

Секция «Иностранные языки»

К проблеме структурирования фразем в двуязычных словарях (на примере Большого немецко-русского словаря)

Абдрашитова Э. Ф.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Зона фразеологии оформляется в одно- и двуязычных словарях по-разному. Цель данной работы состоит в соотнесении существующих классификаций фразеологизмов (от идиом в чистом виде до прозрачных коллокаций) с принципами их оформления в формате больших двуязычных словарей. Выводы нашей работы имеют практическое применение в формате Большого немецко-русского словаря¹. Мы оговариваем также причины, по которым то или иное выражение рассматривается в Словаре как идиома, грамматический фразеологизм или свободное словосочетание.

В теории фразеологии существует большое количество классификаций фразеологизмов (ср. Burger, Fleischer и пр.)². Сфера идиоматики в разных теоретических концепциях задается по-разному. Тем не менее, можно выделить общую часть большинства определений идиомы, которая сводится к трём идеям: неоднословность, устойчивость и идиоматичность.³ Понятно, что существующее количество групп, которые выделяются фразеологами, лексикографы обозначить в словарях не могут. И создавая словарь, они решают по-разному, какие группы выражений выделять (от свободных до несвободных) и как их оформлять в словарном формате.

В теории лексикографии отсутствуют поэтому и четкие правила оформления зоны фразеологии, что ведет к различным способам отражения фразем в одно- и двуязычных словарях. Как правило, четко и однозначно выделяются лишь идиомы в чистом виде, в то время как коллокации, которые также являются фраземами, в эту зону не попадают.

В традиционном словарном формате принято выделять две зоны - заромбовую (к ней обычно относятся идиомы, а также пословицы, афоризмы и так называемые поговорки) и незаромбовую (для всех остальных выражений). Зона собственно фразеологии находится, как правило, в заромбовой части в конце словарной статьи. Но она оформляется в одно- и двуязычных словарях различно (ср. Deutsches Universalwörterbuch (Duden), Langenscheidts Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache и Большой немецко-русский словарь (под ред. Москальской О.И.)). Например, коллокация *in Haft nehmen* рассматривается в Duden⁴ как идиома, в Langenscheidts Großwörterbuch⁵ как коллокация, а в словаре под ред. Москальской О.И.⁶ как один из примеров словосочетания слова *Haft*. (ср. также *Held des Tages, an jmdm., etw.(D) haften*). Что же все-таки является фраземой, а что нет. Нетрудно заметить, что в больших словарях образуется т.н. «буферная» зона и большое количество выражений, находящихся «между» свободными и несвободными как бы «выпадает».

При принятии решения относительно выделения зон фразем в словаре мы учли традиционные способы выделения зоны фразеологии и существующие классификации, выделив четыре группы выражений: свободные выражения, коллокации, грамматические фразеологизмы и идиомы.

Первые две группы не имеют специального символа, они даются при соответствующем значении заглавного слова. При этом коллокации следуют, как правило, за свободными выражениями, т.к. они отличаются большей степенью устойчивости, непрозрачности и поэтому находятся ближе к зоне собственно фразеологии. К этой группе относятся и выражения, в которых заглавное слово употреблено в переносном значении.

Грамматическая фразеология – новая категория, вводимая в данном издании с целью более четкого структурирования материала. Зона грамматической фразеологии приводится в конце словарной статьи или ее раздела, описывающего соответствующий грамматический омоним (перед зоной собственно фразеологии), и вводится знаком □. В эту категорию включаются, например, двойные предлоги и союзы. Ср.: *als cj <...> □ ~ ob, ~ wenn, ~ wie* как б'удто <...>; *sowohl ... ~ (auch) ...* как ..., так и <...>⁷

Все фразеологизмы идиоматического характера даются за ромбом (◊). Подача фразеологизмов осуществляется по структурному принципу: например, идиомы-словосочетания предшествуют пословицам и поговоркам. Зона фразеологии (как и предшествующая ей зона грамматической фразеологии) располагается в конце словарной статьи, например *Himmel <...> 1. <...> 2. <...> 3. <...> ◊ <...> wie der Blitz aus heiterem* ~ как гром среди ясного неба, как снег на голову; *aus allen ~n fallen [stürzen, gerissen werden]* разг. упасть с неба на землю, горько разочароваться, остолбенеть, быть огорченным;<...>.

Общение в чатах: «и пишут, как говорят»

Аврамова А.Г.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Исследование посвящено изучению лингвистических особенностей дискурса в сети Интернет на материале русского и английского языков.

При анализе корпуса исследования, подобранного для обоих языков, был составлен список написаний, не соответствующих кодифицированной орфографической норме. Из этого списка были отобраны те написания, которые

¹ Большой немецко-русский словарь (в дальнейшем – Словарь) – это проект, который проводится кафедрой Немецкого языка Факультета иностранных языков МГУ им. М. В. Ломоносова.

² Burger H., *Phraseologie: eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin, 1998, с. 14

Fleischer, Wolfgang. *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen, 1997, с. 30

³ Баранов А.Н., Добровольский Д.О., «Идиоматичность и идиомы». // *Вопросы языкознания*, 1996, № 5, 51

⁴ Duden, *Deutsches Universalwörterbuch*. Mannheim, 2001, с.697

⁵ *Langenscheidts Großwörterbuch: Deutsch als Fremdsprache*. Москва, 1998, с. 434

⁶ *Большой немецко-русский словарь* (под редакцией Москальской О.И.). Москва, 2002, с. 376

⁷ Добровольский Д.О. «Инструкция к Большому немецко-русскому словарю». // *Большой немецко-русский словарь*. Москва, (в печати), с. 30

повторяются как минимум у 5 информантов (в рабочем порядке назовем эти написания общеупотребимыми). В англоязычных чатах общеупотребимые искажения орфографии составляют 70 %, а в русскоязычных – около 50 % от общего количества выявленных искажений. Такие написания могут быть рассмотрены в виде ядра, задающего те тенденции, по которым идет креативная деятельность языковых субъектов. Это позволяет говорить о том, что в сети Интернет формируется (если уже не сформировалась) собственная, отличная от общепризнанной, нормативность.

В зависимости от характера искажений орфографии, полученный материал удалось распределить на несколько групп. Некоторые из выделенных групп, в свою очередь распадаются на более мелкие подгруппы.

В русскоязычном корпусе исследования удалось выявить следующие группы искажений орфографии:

- Приближение к орфоэпической норме. Все искажения, отнесенные нами к данной группе можно логически разделить на искажения, касающиеся гласных, и искажения, касающиеся согласных.

- Просторечие и разговорная речь. Выделение данной группы связано с тем фактом, что во многих репликах встречаются обороты, слова и формы слов, характерные для разговорной речи и городского просторечия.

- Языковая игра. Искажения орфографии в данной подгруппе также следуют общим тенденциям разговорной речи. К приемам языковой игры носители языка прибегают для придания своей речи колоритности или для создания своего индивидуального стиля.

При анализе англоязычного корпуса исследования были выделены следующие группы нестандартных написаний:

- Сокращения - это самая многочисленная группа особенностей англоязычного корпуса исследования.

- Отсутствие знаков препинания в вопросительных и сложных повествовательных предложениях.

- Использование цифр и алфавитных названий букв вместо целых слов. Чаще всего это касается местоимений и фраз ставших речевым шаблоном.

- Нестандартные употребления грамматических форм

- Конвергенция омофонов. Ядром в этой группе можно назвать написание слов *night* и *tonight* как, соответственно, *nite* и *tonite*. Можно утверждать, что это явление уже прочно закрепилось в английском языке, так как не является порождением сети Internet, а возникло задолго до всеобщей компьютеризации. Часто в корпусе исследования встречается нетрадиционная передача английских гласных – монофтонгов и дифтонгов. Например, в английском языке звуку шва соответствует несколько орфографических написаний. При определенном окружении, на письме он может передаваться буквами *e*, *a*, *u*, *o*, *i*. Видимо, вследствие подобной «многозначности», в чатах мы встречаем много вариантов передачи данного звука в окне чата.

Таким образом, в ходе исследования удалось установить, что для общения в сети Интернет свойственны многочисленные отступления от кодифицированной языковой нормы, а также, что участники электронных дискуссий при порождении речи часто следуют стратегии имитации устного общения.

1. Бондарко Л.В., Вербицкая Л.А., Гордина М.В. Основы общей фонетики: Учеб. пособие. – СПб.: Изд-во С.-Петербургского ун-та, 1991. – 152 с.

2. Бубнова Г.И. Канал порождения речи как компонент когнитивной стратегии. // Экспериментальные исследования устной речи и овладения языком (сб. научных трудов) – М., 2000.

3. Вербицкая Л.А. Русская орфоэпия (к проблеме эксперим.- фонет. исследования особенностей соврем. произн. нормы). Л., 1976. 124 с.

4. Земская Е.А., Шмелев Д.Н./АН СССР. Ин-т рус. яз. – М.: Наука, 1984.

5. Косериу Э. Синхрония, диахрония и история. // Новое в лингвистике. М., 1963, вып. 3, с. 173–239.

6. Русская разговорная речь. Фонетика. Морфология. Лексика. Жест! Отв. Ред. Земская Е.А.: АН СССР. Ин-т рус. яз. – М.: Наука, 1983. – 238 с.

