. Брюки прямые, со стрелками, укороченные. Цвет серый. На ногах шлепанцы мужского типа,

хотя шлепанцы - это летняя повседневная обувь, которую одевают, как правило, под пляжную одежду, например, шорты. Под пиджаком черная блузка, которая сочетается с костюмом, как по цвету, так и по фактуре ткани. По фактуре кожаная обувь подходит к классическому образу. Здесь возникает несочетаемость по форме и стилю. Макияж модели соответствует заявленному образу: классическая красная помада и естественность тона и цвета. Можно сделать вывод, что заявленный облик не подчеркивает женственность, сомнительным является также его соответствие деловому образу, который нельзя отнести к категории прекрасного, но он также и не является безобразным [4].

Среди повседневных образов рассмотрим летний комплект, состоящий из юбки и футболки. На модели представлена футболка свободного кроя из трикотажа розового цвета. Юбка также выполнена из трикотажа, что не может не говорить о сочетании по фактуре с футболкой. Но красный цвет в сочетании с розовым можно отнести к категории безобразного. Юбка с неровными краями по форме не соотносится с формой принта и делает ее для эмоционального восприятия затрудненной. На модели представлены шлепанцы грубого, простого, мужского типа, «украшенные» стразами, что является эклектичным и ярким образцом проявления категории безобразного. Длина футболки, длина и форма юбки находятся в полном стилевом несоответствии. В представленном образе также отсутствует сочетание по стилю: юбку можно отнести к разряду романтического, а футболку – к спортивному. Данный образ является полным несоответствием эстетическим представлениям о прекрасном и красивом, так как его внешнее восприятие не вызывает приятных эмоций и восхищения [4].

Таким образом, можно говорить о том, что компании, выпускающие одежду для массового потребления, позиционируют себя следующим образом: предлагается одежда, которая помогает массовой аудитории в создании своего имиджа и стиля. На данный момент это является ключевым социокультурным аспектом одежды массовой культуры. На первом месте для массмаркетов стоит следование последним модным тенденциям, что мы смогли увидеть на моделях, представленных коллекцией весна/лето 2017 в магазине «Зара». Несмотря на это, в одном из четырех эстетических аспектов, проанализированных нами (форма, цвет, фактура, стиль), дизайнеры стараются придерживаться общепринятых представлений о красивом и прекрасном, которые существуют вне времени и независимо от модных тенденций.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бодрийяр Ж. Общество потребления: Его мифы и структуры / пер. с фр. М.: Культурная революция, 2006. 269 с.
2. Веблен Т. Теория праздного класса. М., 2011. 367с.
3. Гофман А.Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения. СПб., 2015. 228с.
4. ZARA Russia/Россия - Официальный сайт. URL:<https://www.zara.com/ru/> (дата обращения 25.04.2017)

СТРИТСТАЙЛ КАК ХУДОЖЕСТВЕННОЕ ЯВЛЕНИЕ МОЛОДЁЖНОЙ МОДЫ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XX – НАЧАЛА XXI ВЕКА

*Уренцева О. С.
Соловьёва Е. Г.*

Статья посвящена проблеме молодёжной уличной моды, которая рассматривается как художественное явление. На основе анализа молодёжных субкультур (с 50-х годов XX века до наших дней), а также мира моды pret-a-porte раскрывается влияние искусства на уличный стиль.

яркую, экстравагантную одежду: узкие брюки (иногда сделанные из кожи), ремень с огромной пряжкой со стразами, рубашка с поднятым вверх воротником, солнцезащитные очки. Самым ярким представителем стиля рок-н-рольщика является Элвис Пресли, который диктовал уличным модникам и стиль причёски с высоко зачёсанной чёлкой. Тяжёлой рок-музыке соответствуют кожаные куртка, штаны, жилеты с многочисленными металлическими пряжками, застёжками, цепями, символ пиратства и смерти – череп с костями, чёрный цвет. «Тяжёлым» рокерам общество обязано популяризацией такого явления как тату, пирсинг которые с этого момента начинают казаться не чем-то ритуальным и символичным, а массовым, носящим в себе идею «приукрасить», «выделить» себя среди толпы.

Чёрные субкультуры появились в 50-х годах XX века на Кубе, где был любим джаз и были достаточно хорошие заработки, привлекавшие молодых негритянских музыкантов. Именно они внесли в джаз свои этнические мотивы, а в уличную моду широкий белый пиджачный костюм, контрастные чёрные ботинки и белоснежные слаксы. Такие костюмы шили уличные портные, причём зачастую, каждая улица имела свои определённые особенности, что отразилось на карибских уличных бандах. Этот стиль во внешнем виде латиноамериканцы привезли в Гарлем, Чикаго, Новый Орлеан и Майами, что способствовало дальнейшему его распространению не только среди поклонников джаза, но и среди уличных модников [2].

Растаманы – приверженцы растафарианства – религиозное движение, распространившееся среди молодого ямайского поколения в 60-х годах благодаря такому музыкальному направлению, как *регги*. Позднее движение распространилось по всему миру, но утратило своё религиозное значение, оставив только дреды (спутанные локоны волос), яркие футболки, береты и банданы, преимущественно в цветах эфиопского флага (Красный цвет символизирует у растаманов пролитую за свободу кровь, зеленый – рай, жизнь и Африку, как землю обетованную, а желтый – это свет, солнце, а также африканское золото).