УДК 800:159.9

Анализ маркированных лексических единиц в письменной деловой коммуникации, ограниченные территорией Австрии и Германии

Алексанина А.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Говоря об языковых уровнях немецкого языка, можно выделить:

- ◆ литературный язык (Schriftsprache, Standardsprache, Hochdeutsch)
- ◆ обиходно-разговорный язык, сближающийся с литературной нормой (Umgangssprache)
- ◆ региональные (территориально окрашенные) обиходно-разговорные языки (regionale Umgangssprachen)
- ◆ многочисленные полудиалекты (Halbdialekte)
- ◆ собственно территориальные диалекты (territoriale Mundarten)

Различие в фонетике, лексике и грамматике между различными диалектами бывают настолько сильными, что человек, владеющий, скажем, только стандартным немецким (Hochdeutsch) не сможет понять человека, говорящего на баварском или северонемецком диалекте. На телевизионные интервью с носителями подобных диалектов, как правило, дублируются субтитрами на литературном немецком.

Немецкий язык в Австрии представлен литературным языком в его австрийском национальном варианте. Он употребляется не только в устной речи, как большинство диалектов немецкого языка, но и в письменной: в газетах, журналах, а так же и в деловой корреспонденции. Основные отличия от стандартного немецкого заключаются в основном в:

- ◆ фонетике (отсутствие аспирации у начальных р-, т-, к-, специфическая артикуляция дифтонгов и т.д.)
- ◆ морфологии (расхождения в грамматическом роде существительных, в образовании множественного числа и др.)

◆ лексике (например, австр. Einschau вместо нем. Revision (проверка); австр. Relitäten вместо нем. Immobilien)

Написание делового письма требует соблюдения определённых правил. Эти правила касаются как оформления письма, так и характера изложения его содержания. При составлении делового письма нужно учитывать языковые и культурные особенности той страны, с которой осуществляется совместная работа. В противном случае, это может привести к непониманию сторон, и, возможно даже повредить сотрудничеству между компаниями. Наиболее ярко это заметно в выборе лексических единиц. Так, слово «приложение (к письму)» в Германии традиционно переводится как «Anlage», в то время, как в австрийском варианте в этом же значении употребляется слово «Beilage», что для человека, владеющего стандартным немецким означает «гарнир» или «воскресный выпуск журнала, газеты»

Для австрийца его национальный вариант языка является тем, что отличает его от немца, предметом гордости и играет немаловажную роль в формировании национального австрийского самосознания. Употребление в письме немецких, а не австрийских слов (при наличии различных значений) в отдельных случаях может быть воспринято рецепиентом как оскорбление. Именно поэтому культурные и языковые особенности должны в полной мере учитываться не только при личном общении, но и в письменной деловой документации.

Феномен персонификации в различных ракурсах

Андреева С.Ю.

Тверской государственной университет

Наше исследование посвящено феномену персонификации в аспектах ее генезиса, структуры и экспрессивного потенциала. Было сформулировано следующее рабочее определение: персонификация (олицетворение) – это перенос свойств и способностей живого существа (чаще всего человека) на предметы и явления окружающего мира и на животных (животные в этом случае подвергаются очеловечиванию). Персонификация берет истоки в донаучном, мифологическом сознании. Подтверждением этому мы считаем тот факт, что наиболее богаты персонификациями сказки и мифы, дошедшие до нас из глубин веков и отразившие представление наших предков об устройстве мира. В исследовании мы попытались провести классификацию объектов, наиболее часто подвергающихся персонифицированию, на материале лирики Р.М. Рильке и М.И. Цветаевой. К настоящему моменту нами было проведено сравнение 180 страниц стихотворного текста у каждого из поэтов. Выяснилось, что персонификация встречается в их творчестве с одинаковой частотой – примерно в каждом третьем стихотворении, что свидетельствует в пользу ее успешности как стилистического средства. Также мы выяснили, что наиболее часто персонифицированию подвергаются такие понятия как *время, земля, небо, растения, животные, предметы*. Эти результаты позволили нам выдвинуть предположение о том, что чаще персонифицированию подвергаются те объекты, которые человеческое сознание выделяло и выделяет в мире в первую очередь. Поскольку объем проанализированных объектов пока невелик, речь идет только о предварительных выводах. В дальнейшем мы предполагаем продолжить исследование на материале не только русско- и немецкоязычных текстов, но и англоязычных.

Следующий аспект – исследование феномена лексико-грамматической персонификации. При лексико-грамматической персонификации происходит восприятие биологически немотивированного рода существительных как биологически мотивированного; например, в словосочетаниях *Волга-матушка, Днепр-батюшка* происходит переосмысление названия рек, выраженных существительными женского и мужского рода, как одушевленных существ женского и мужского пола. Отсюда следует, что лексико-грамматическая персонификация возможна в языках, где понятие рода имеет грамматическое выражение. Возможно, разделение по родам – сначала применительно к человеку (различение мужского и женского начал), потом перенесенное на животных, предметы, явления и абстрактные понятия – было одним из первых шагов человеческого разума на пути познания себя и мира. В настоящее время мотивация рода у большинства существительных неясна, хотя и предпринимаются попытки объяснить отнесенность некоторых существительных к тому или иному роду (М.В. Пименова). Тем не менее, при олицетворении объектов часто происходит семантическая трансформация рода в пол, поэтому лексико-грамматическая персонификация часто несет большую смысловую нагрузку в художественных текстах, когда нужно наиболее тонко и образно противопоставить мужское и женское начала, либо выразить отношения между мужчиной и женщиной. Поэтому преимущественной сферой употребления лексико-грамматической персонификации является любовная лирика. Особенно ясно значение лексико-грамматической персонификации проступает при переводе на иностранный язык. Замена одного рода другим может существенно изменить понимание текста. В качестве примера можно привести статью академика Л.В. Щербы, посвященную сравнению стихотворения «Сосна» М.Ю. Лермонтова с его немецким прототипом «Ein Fichtenbaum steht einsam» Генриха Гейне [1]. Мы считаем, что исследование феномена лексико-грамматической персонификации может помочь раскрыть некоторые механизмы функционирования человеческого сознания, выявить взаимосвязи между языком и мышлением и пролить свет на процесс понимания текста.

1. Щерба Л.В. Избранные работы по русскому языку. – М.: Государственное учебно-педагогическое издательство министерства просвещения РСФСР, 1957. – С. 98-99

Проблема языковой нормы в преподавании английского и итальянского языков

Афанасьева Л.Ю.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Поскольку язык – это постоянно развивающаяся система, живой организм, в обучении иностранным языкам мы неизбежно сталкиваемся с проблемой языковой нормы, ее изменений и развития. На изменение языковой нормы оказывают влияние ряд исторических, социальных, географических и иных факторов, что приводит к сосуществованию на территории отдельно взятого европейского государства множества фонетических, грамматических, лексических и стилистических языковых вариантов, как остающихся в пределах нормы, так и выходящих за ее рамки.

Попадая в страну изучаемого языка, мы нередко усваиваем нестандартные случаи речупотребления, воспринимая их как норму, что приводит к хаосу в нашем языковом сознании, и впоследствии, к серьезным коммуникативно значимым ошибкам.

Следовательно, в задачи преподавателя иностранного языка входит ознакомление студентов с основными, доминантными характеристиками сосуществующих языковых вариантов не только в рамках спецкурсов, не входящих в обязательную программу, но и на ежедневных занятиях практики языка.

Настоящий доклад основан на сравнении состояния нормы двух европейских языков, английского и итальянского, которые в разные исторические периоды играли роль *lingua franca* в международном общении, а также в настоящее время находятся в сходной ситуации в плане регионального и социального варьирования языкового стандарта. В случае итальянского языка это обусловлено существованием на территории Италии множества регионов, когда-то бывших государствами и имевших собственный национальный язык, а в случае английского языка – существованием не только региональных вариантов на территории Соединенного Королевства, но и стран, где английский язык является государственным, которые по территории и по населению значительно превосходят Великобританию (США, Австралия, Южная Африка, Индия и др.)

Так, например, изучающие английский язык часто не осознают, какую социокультурную информацию передают такие языковые явления, как неупотребление Present Perfect; широкое использование сокращенных грамматических форм "gonna", "wanna", "gotta" и т.д.; использование двойного отрицания (I don't know nothing about it); употребление слова "cheers" в значении "thank you", а также в прощаниях и приветствиях; употребление "later" в значении "good-bye". Более того, на занятиях по практике речи мы часто наблюдаем серьезное смешение фонетических вариантов в речи студентов, которые не только не различают американские и британские произносительные стандарты, но иногда и не подозревают о том, к какому из них относится употребляемый ими вариант произношения слова.

У изучающих итальянский язык, в свою очередь, также могут возникнуть вопросы о нормативности некоторых языковых явлений, которые встречаются в речи носителей языка. Это касается, например, рода существительных (*la mattina, il mattino; l'orecchio, l'orecchia; i frutti, le frutta*), места ударения (*cosmopolita, cosmopolita; io separo, io sèparo*),

возможности использования "senno" вместо "ci sono", грамматической структуры "a me mi piace" вместо "mi piace", диалектальных фонетических особенностей.

Необходимо создавать учебные пособия, отражающие лексические, грамматические и фонетические варианты, с которыми могут столкнуться изучающие как английский, так и итальянский языки. Данные пособия должны быть снабжены комментариями, позволяющими студенту ясно и четко определять принадлежность того или иного языкового явления к норме, региональному или социальному варианту языка или диалекту. Если полвека назад основополагающим явлением в развитии обоих языков было стремление к стандартизации, то сейчас мы являемся свидетелями обратного процесса, стремления к сохранению и популяризации локальных вариантов языка как источников и хранителей региональной и национальной культуры во всем ее многообразии. Следовательно, одной из целей преподавания иностранного языка должно быть формирование навыка работы с регионально и социально окрашенными вариантами изучаемого языка.