В начале 80-х годов в Великобритании расцвела одна из самых экстравагантных субкультур, подтолкнувшая к развитию стритстайла. Это была субкультура *новых романтиков* - (англ. *The New Romantics*) — музыкальное направление, оказавшее заметное влияние на развитие английской поп- и рок-сцены. Она воспевала гламур, яркие фасоны и гедонизм. Яркие, эпатажные костюмы (на одном из концертов Дэвид Боуи – представитель данного направления – появился в брюках с одной штаниной), экстравагантные причёски, колготки, чулки, жабо, яркий макияж, причём и у мужчин - основные элементы имиджа новых романтиков, которые были под стать *синти-попу*. Новые романтики были приверженцами неоромантизма - течения в искусстве (прежде всего, в литературе) рубежа XIX—XX веков, возникшее как реакция на реалистические и натуралистические тенденции второй половины XIX века.

К началу второй половины XX века технический прогресс дошёл и до области моды, дизайнеры стали использовать огромные станки для массового пошива своей линии одежды. В мире же Высокой моды на тот момент всё еще придерживались принципа консерватизма – элементы гардероба от-кутюр (фр. *Haute couture*, итал. *alta moda*, дословно «высокое шитьё») не сдавали свои позиции. Одним из первых дизайнеров, поставившим на конвейер изготовление одежды для масс стал Пьер Карден, создавший в 1959 году коллекция прет-а-порте (фр. *prêt-à-porter*, буквально «готовое к носке»), за что был исключён из мира Высокой моды, однако за ним последовали и такие выдающиеся дома моды, как Вивьен Вествуд, Норма Камали и др.

Именно в это время стал преобладать *авангардный стиль* (модное направление, берущее начало в творчестве художников-авангардистов), предполагающий необычность форм, использование ярких аксессуаров, идеально подходящих под единую концепцию, но при этом неожиданных и необычных.

Именно с этого времени дизайнеры стали стремиться сделать нечто совершенно новое: новые ткани и материалы, цвета, фактуры, формы. Зачастую они отдавали своё предпочтение в пользу объёмных геометрических форм, словно срисовывая их с картин

художников-авангардистов. Пьер Карден по праву считается родоначальником данного стиля, поскольку ему принадлежит создание первой авангардной космической коллекции одежды в 1960 году, выпущенной в честь запуска первого искусственного спутника Земли. На моделях можно увидеть платья, выделяющиеся своим кроем, цветами, принтами, силуэтами. Что так же стоит заметить, в линии одежды представлен и строгий женский костюм (пиджак, юбка), который сам модельер преподносил как костюм деловой женщины нового времени. Модельер предложил носить не только привычные для того времени ткани, но и кожу. Головные уборы, очки непривычных форм – вот ещё одни элементы космической линии одежды. Пьер Карден так же внедрил моду на мини, которую с удовольствием восприняли не только другие дизайнеры, но и уличные модники, стремящиеся отличаться от «серой массы», быть похожими на некое космическое существо, превозносить своим видом человеческий разум и могущество технического прогресса.

Мир, в частности Мир моды, не стоит на месте, он постоянно развивается. Часто говоря о диалоге культур, понимается взаимосвязь отдельных культурных образований. Так происходит и в моде: отдельные направления смешиваются с другими, перенимая что-то на себя. И во всём этом стритстайл играет немаловажную роль. Уличные модники – это те же художники, музыканты, поэты, только они используют для самовыражения не кисти, не ноты и не слова, они используют элементы гардероба. Они, общаясь между собой, черпают друг от друга новые мысли, а вместе с тем и новые фактуры, ткани, силуэты. Сейчас, в 2017 году, видя образы уличных модников, вывод напрашивается сам собой: всё взаимосвязано. Хиппи никуда не исчезли, они оставили свободу любви в умах человеческих, а бахрому на элементах одежды [3]. Рокеры, панки, готы сделали свой вклад в моду на кожаные куртки, заклёпки, символику черепов [4]. Экстравагантные формы, «ядерные» цвета, необычные силуэты авангардистов повсеместно можно встретить не только на цельных образах уличных модников, но и на отдельных элементах – сумках, обуви, макияже, причёсках [5]. Всё в нашем мире циклично, всё взаимосвязано. И мода на какое-либо концептуальное решение, получившее развитие несколько лет назад, обязательно придёт в этот мир снова, но уже с иной силой, с иным характером.

Изучение этого феномена может помочь не только разобраться в стилевых направлениях уличной моды, но и помочь познать мир и психологию её носителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гуревич П. С. Энциклопедия. Культурология XX век. Т.1. СПб., 1998. 236 с.
2. Гуревич П. С. Эстетика: учебное пособие. М.: КНОРУС, 2015. 454 с.
3. Керви А. Молодёжные субкультуры США и Великобритании с конца 40-х по наши дни. М.: МГУ, 1997. 96 с.
4. Streetstyle on Coachella. URL: http://www.vogue.ru/fashion/streetstyle/streetstyle_coachella_2017/ (дата обращения: 20.05.2017)
6. Streetstyle на Неделе моды в Милане. URL: http://www.vogue.ru/fashion/streetstyle/ss_mfw_fw17_3/ (дата обращения: 15.04.2017)
7. Streetstyle на Неделе моды в Париже. URL: http://www.vogue.ru/fashion/streetstyle/ss_pfw_fw17_4/ (дата обращения: 15.04.2017)

TERRA LINGUAЕ

Выпуск 3

В авторской редакции

Подписано в печать

Формат 60X84 1/16 Бумага офсетная.

Гарнитура «Times». Печать ризографическая.

Усл.печ.л.16. Тираж 150 экз.