УДК 803. 0-3 (082)

Метафора в сфере профессиональных прозвищ (на материале немецкого языка)

Бабкина О.В.

Тверской государственной университет

Предметом данного исследования являются характерологические наименования лиц по профессии (далее ХНЛП), называющиеся как «вторичным» именем и представляющие собой профессиональные прозвища, цель которых состоит в том, чтобы оскорбить, унижить или, наоборот, возвысить именуемого.

Источником фактологического материала послужили словари Х. Кюппера «Wörterbuch der deutschen Umgangssprache. Berufsschelten und Verwandtes» 1966, «Wörterbuch der deutschen Umgangssprache» 1997, а также произведения немецкой художественной и публицистической литературы. К анализу было привлечено 950 ХНЛП метафорического плана.

Метафора – явление необычайно многоплановое и сложное. Несмотря на многовековую историю изучения данного феномена, метафора до сих пор находится в центре лингвистических интересов [1]. Традиционно метафора определяется как «утверждение о признаках объекта, выделенных именуемым в значении переосмысливаемой языковой формы на основе аналогии» [2]. Семантические признаки, представляющие метафорические наименования профессий, могут отражать аналогии разного порядка, например, внешнее сходство оригинала и объекта номинации, сходство внутренней организации и, наконец, общность функций. Анализ фактического материала показал, что большинство метафорических значений возникает на основе общности функций, ср.: *die Bodenmasseuse* (уборщица). Значительную группу формируют метафоры, в которых мотивирующие признаки находятся на уровне чувственного восприятия, ср.: *der Goldamsel* (певица, пользующаяся успехом). Семантические признаки, отражающие сходство внутренней организации, распространены в сфере ХНЛП в меньшей степени, ср.: *die Aktenbearbeitungsmaschine* (служащий, лишенный эмоций).

Специфической особенностью анализируемых наименований является тесное взаимодействие процесса метафоризации и словообразования, т.к. большинство ХНЛП с точки зрения словообразовательной структуры представляют собой двухсоставные композиты. В качестве финального компонента в данных ХНЛП выступают метафорически переосмысленные наименования профессий (300 л. ед.), животных (200 л. ед.), лиц по признаку биологического пола (125 л. ед.), титулов и званий (78 л. ед.), имен собственных (62 л. ед.), мифонимов (55 л. ед.), неодушевленных предметов (30 л. ед.) и др. Инициальный компонент создает микроконтекст для переосмысленного и уточняет место, продукт деятельности или время работы, ср.: *die Küchenfee* (повариха), *der Brötchenarchitekt* (пекарь), *die Nachteule* (медсестра, работающая в ночную смену). При этом существует потенциальная возможность метафоризации как всего слова, так и одного из компонентов, но в любом случае «нельзя понять целое, не зная его составляющих, и нельзя правильно интерпретировать составляющие, не понимая целое» [3].

Важным аспектом мотивированности ХНЛП является их социальная оценочность, что подтверждает известный тезис о тесной взаимосвязи языка и общества. Выбор и употребление конкретных ХНЛП диктуется спецификой социального взаимодействия коммуникантов в различных ситуациях общения, стремлением унижить или возвысить объект номинации. В соответствии с аксиологической направленностью ХНЛП могут быть выделены 3 группы наименований, в которых социальный престиж профессии повышается, снижается или остается неизменным. Отметим, что в большинстве случаев речь идет о снижении значительности деятеля, так как под прицел языковой критики попадают прежде всего профессии, пользующиеся социальным престижем.

Таким образом, метафора – это мощный языковой механизм формирования экспрессивно-образных и эмоционально-оценочных смыслов в значении ХНЛП, средство яркой и точной характеристики лица по профессиональному признаку.

1. Глухова М.А., Метафоризация в аргю. Дисс. канд. филол. наук. Тверь, 2003, с. 62-67
2. Уфимцева А.А., Языковая номинация: Общие вопросы. М., 1977, с.92-97
3. Шайхутдинова Х.А., «О влиянии словообразования на семантические инновационные процессы» // Слово в динамике, 1997, С. 106-107

Феномен кельтской музыки в контексте современной музыкальной культуры

Баркова Ю.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Кельтская музыка представляет собой одно из самых удивительных и интереснейших явлений мировой культуры. Сегодня в условиях глобализации мировых процессов, «доминирования интернационально-унифицированной массовой культуры и декультурации духовной жизни»⁸, имеющих яркое отражение в музыкальном пространстве планеты, в разных странах наблюдается тенденция возврата к национальным корням, к сохранению народных традиций, мода на этническую музыку. Франсуа Утар, размышляя о роли культуры в современной жизни планеты, отмечает, что все

⁸ Бузгалин А., Колганов А., «Противоречия глобальной гегемонии капитала (к вопросу о содержании и противоречиях так называемой «глобализации»)» // *Альтерглобализм: теория и практика «антиглобалистского движения»* / Под ред. А.В.Бузгалина. М.: Едиториал УРСС, 2003, с.23

крупномасштабные общественные процессы находят свое культурное выражение, прежде всего, в музыке.⁹ В этих условиях традиционная музыка кельтов представляет особый научный интерес.

Изучение различных сторон культуры кельтов представляется особенно плодотворным и важным, и неудивительно, что кельтологи в разных странах – и в России в том числе, востребованы, как никогда. Глубина их исследований не отпугивает молодежь, а привлекает, их книги не залеживаются на полках, даже в период «бума» дешевой «литературы». Видные российские ученые посвящают свои работы, проводимые уже на протяжении многих лет, таким аспектам духовной культуры кельтов, как исследование истоков, истории, развития этой ветви европейской цивилизации.¹⁰ Многие исследователи посвящают свои труды изучению этноса кельтов, нарративных и литературных источников. Особый интерес представляют работы известного кельтолога Смирнова А.А.¹¹, посвященные ирландским сагам. Исследования Михайловой Т.А.¹² в области ирландского языка и кельтского эпоса дают ключ к пониманию текстов кельтских песен. Работы Шкунаева С.В.¹³ о кельтском обществе и его традициях помогают сформировать представление о среде бытования и общественных отношениях ирландских кельтов.

Однако следует отметить, что различные формы эпоса, такие, как саги, саговые циклы, предания, «наставления», жития и мифы, в среде кельтов были неотделимы от музыкальной жизни. Отношение к музыке как к особому источнику знаний и как к божественному проявлению отразилось и в эпосе кельтов. В древних текстах традиционно музыка выступает как одно из проявлений Другого мира.¹⁴ Кельтский эпос отражает веру народа в созидательную силу слова, символизирующего явленный мир, а в музыке – путь к постижению тайного источника (т.е. мира неявленного).¹⁵ Распевный характер повествований, любовь к музыке, пению отмечают многие исследователи жизни кельтов.¹⁶ Однако изучению этой стороны народного творчества кельтов, где тесно переплетается литературная и музыкальная основа, где большое поле деятельности и для лингвиста, и для музыковеда, пока посвящено мало работ. Представляется немаловажным восполнить этот пробел.

Одно из модных и значимых направлений музыкальной жизни планеты сегодня формируют кельтские фестивали, проходящие в Шотландии, Ирландии, Канаде, Испании, Швеции, Германии, Италии, США, Франции, России и в других странах мира. Среди них – знаменитый Эдинбургский фестиваль, Международный фестиваль в северной части Шотландии (Highland Festival), Музыкальный фестиваль в Глазго, Международные фестивали кельтской музыки в Лориенте во Франции (Festival Interceltique), в Монреале и Кейп Брегоне в Канаде. Фестивали с каждым годом привлекают все большее число великолепных музыкантов, танцоров, певцов из кельтских обществ со всего мира.

В разных странах появляются серии телепередач об истории и культуре древних кельтов, огромным успехом пользуются различного рода танцевальные и музыкальные шоу-программы, такие, как Riverdance, Michael Flatley's Show и др., по видео-записям которых московские любители стэпа расширяют сложнейшие танцевальные фигуры. Большую популярность сегодня получают такие направления, как музыка к кинофильмам, посвященным историческим и культурным загадкам Шотландии («Храброе сердце», «В погоне за оленем», «Лох-Несс»), к кинофильмам «некельтского» содержания, но с использованием в музыкальных композициях кельтских инструментов (примером тому служит известный «саундтрек» к кинофильму «Титаник», где используется кельтская разновидность свирели – уисл).

Традиционная музыка кельтов успешно взаимодействует со многими современными музыкальными направлениями, такими, как рок-музыка, музыка в стиле «new age», с некоторыми формами классической музыки. В электронной музыке, ставшей в какой-то степени символом конца столетия, также наблюдаются тенденции к соединению кельтского фольклора и современных электронных музыкальных инструментов.

Все эти явления требуют осмысления культурологической значимости феномена кельтской музыки, успех которого обеспечивается ее необычностью, сумевшей противостоять современным тенденциям распространения безликой массовой культуры и гармонично взаимодействовать с другими музыкальными направлениями.

Принцип системности и критерий частотности в формировании словника терминологического и общего словаря

Барсукова Е.А.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Вопрос формирования словника принадлежит проблематике определения макрокомпозиции словаря, к которой принято относить параметры общей структуры словаря и установление характера лексических единиц, подлежащих включению в словарь.

Общий словарь включает, в первую очередь, общеупотребительные слова национального языка, и соответственно, термин занимает в нем периферийное положение. Задачей терминологического словаря, напротив, является системное представление терминологии определенной области знания. Отличие установок, функций и читательского адреса общего и терминологического словарей определяют то, что основополагающим принципом формирования словника терминологического словаря является системность, тогда как в отборе терминов в общий словарь первостепенное значение отводится критерию частотности.

Терминологический словарь содержит упорядоченное множество единиц терминологической лексики определенной области знания, при этом за каждым термином стоит соответствующее научное понятие. Тот факт, что научные термины являются формой существования научных понятий, определяет зависимость терминов от логико-понятийной системы конкретной области знаний. Отражая систему взаимосвязанных понятий данной науки, термины формируют терминосистему. Таким образом, совокупность терминов, содержащихся в том или ином специальном словаре, должна представлять фрагмент определенной терминологической системы или всю терминологическую систему отрасли в зависимости от полноты словаря и его назначения.

Основополагающим при формировании словника специальных словарей является логико-понятийный семантический подход. Моделирование логико-понятийной системы помогает исключить субъективизм при

⁹ Утар Ф., «Альтернативы неолиберальной модели» // *Альтерглобализм: теория и практика «антиглобалистского движения»* / Под ред. А.В.Бузгалина; Мю: Едиториал УРСС, 2003, с. 148

¹⁰ Ян Ф. *Кельтская цивилизация и ее наследие*. Пер. с чешск. Л.П.Можанской и Е.В.Тарабрина. Новые горизонты, Прага, 1961

¹¹ Смирнов А.А. *Ирландские саги*, 2-е изд. Л.-М., 1933

¹² Михайлова Т.А. Учебная хрестоматия по древнеирландскому языку: Со словарем и грамматическим очерком. - М., 1999

¹³ Шкунаев С.В., *Община и общество западных кельтов*, изд. "Наука", М, 1989

¹⁴ Широкова Н. *Культура кельтов и нордическая традиция античности*. Санкт-Петербург, 2000, с.198

¹⁵ Рис А. И Б. *Наследие кельтов. Древняя традиция в Ирландии и Уэльсе*. М. 1999, с. 154

¹⁶ Там же, с. 14-15

формировании словника терминологического словаря, поскольку основанием для включения в словарь того или иного термина является объективный факт – его соотнесенность с определенным понятием в логико-понятийной системе. Данный критерий позволяет производить отбор терминов для словника терминологического словаря и обеспечивает охват всей наиболее важной терминологии отрасли.

Ввиду того, что наблюдается высокий уровень «терминологизации» языка, большое количество терминов входит в состав литературного языка. Как следствие, термин является предметом описания не только терминологического словаря, и чрезвычайно актуальным становится вопрос об адекватном представлении термина в словаре общелитературного языка для того, чтобы с достаточной полнотой и объективностью отразить место специальной терминологии в словарном составе языка.

В решении о включении термина в словник общего словаря принципиальное значение имеет критерий частотности, при помощи которого определяется степень употребительности данного термина, уровень его «социальной значимости», на что значительное влияние оказывает уровень развития общества и науки в момент составления словаря.

Окказиональные словосочетания в английской художественной речи

Батырева И. С.

Калмыцкий государственный университет

В «Словаре лингвистических терминов» О.С. Ахмановой подчеркивается не узальный, не соответствующий употреблению характер окказиональности. [1] Действительно, окказиональность является одной из немногочисленных возможностей проявления индивидуальных особенностей носителя языка, его индивидуального стиля, что находит широкое выражение в художественной речи.

Окказионализмы - это слова, для которых номинативная функция вторична в сравнении с первичной эмоционально-экспрессивной, и в общем случае окказионализмы не словарные слова, а сугубо индивидуальные, часто авторские. [2] Окказиональность обусловлена в значительной степени специфическим контекстом употребления, поэтому представляется важным исследование окказиональности в синтагматическом плане, так как синтагматика, направленная на рассмотрение линейного соположения лексических единиц в тексте, дает возможность контекстуального изучения этого сложного явления. [3] Окказиональность находит своё материальное выражение, в частности, на уровне слова и словосочетания. Известно, что слова обладают особенностью сочетаться с определённым кругом слов, (например, устойчивое словосочетание, зафиксированное в словаре - «to commit a suicide» или «to commit an error»), нарушение лексической сочетаемости приводит к образованию окказиональных словосочетаний. Авторы художественных произведений часто намеренно нарушают правила лексической сочетаемости для достижения определённых художественных целей.

Рассмотрим пример из рассказа И.Во «Winner Takes All»:

«Throughout the peevish months of waiting Mrs. Kent-Cumberland had fortified herself with the hope that she would have a daughter».

Окказиональное словосочетание «peevish months», выходящее за рамки привычной лексической сочетаемости слов, входящих в его состав (так, в словаре находим: make somebody peevish, a peevish expression on her face; next / this / several month (months)) является в данном случае ярким средством характеристики персонажа Mrs. Kent-Cumberland, которая, как следует из контекста, отличалась особой раздражительностью и сварливостью во время беременности.

Следует отметить, что при изучении словосочетаний необходимо тщательно разграничивать семантический и метасемантический уровни исследования. Поскольку в окказиональных словосочетаниях нарушаются привычные лексические, а также понятийные связи слов, то они часто представляются бессмысленными на семантическом уровне. Метасемантический характер словосочетания проявляется в тех случаях, когда выражение языковой единицы используется не только для того, чтобы передать определённое содержание, а содержание и выражение данной совокупности лингвистических единиц вместе становятся выражением для нового содержания на новом «мета» - уровне. В словосочетаниях такого рода находит своё наиболее яркое выражение функция воздействия. [4] Дополнительные экспрессивно-эмоционально-оценочные значения, благодаря которым окказиональные словосочетания служат ярким художественным средством, реализуются только в данном конкретном контексте и требуют интерпретации на метасемантическом уровне.

Таким образом, окказиональные словосочетания носят свободный характер, поскольку авторы художественных произведений нарушают правила лексической, понятийной сочетаемости, привычные ассоциативные связи между словами и понятиями с целью создания необычных, непривычных сочетаний, несущих большой экспрессивно-эмоционально-оценочный заряд и обладающих значительной силой воздействия на читателя.

Как показывает анализ материала, окказиональные словосочетания в художественном тексте распределяются следующим образом:

1. Окказиональные словосочетания, используемые в описании внешности и характеристики персонажа (holiday faces, starry eyes, crockery man, lace woman).
2. Окказиональные словосочетания, используемые для описания ситуации, в которой разворачивается действие (attractive afternoon, breathless sun).

Представляется интересным, что при сравнении романа с короткими рассказами выяснилось, что окказиональные словосочетания чаще встречаются в коротких рассказах, так как в рассказах, где автор в определённой степени ограничен в своих художественных средствах, именно окказиональные словосочетания приобретают особый вес, поскольку позволяют создать ёмкий запоминающийся образ в рамках малого жанра.

1. Ахманова О.С., *Словарь лингвистических терминов*. - М., 1969.

2. Катлинская Л.П., «Проблема слова и словообразования» // *журнал «Филологические науки»*, 2003, №3, с.102-110.

3. Тер-Минасова С.Г., *Синтагматика функциональных стилей и оптимизации преподавания иностранных языков*. - М., 1986.

4. Тер-Минасова С.Г., *Словосочетание в научно-лингвистическом и дидактическом аспектах*. - М.: Высшая школа, 1981, с.7. Таким образом, И.С. Батырева может быть рекомендована к участию в международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов - 2004».

Американский Юг: региональная самобытность в исторической перспективе

Быкова Н. С.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Когда штаты молодой американской республики начали определяться со своими интересами вдоль географических границ, Юг, осознающий себя как самостоятельный регион, уже существовал¹. Южная идентичность оформляется с первых лет освоения нового континента. Знойный климат, благоприятствующий культивированию табака, хлопка, во многом способствовал утверждению социально-экономического устройства, включающего элементы рабовладельческого, феодального и буржуазного общества. Философская концепция определяется тем, что иммигранты являются носителями светской идеологии. В сочетании со спецификой образования на Юге это оказывает большое влияние на формирование представления об исторической миссии региона в деле строительства нового государства.

Ключевыми для формирования ценностной картины мира на Юге явилась первая половина XX века, особенно годы, предшествующие Гражданской войне. В этот период, отмеченный активным ростом национального сознания, на Юге стремление самоутвердиться проявилось необычайно сильно – «в качестве особого региона в противовес Северу и в качестве особой нации в противовес Европе»². Переосмысливается идея южной провиденциальности, получает развитие миф о виргинских кавалерах. Апологетика Юга способствует усилению про-рабовладельческих настроений; рабство трактуется как «самобытное установление», представляющее собой непреходящее благо и подкрепленное авторитетом истории³. Провозглашается культурная замкнутость региона; утверждается авторитет общины, безраздельная принадлежность ей индивида. Главным аргументом южан было то, что промышленная система, утвердившаяся на Севере, нивелирует личность, «вычитает из системы своих ценностей человека, лишает его свободы духовного самовыражения, превращает его в функцию машинного прогресса»⁴.

Литература, созданная в эти годы, призванная отстаивать интересы и ценности региона, идеологически становится связанной с программой южного Дела, способствует развитию «южного мифа», становлению «сознания Юга».

Гражданская война разрушила рабовладельческий Юг, однако Реконструкция, военная оккупация, правительство, навязанное Севером, только усиливали чувство региональной идентичности⁵. И, спустя несколько десятилетий, южные ценности переосмысливаются в работах «аграриев». Идеологи «южного возрождения» выступают с позиции неприятия тенденций монополизации и стандартизации экономической, социально-политической и культурной сфер и призывают обратиться к урокам южной истории, провозглашают возвращение к старым формам хозяйствования, общине как идеальному духовному образованию. Вопрос об отношении южанина к его традиции получает особое преломление в произведениях авторов «южного возрождения» - У. Фолкнера, Т. Вулфа, Р.П. Уоррена и др.. Отчетливо проступает историческая память: Юг непременно выступает хранителем духовной свободы и нравственного совершенства.

За последние десятилетия Юг приблизился по экономическим показателям к остальной Америке; здесь произошли значительные перемены в общественной жизни, включая движение борьбы за гражданские права, крушение однопартийной системы. Вместе с тем, Юг остается регионом, стоящим особняком в контексте общеамериканского культурного развития, поскольку «сохранил ... индивидуальность как региона, так и личности и не слился до известной степени с остальной нацией»⁶.

Таким образом, южный культурный комплекс формировался на всем протяжении становления и развития американской нации и, трансформировавшись в соответствии с условиями нового времени, сохраняет определенные черты сегодня.

¹ Louis D. Rubin, Jr. The American South: The Country of Self-Definition. In: The American South: Portrait of a Culture. Ed. By Louis D. Rubin, Jr. 1980. p. 3.

² Спиллер П. Искусство на рынке. В кн.: Литературная история Соединенных Штатов Америки. Т 1. – М.: Прогресс, 1977 – с. 284.

³ Уэктер Д. Дом распавшийся и воссозданный. В кн.: Литературная история США. Т 2. М.: Прогресс. 1978. – с. 28.

⁴ Анастасьев А.Н. Южный акцент. В кн.: Проблемы становления американской литературы. – М.: Наследие, 1997. – с. 117

⁵ Louis D. Rubin, Jr. The American South: The Country of Self-Definition. In: The American South: Portrait of a Culture. Ed. By Louis D. Rubin, Jr. 1980. p. 5.

⁶ George B. Tindall. The Resurgence of Southern Identity. In: The American South: Portrait of a Culture. Ed. By Louis D. Rubin, Jr. 1980. p. 171.

Место цитаты в структуре медиа-текста

Варченко В.В.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

1. Средства массовой информации создали некую вторую реальность, в которой основными принципами являются принципы формирования новости, и, следовательно, новостного/аналитического публицистического текста – текста средств массовой информации. Как замечает С.И. Сметанина, «реальное событие, в которое "погружается" субъект-журналист, становится *медиа-событием*. Результатом воплощения его в языковую форму для трансляции в СМИ, корректировки готового материала в соответствии с собственными творческими установками, программой издания/редакции, актуальными в данный период нормами, техническими возможностями передающего канала становится *медиа-текст*». [1]

В текстах СМИ неизменно присутствует адресант, само сообщение и адресат, т.е. аудитория, на которую рассчитан тот или иной текст. Однако это совсем не подразумевает наличие в медиа-тексте смысловой завершенности, что оставляет место различным интерпретациям. Сообщения, предназначенные для массовой аудитории, практически всегда заключают в себе явные, либо завуалированные мысли автора текста по отношению к сообщаемому, сопровождаются комментарием и оставляют место для разнообразных толкований события получателями информации. Помимо этого, журналист имеет возможность посредством структурной организации печатного текста и использования определенных приёмов достигать наибольшего эффекта восприятия информации и воздействия на читателей издания.

2. Структуру печатного медиа-текста можно варьировать в зависимости от вида издания и жанра статей. В прессе, как правило, всегда выделяется следующая стандартная организация публикации: заголовок – подзаголовок – рубрика – «шапка». Однако наряду с такими широко используемыми компонентами, можно выделить следующие, не так часто встречающиеся, но все-таки присутствующие в структуре статьи: лид, эпиграф, внутренний заголовок, надзаголовок, авторская подпись, фото (карикатура или рисованный портрет), внутренние колонки авторитетного мнения и дополнительные элементы. Каждый из этих структурных компонентов медиа-текста имеет свою форму и функцию в составе статьи, и может быть выражен разными языковыми единицами и приёмами, одним из которых является цитатная речь.

3. Цитата представляет собой фрагмент текста обычно без изменений. Он характеризуется смысловой завершенностью, графическим обозначением и ссылкой на используемый источник. Однако довольно часто цитата изменяется самим журналистом, бывает перефразирована или даже пересказана автором статьи, может быть использована в другом контексте и в результате в нее может быть вложен особый смысл. В структуре медиа-текста цитата встречается практически в каждом компоненте печатного материала. Она может быть частично или полностью заменять заголовок, внутренний/под-/надзаголовок, использоваться в эпиграфе и в первом абзаце статьи, сопровождать в измененном или первоначальном виде фотографию (карикатуру) или рисованный портрет, а изрядка может быть придумана и приписана какой-либо личности самим журналистом. Подобный прием использования цитаты как одного из структурных компонентов медиа-текста может иметь как информативную функцию, так и функцию воздействия.

1. Сметанина С.И. Медиа-текст в системе культуры. СПб.: изд-во Михайлова В.А., 2002. – 383 с.
2. Тертычный А.А. Жанры периодической печати: учебное пособие. М.: Аспект-Пресс, 2002. – 320 с.
3. Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования: учебное пособие. М.: Изд-во МГУ, 2003. – 460 с.

УДК 81.2

Заголовок и формирование вертикального контекста художественного произведения: аспекты исследования

Васильева Т.В.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

1. Любой текст (и заголовок как его часть) является источником информации. Он же функционирует как средство порождения новых смыслов. Как источник информации текст остается в памяти коллектива, и совокупность таких текстов образует базисный общекультурный опыт человека. Как источник порождения смыслов текст подвергается процедурам категоризации (т.е. определяется его место в системе других текстов) и концептуализации (текст обрывает сеть ассоциаций). Оба эти процесса предполагают обращение к общекультурному пласту информации и изначально происходят на уровне заголовка. Именно заголовок формирует сеть ассоциаций, из которой вычлняются базовые концепты текста, становящиеся «смысловыми вехами» в динамике текста. Как источник формирования концептуальной системы текста заголовок опирается на базовый культурный опыт человека. Это, с одной стороны, культурный опыт создателя текста (автора), который заложен в «вертикальный контекст» художественного произведения, с другой стороны, культурный опыт воспринимающего текст (читателя). Сеть ассоциаций, формируемая заголовком, это и есть вся культурная информация, заложенная в него автором и отраженная в восприятии читателя в соответствии с имеющимся у него собственным культурным опытом. Описание определенных видов общекультурной информации и процесс их отображения заголовком и составит содержание данного доклада.

2. В работе мы исходим из понимания культуры как совокупности текстов различных семиотических систем (Ю.Лотман). Исследование проводилось в рамках трех из них и касалось взаимопроникновения литературы, музыки и живописи. Как правило, оно выражается в том, что музыкальное произведение или произведение изобразительного искусства часто создается на основе литературного. Однако существует и обратная связь, которая формируется цепью ассоциаций, порождаемых аллюзивным заголовком. Это могут быть ассоциации по содержанию или ассоциации по форме.

3. Культурологические аллюзии заголовка литературного текста к тексту изобразительного искусства создают сеть ассоциаций по содержанию. Интересным в этом случае представляется рассмотрение принципов формирования соотношения между означаемым и означающим в системе литературный текст – рисунок- действительность. Семиотическим кодом литературного текста является естественный язык. Означаемым же для него является визуальный образ, который, в свою очередь, есть означающее для реальной действительности. Отношения между литературным текстом и реальностью – конвенциональны, между рисунком и реальностью – иконические, между литературным текстом и рисунком – конвенциональны, но с элементами иконичности, в том смысле, что часть литературного текста (описательная), заголовок которого есть аллюзия на конкретное произведение изобразительного искусства (и это необходимое условие), воспроизводит некоторые условия восприятия объекта, согласованные с образом в восприятии, создаваемым графическим изображением. Иначе говоря, в восприятии возникает визуальный образ тождественный изображению на картине.

4. Необходимо разграничивать оппозиции музыкальная аллюзия-аллюзия на произведение изобразительного искусства и звуковая аллюзия – визуальная аллюзия. Если первая оппозиция есть просто описание источника аллюзии, то вторая вскрывает когнитивные процессы, лежащие в основе механизма формирования аллюзивного заголовка, то есть той самой сети ассоциаций, которая лежит в основе литературного текста. Звуковая аллюзия может быть определена как воссоздаваемое внутренней речи звучание произведения прототипа. Не всякая музыкальная аллюзия является звуковой. Но всякая аллюзия на конкретное произведение изобразительного искусства является визуальной. Визуальные аллюзии формируются в момент произнесения (или графического восприятия) заголовка и могут формироваться заголовком без текста. Тогда заголовок будет в отношениях абсолютной иконичности с названием картины и конвенционален по отношению к самой картине. Звуковые аллюзии (за очень редким исключением) – это аллюзии, формируемые не столько заголовком, сколько процессом динамики самого текста. Заголовок в этом случае служит индексом наличия звукового образа.

5. Обращение к форме музыкального произведения осуществляется с использованием когнитивного принципа иконичности, который трактуется как одно – однозначное соответствие между знаком и его содержанием. Материальная внешняя сторона знаков – икон предопределяется их идеальной внутренней стороной. Динамика текста художественного произведения с точностью воспроизводит динамику темы музыкального произведения. Интересно, что в данном случае связи между литературным текстом (как вторичным кодом) – музыкальным текстом (как первичным кодом) и внеязыковой действительностью будут определяться как иконические между первичным и вторичным кодом, как конвенциональные между литературным текстом и объективной реальностью и между музыкальным текстом и объективной реальностью (если объективной реальностью музыкальных текстов считать звуковые волны). Особенную роль в создании иконичности текстов – аллюзий играет заголовок, так как он является единственным семантически наполненным элементом текстовой структуры, соотносящим данное литературное произведение с внелитературным творчеством.

Эсперанто – язык международного общения

Веселова А. Ю.

Институт международного права и экономики им. А. С. Грибоедова

Человечество еще на заре своей цивилизации нуждалось в средстве международного общения, так как многоязычие являлось камнем преткновения на пути все расширяющихся контактов народов. Проблема создания международного языка остро стояла в эпоху ломки феодальных перегородок и развития мореплавания и торговли, в эпоху буржуазных революций. Эта проблема актуальна и в наши дни, в эпоху глобализации. Первая попытка создания международного письменного языка была предпринята придворным римским врачом Клавдием Галеном (род. приблизительно в 130 году). В общей сложности история насчитывает от 400 до 900 попыток создания средства международного общения.

Проекты международных языков (классификация Друдена).

1) Проекты построения логических языков. 2) Проекты универсального письма. 3) Проекты применения одного из естественных языков в качестве международного. 4) Проекты международного письма. 5) Проекты создания вспомогательного языка на базе упрощения «естественных» живых и мертвых. 6) Проекты, построенные на базе интернациональных элементов современных языков (эсперанто).

Создатель эсперанто – доктор Л.М.Заменгоф (писал под псевдонимом Эсперанто). родился 15 декабря 1859 в городе Белосток (Польша, тогда часть Российской империи), где жили русские, поляки, немцы и евреи. Все они относились враждебно к другим. На каждом шагу ощущалось, что различие в языках – одна из главных причин, разделяющих людей. Уже в детстве у Заменгофа появилась мысль о том, что один общий язык помогал бы народам лучше понимать и больше уважать друг друга.

Устройство эсперанто. Его преимущества перед другими естественными и искусственными языками.

Первый учебник эсперанто был опубликован в Варшаве в 1887 году. Эсперанто насчитывал 900 корней. По общему соглашению эсперантистов лексический и грамматический строй языка (*fundamento*) остаются неизменными. В остальном существует возможность обогащения языка и развития его по канонам «естественных» языковых систем. Это происходит благодаря тому, что у эсперанто сложился свой языковой коллектив. Эсперанто обладает способностью к высокой *адекватности* перевода, что было экспериментально доказано.

В эсперанто 28 букв. Используются надстрочные знаки. Каждой букве соответствует один звук. Ударение постоянное - всегда на предпоследнем слоге.

Словообразование в эсперанто характеризуется регулярностью правил и отсутствием исключений. Словообразование возможно от любой основы, и сами словообразовательные форманты могут служить основой деривации. Это делает словообразовательный механизм эсперанто очень *гибким*, позволяет обходиться в несколько раз меньшим количеством корней, чем в «естественных» языках при том же количестве необходимых слов-понятий. Словообразование в эсперанто может осуществляться путем присоединения к основе приставок, суффиксов и путем словосложения. В эсперанто 16 грамматических правил без исключений. Автором работы был проведен сравнительный анализ эсперанто с другими языками.

Латынь	Английский	Испанский	Французский	Эсперанто
Tres три	three три	tres три	trois три	tri три
–	desire желать	desear желать	desirer желать	dezir желать
mare море	marine морское дело	mar море	mer море	mar море
–	Acid Кислый	acido кислый	acide кислый	acid кислый
ovum яйцо	–	huevo яйцо	oeuf яйцо	ov яйцо

Мы видим, что эсперанто включает *интернациональные элементы*, что упрощает его изучение.

Итак, по своим характеристикам эсперанто близок к идеальному языку. Сейчас на практике для международного общения больше используются естественные языки, например, английский. Но по политическим причинам ни один из естественных языков не может быть официально признан международным. Между тем, эсперанто остается лидером среди искусственных языков, имеет свой языковой коллектив, обогащается и развивается. На эсперанто с различных языков переведены самые выдающиеся литературные произведения. Вполне возможно, что звездный час эсперанто еще впереди.

Особенности диалектной лексики Северной Англии (на материале лексики графства Йоркшир)

Вильчинская Т. Л.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

За последние десятилетия чрезвычайно возрос интерес к исследованию диалектной лексики в Великобритании, что напрямую связано с изменениями языковой ситуации, проявляющимися, главным образом, в снижении статуса норм стандартного литературного произношения (RP) и проникновении в речь образованных слоев населения региональных форм.

Диалектная лексика графства Йоркшир неоднородна по своему составу. В ней можно выделить исконно английские слова (архаизмы), составляющие основу диалектного лексического фонда, и заимствованные лексические единицы, среди которых значительную часть составляют слова скандинавского происхождения.

Одной из основных особенностей диалектной речи является консерватизм, проявляющийся в том, что в диалектах сохраняются многие гетерохронные языковые явления различного характера, не закрепившиеся в литературном языке или вытесненные из него. Одновременно можно наблюдать большую вариантность на всех языковых уровнях - фонетическом, морфологическом и лексическом.

Анализ единиц диалектной лексики показывает, что важнейшей чертой современной английской диалектной лексики является ее тесная сопряженность с лексической системой литературного английского языка и отсутствие узлокального характера. В этой связи понятие «диалектизм» для современных лексических подсистем английских

диалектов является весьма относительным и нетождественным понятию «локализм», т.е. диалектного слова, функционирующего только на определенной ограниченной территории и неизвестного за его пределами. Предварительные результаты исследования показывают, что диалектная лексика графства Йоркшир, отсутствующая в общедиалектном употреблении, составляет меньшую часть общего объема зарегистрированных диалектных лексических единиц. Основную массу диалектной лексики графства Йоркшир составляют территориальные варианты слов литературного языка.

Сопоставительный анализ диалектных единиц на лексико-семантическом уровне позволяет выделить два основных типа противопоставлений, а именно: лексико-семантические дивергенты и лексико-семантические аналоги (по Швейцеру А.Д.). Первые различаются по плану содержания при общности в плане выражения, вторые – по плану выражения при общности в плане содержания.

Наиболее характерным и распространенным видом дивергентных противопоставлений являются противопоставления с односторонней локальной маркированностью. Характер смысловых связей между общеанглийскими и локально-маркированными лексико-семантическими вариантами позволяет выделить определенные типы смысловых связей. Наиболее типичны случаи, когда общеанглийское значение является основным, а локально маркированное – вторичным. Ср.: диал. *starved for* 'feeling cold' от да. *steorfan* 'to suffer intensely'.

Смысловые связи между основным общеанглийским и вторичным локально маркированным значениями многозначного слова нередко характеризуются метафорическим или метонимическим переносом. Основное общеанглийское значение чаще всего бывает стилистически нейтральным, а локально маркированное обнаруживает эмоционально-экспрессивную окраску или приметы функционального стиля. Ср.: диал. *article* 'used as a term of contempt for an inferior or worthless person or thing'. В целом следует отметить, что локально-маркированные варианты чаще всего занимают подчиненное, зависимое положение по отношению к общеанглийскому варианту, т.к. их значения в той или иной степени опираются на основные, номинативные общеанглийские значения, вытекают из них и обуславливаются ими.

Диалектные слова обнаруживают значительные словообразовательные возможности. Среди наиболее продуктивных аффиксов можно выделить следующие: -er, -ness, -y, -ly (суффикс -ly участвует в образовании, как наречий, так и прилагательных, ср.: *daft* - *daftly* (a) adj, weak-minded, foolish; (b) adv., foolishly; *doit* - *doitly*, adj. 'feeble, childish'), -ish, -ing, -ed, -ful, -less. Среди сложных слов наибольшей частотностью обладают следующие типы: сложные существительные, образованные сложением основ существительных (е. g. *bagging*, sb. 'food, provisions' – *bagging-can*, sb. 'a can for holding tea, beer, or milk, etc. '); сложные существительные, образованные сложением основы глагола и основы существительного (е. g. *drate*, v. 'to drawl, speak monotonously' - *drate-poke*, sb. 'a drawler, one who speaks indistinctly') и сложные прилагательные, образованные сложением двух адективных основ (е. g. *melch*, adj 'mild, gentle, soft' - *melch-hearted*, adj 'gentle, diffident, timid, poor-spirited').

Суммируя вышеизложенное, можно сделать вывод о том, что диалектные системы, несмотря на наличие некоторых архаичных черт, являются живыми, динамичными системами, в которых постоянно происходят инновационные процессы.

1. The English Dialect Dictionary. Ed. by Joseph Wright. Oxford University Press, 1981.
2. Arnold Kellert. The Yorkshire Dictionary of Dialect, Tradition and Folklore. West Yorkshire: Smith Settle, 1994.
3. А.Д. Швейцер. Литературный английский язык в США и Англии. М.: Высшая Школа, 1971.

УДК: 800:159

Явление неоднозначности в тексте и смысловые опоры при ее преодолении

Воскресенский И.В.

Тверской государственный университет

При восприятии текста, в том числе и на иностранном языке, человек воспринимает формальные знаки языка, но мыслит, осознает содержание. Таким образом, создается смысловая связь, своего рода взаимопонимание между автором и читателем. Смысловую информацию, извлекаемую из текста, реципиент встраивает в свою картину мира, Этот процесс осложнен неоднозначностью (далее - НО), которая, будучи неотъемлемой характеристикой текста, постоянно встречается как на формально-языковом, так и на ситуативно-смысловом уровнях. НО, таким образом, может: 1) осознаваться реципиентом как особый стилистический прием автора; 2) как средство развития замысла автора; 3) как случайность (НО, не запланированная автором); 4) не осознаваться реципиентом.

На формально-лингвистическом уровне НО проявляется на разных языковых уровнях: морфологическая (смысловая многозначность приставок в немецком языке, оморфорфы); лексическая (можно говорить о полисемии и ее распаде, заимствованиях, фонетических изменениях в языке [4] и др.); синтаксическая (смысловые варианты семантики компонентов фразы, координатная связка, препозиционная связка). Этот уровень НО присутствует в тексте объективно, по определению языка как динамичного образования (т.е. описанные явления объективно присутствуют в языке).

На ситуационно-смысловом уровне НО присутствует субъективно, т.е. каждый раз явно или неявно привносится автором. Такая НО – залог оригинальности, неповторимости художественного произведения, она соотносится со смыслом, коннотацией и «духом» в противовес тексту. Здесь можно выделить следующие виды: 1) НО развития ситуации как отражение функционирования живого знания (поскольку последнее, согласно [1], характеризуется недосказанностью); 2) НО смысла (содержания) ситуации. При встрече с ситуацией реципиент воспринимает ее через призму собственного, имеющего перцептивно-когнитивно-аффективную структуру, опыта, в его сознании формируется образ, включающий впечатления, действия и т.д. – контрситуация [3]. На этом уровне для правильного формирования контрситуации недостаточно объективного лексикографического корпуса, а требуется погружение в культуру.

С помощью автоматической обработки текста человек пока не в состоянии обеспечить не только передачу культурного образа, но и связность смысла. Машина действует большей частью по формальному критерию, курьезы случаются на всех уровнях, вплоть до оморфорфов. Только человеку свойственен эвристический анализ входных данных, поиск наиболее удачного варианта и передачи таким образом через когнитивные цепочки и зацепки всего скрытого за текстом. Проведенное нами теоретическое исследование [3] позволило суммировать следующие виды смысловых опор: установка на специфичность входных данных; прайминг и динамическая корреляция; опора на первоначальное значение (формальный уровень) и первоначальный образ (ситуационный уровень, важнейший критерий – частотность, культурная ангажированность языковой единицы, ситуации); опора на ситуацию (обработка перифразы, эллипсиса); опора на ассоциацию (переводчику необходимо освоить корпус коннотаций и ассоциаций языков контактирующих культур); опора на аналогию (излишнее использование приводит к возникновению и функционированию «ложных друзей переводчика» [5]). Как показало проведенное нами практическое экспериментальное исследование [2], нередко реципиент опирается и на стереотипные ситуации.

Разумеется, список опор для разрешения НО при обработке текста, в частности, в процессе перевода – открыт и динамичен; он может быть дополнен в результате выявления и описания новых видов НО, а также в связи с особыми проявлениями уже описанных типов в ситуациях межкультурных контактов.

1. Большой психологический словарь / Сост. и общ. ред. Б. Мещеряков, В. Зинченко, – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2003. – 672 с.
2. Воскресенский И.В. Эффект обманутых ожиданий в понимании текста // Психолингвистические исследования слова и текста: Сб. науч. тр. – Тверь, 2002. – С. 132-139.
3. Воскресенский И.В. Неоднозначность текста и смысловые опоры при приодолении ее читателем // Слово и текст: психолингвистический подход: Сб. науч. тр. – Тверь, 2004. – С. 24-31.
Неоднозначность / Энциклопедия «Кругосвет» - «Россия-Он-Лайн». 2001 // <http://www.krugosvet.ru/articles/90/1009006/print.htm>
4. Хурсевич В.В. Стратегия опоры на аналогию с лексикой родной языка в условиях учебного билингвизма // Слово и текст: психолингвистический подход. – Тверь, Твер. гос. ун-т, 2003. – Вып. I. – С. 158-164.

Будущее России в представлении Ш. Массона, автора «Секретных записок о России»

Воцинская Н. Ю.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Историко-философская проблематика европейской и, в частности, французской «Россики» является малоизученным пластом исторического источниковедения. И если бытовой аспект русской жизни некоторым образом нашел свое отражение в современных исследованиях по русской истории, то взгляды французоз на такие предметы, как православие, русский национальный характер, образ правления, проблема «восточности», природа русского деспотизма и другие малоразработанные сюжеты, пока в полной мере не вошли в научный оборот. В исследованиях редко делают ссылки на эти отрывки из французских воспоминаний о России, а если таковые и присутствуют, то они основаны на давних, как правило, дореволюционных, сильно купированных по цензурным соображениям переводах, без привлечения оригинальных текстов. Мнения французоз об указанных сторонах русской жизни обычно либо игнорируются, либо воспринимаются как предвзятые измышления «клеветников России». К таким малоизученным историко-философским аспектам принадлежит и т.н. футурология «Россики», то есть то, каким виделось будущее России побывавшим в ней иностранцам, которые условно придерживались трех возможных «сценариев» ее развития: катастрофический, пессимистический и умеренно-оптимистический (И. В. Карацуба). В «чистом» виде таких «предсказаний» не существует, так как в сочинении каждого из европейских авторов присутствуют признаки всех трех тенденций, но все-таки каждое из них можно отнести к той или иной подгруппе.

Шарль Массон, образованный наблюдательный француз, десять лет (1786-1796 гг.) состоявший офицером на русской службе при Н.И. Салтыкове и юном Александре I и оставивший яркие, поражающие полнотой воспоминания о своем пребывании в России (1800), более всего был склонен придерживаться пессимистического сценария развития России с умеренно-оптимистическими нюансами: России предстоит долгий путь к цивилизации и свободе, на котором ее поджидают войны, революции (во всех их проявлениях – от дворцовых переворотов и выступлений аристократии против деспотического правления до «настоящей» народной), распад империи; но, в конечном счете, русские не всегда будут той инертной «массой», какими их застал автор. Не полностью свободный от давно сложившихся в Европе стереотипов о России, как о «варварском» мрачном гиганте, от влияния просветительских и революционных идей, характерных для этого периода европейского развития, тем не менее, Массон сумел сделать удивительно точные, грамотные прогнозы относительно современного ему состояния России и ее будущего. Данное исследование базируется как на опубликованных переводах «Секретных записок о России», так и на ранее не переведенных на русский язык выдержках из этих мемуаров.

Юридическая терминология в романе Д. Гришэма “The Rainmaker”

Глинская Н.П.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Идея изучения права на художественных произведениях, изображающих определенные правовые аспекты жизни общества, появилась очень давно. Еще в 1922 г. известный правовед Д.Вигмур решил создать антологию художественных произведений, обязательных для чтения юристами [1]. К сожалению, эта идея не увенчалась успехом, так как ряд произведений обладали явно спорной художественной ценностью. В середине прошлого века эта мысль была подхвачена лингвистом У. Давенпортом, который предложил изучать право, судебную процедуру и даже юридическую терминологию на материале художественной прозы, поэзии и драмы [2]. Вместе с тем, реализация правовых концептов в художественной литературе еще не получила достаточного освещения. Для того, чтобы выяснить в какой степени юридическая информация отображается в художественном тексте посредством терминов, и каковы в связи с этим функциональным назначением лингвистические особенности бытования юридической терминологии, нами было проанализировано функционирование юридических терминов в романе Д. Гришэма “The Rainmaker”.

В результате исследования выяснилось, что при внедрении юридической информации в ткань художественного произведения создается внушительный пласт специальной лексики. При этом использование терминов, как правило, зависит от того, в какой (главной или побочной) сюжетной линии романа они задействованы. Основу специальной лексики составляют термины судопроизводства (40% от всех терминопотреблений) и терминология страхования (28%), поскольку именно судебный процесс над недобросовестной страховой компанией является главной темой этого произведения. В побочных линиях сюжета участвуют терминология семейного (8%), наследственного права (6%), а также общеправовые термины (18%).

Наличие развернутых юридических комментариев в главной сюжетной линии романа, абсолютно необходимых для понимания художественного произведения, свидетельствует о стремлении автора сделать текст убедительным, правдивым и одновременно доступным. Содержание юридических конструкций передается терминами общепотребительными словами в сокращенном, но и не в искаженном виде. Термины, обозначающие наиболее важные концепты, неоднократно повторяются в речи разных персонажей и, таким образом, в совокупности создается объемная и понятная информационная картина. В побочных линиях произведения юридическая информация дается фрагментарно.

Как показал анализ, в данном произведении рельефно выделяется тенденция автора к пояснениям важных для понимания текста юридических терминов. Грамотный, временами даже детальный юридический комментарий обогащает стилистический рисунок, создаваемый словесными средствами общепотребительного языка. Однако,

ориентируясь на массового читателя, автор накладывает ограничения на отбор терминов. Это проявляется в преобладании мотивированных терминов, например, из двух абсолютных синонимов *punitive damages* и *exemplary damages* используется исключительно первое терминологическое словосочетание, обладающее семантической прозрачностью.

Тем не менее, наряду с подробным комментированием ключевых терминов в анализируемом произведении наблюдается избирательное оставление в ряде эпизодов побочных сюжетных линий узкоспециальных терминов или номенов. Это свидетельствует о желании автора сохранить некоторую эзотеричность юридических терминов для рядовых носителей языка. Как пишет Ю.М.Лотман, «непонятное слово для нас всегда включает элемент экзотизма, воспринимается как чужое слово, таинственное и поэтому именно не бессмысленное, а особо значительное»^[3].

Юридические термины являются средствами для изображения рабочей обстановки и создания речевой характеристики персонажей. Для выполнения этих функций термины в данном произведении претерпевают следующие семантические преобразования: вступают в синтаксические отношения с другими терминами, создавая локальные семантические ряды из терминов одной отрасли права, участвуют в отношениях параллелизма и повтора, сопрягаются с общеупотребительными словами, создавая стилистический эффект, а также заменяются на морфологические варианты, условные синонимы и перифразы.

Умело манипулируя объемом юридической информации и способами ее представления, имплицитно оценивая и детально изображая те или иные аспекты современной Америки, Джон Гришэм заставляет читателя размышлять о ценности человеческой жизни. Юридическая же терминология в творчестве этого писателя является важным средством как повышения информативности художественного текста, так и эмоционального воздействия на читателя.

1. Wigmore D. A List of One Hundred Legal Novels. 17 Ill. L.R. 26, 1922.
2. Bonsignore J. Meta-Law Through Literature. ALSA Newsletter, 1, 1976.
3. Лотман Ю.М. О поэтах и поэзии. Санкт-Петербург: «Искусство-СПБ», 2001, с. 75.

Методы и приёмы речевого воздействия, используемые средствами массовой информации

Глинчевский Э. И.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

1. Речевая деятельность общества – это система речевых высказываний, краеугольный камень всей деятельности общества, необходимое условие существования разумного человека и общества, без неё не может существовать никакая другая человеческая деятельность. Участвуя в РДО, каждый человек является как автором, так и получателем речевых высказываний. РДО, как и любая другая человеческая деятельность, обладает структурностью и целенаправленностью.

2. Структурность РДО позволяет разделить её на отдельные типы речевых высказываний. Ю. В. Рождественский¹ выделяет четыре типа речевых высказываний: устная речь, письменная речь, печатная речь и массовая коммуникация, появившаяся благодаря СМИ. СМИ занимают особое место в РДО, ведь вещая на массовую аудиторию, СМИ не только информируют её, но и оказывают на неё воздействие, в т.ч. и речевое.

3. Академик В. В. Виноградов² выделяет три взаимодействующие функции речи – функцию сообщения, функцию воздействия и функцию общения. СМИ порождают бесчисленное множество т.н. медиа текстов. Т. Г. Добросклонская³ выделяет четыре типа медиа текстов – новостные, информационно-аналитические, очерки и рекламные. Основанием для подобной классификации стало разное соотношение функций сообщения и воздействия в медиа текстах. В новостных медиа текстах на первый план выступает функция сообщения, которая ещё преобладает в информационно-аналитических текстах, а в очерках уже превалирует функция воздействия, которая выступает на первый план в рекламных текстах.

4. Речевое воздействие – это активность одного человека, побуждающая другого человека к активности; специфический психолингвистический механизм влияния человеком на человека с целью изменения его поведения, мировоззрения, деятельности; одна из функций речи и одна из особенностей РДО, широко используемая СМИ. Современный благодаря СМИ человек живёт в условиях постоянного речевого воздействия, которое резко усилилось. СМИ – субъект речевого воздействия, а их массовые аудитории – объект такого воздействия.

5. Метод РВ в СМИ – способ достижения речевого воздействия, решения задачи оказания речевого воздействия на массовую аудиторию; для достижения данной задачи метод РВ применяет входящие в него разнообразные приёмы РВ. Приём РВ в СМИ – частное, конкретное средство решения задачи оказания речевого воздействия на массовую аудиторию, входящее в один из методов РВ.

Автором предлагается следующая классификация методов РВ:

- ❖ Композиционно-оценочные методы РВ:
 - Качественная интерпретация событий.
 - Аргументированный комментарий событий.
 - Оценка происходящих событий и трактовка ключевых понятий.
 - Выдвижение фрагментов композиции текста для привлечения к ним большего внимания.
 - Выигрышное построение композиции текста.
- ❖ Лингвостилистические экспрессивные методы РВ:
 - Метод РВ на графико-фонетическом уровне языка.
 - Метод РВ на лексическом и морфо-синтаксическом уровнях языка.
 - Выдвижение фрагментов текста.

Лингвостилистические экспрессивные методы РВ являются вспомогательными по отношению к композиционно-оценочным методам РВ. Каждый из перечисленных методов включает различные приёмы РВ. Например, метод РВ на лексическом и морфо-синтаксическом уровнях языка включает стилистические тропы и фигуры. Метод выдвижения фрагментов композиции текста для привлечения к ним большего внимания включает такие приёмы, как введение заголовка текста, введение лида, введение врезки. Метод аргументированного комментария событий включает следующие приёмы: естественные доводы, доводы к этосу, доводы к пафосу, логические доводы, ссылки на авторитеты. Метод выигрышного построения композиции текста включает приёмы: введение обращения, способы именованья темы, манера повествования и описания, стратегия доказательства, введение опровержения, использование воззвания, введение заключения-резюме.

¹ Рождественский Ю. В. Теория риторики. - М., 1997.

² Виноградов В. В. Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика. – М.: Высшая школа, 1963.

³ Добросклонская Т. Г. Теория и методы медиа лингвистики (на материале английского языка). Диссертация на соискание учёной степени доктора филологических наук. – М.: 2000.

Предпереводческий аспект подготовки переводчика

Голуб Л.Н.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Перевод как вид языкового посредничества подразумевает создание на языке перевода информационно и коммуникативно равноценного текста. Предметом перевода (оригиналом) является текст (устный или письменный), иначе – словесное произведение, у которого есть предметное и выразительное (формальное) содержание. Взаимодействие предметного содержания и выразительных средств позволяет осуществлять ту или иную коммуникативную и прагматическую задачу, иначе: воздействовать на получателя данного произведения в соответствии с целью, установленной автором данного текста.

По составу предметного содержания – по объему и плотности информации, ее характеру (например, фактическая, эстетическая), а также по характеру средств, синтаксических и лексических, с помощью которых это предметное содержание получает оформление (по формальному выражению), каждое словесное произведение относится к определенному функциональному стилю.

Переводческий процесс характеризуется разной степенью свободы переводческого выбора. Эта степень зависит от принадлежности текста-оригинала к тому или иному функциональному стилю: меньшая степень свободы в выборе языковых и стилистических средств характерна для стандартизированных по сути текстов научного, официально-делового стилей, тогда как больший выбор предполагает перевод текстов литературно-художественных.

Предпереводческая подготовка подразумевает, во-первых, подготовку к переводу текстов с данного языка и на данный язык вообще. Этот этап включает овладение навыками родного языка и языка, с которым предстоит работать, и их совершенствование. Кроме того, в этот этап входит тренировка переводческой памяти и быстроты реакции. Следующий этап – это подготовка к переводу текстов по конкретной тематике, к переводу данного конкретного текста.

Подготовка к переводу конкретной тематики подразумевает освоение терминологии, обращение к тематическим словарям и справочникам, как бумажным, так и онлайн-овым.

Существует ряд аспектов, влияющих на стратегию предстоящего перевода, которые на предпереводческом этапе очевидны из самого текста. Такими его аспектами являются: жанровая и стилевая принадлежность текста, конкретный адресат, если он указан (в случае деловой переписки, например), источник (научная статья из специализированного журнала, энциклопедии).

Но гораздо более важен и ответственен тот этап предпереводческого анализа текста оригинала, когда переводчик определяет коммуникативное задание текста, то есть тот прагматический эффект, к которому стремился автор оригинала.

Определение коммуникативного задания оригинального текста позволяет переводчику установить в переводе нужную доминанту, то есть, в зависимости от того, какая функция – сообщения, побуждения или убеждения – преобладает в оригинале, соответствующий акцент должен присутствовать в тексте перевода.

Такой предпереводческий анализ текста оригинала доступен компетентному переводчику, который на основе ряда признаков (формальных языковых и фактических содержательных, иначе говоря, по наличию или отсутствию определенной информации в тексте) способен определить, в частности, истинного адресата текста, точнее, не столько того, кому этот текст предназначен, сколько того, кому он не предназначен. Так, оригинальные тексты можно разделить на те, которые предназначены только для носителей данного языка; на тексты интернациональной направленности (заявления и обращения на международных конференциях), которые меньше ориентированы на носителей языка, и тексты, предназначенные только для не-носителей (обращения к населению оккупированных территорий, листовки в тылу врага в военное время и т.п.). Все эти тексты имеют особую идеологическую и, соответственно, прагматическую нагрузку, которую необходимо сохранить в тексте перевода. И работа переводчика именно на предпереводческом этапе позволяет выработать оптимальный способ решения этой задачи.

1. Алексеева И.С., *Профессиональное обучение переводчика*. СПб., 2000.
2. Брандес М.П., Провоторов В.И., *Предпереводческий анализ текста*. М., 2001
3. Латышев Л.К., *Курс перевода: Эквивалентность перевода и способы ее достижения*. М., 1986

Анализ ошибок в языке современной испанской прессы

Гончаренко Т.В.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

По словам Мануэля Касадо Веларде, профессора испанской филологии Университета г. Корунья и учредителя Испанского лингвистического общества, «СМИ являются своего рода обсерваторией языка». Главная цель выразительных средств текста в печатных СМИ – привлечение внимания читателя. Часто то, что грамотный читатель считает ошибкой журналиста – орфографической, синтаксической, пунктуационной – вовсе не является опечаткой или ошибкой, а служит цели привлечения внимания читателя к какому-либо факту, событию, оценке, мнению и т.д. Неправильное написание слов заставляет читателей обращать больше внимания на смысл и содержание самого текста и неоднократно перечитывать неверно написанные слова. В последнее время в Испании появилось большое количество публикаций, в которых анализируются «ошибки» журналистов и даются рекомендации по их исправлению.

1) Ошибки, связанные с графическим ударением. По мнению исследователей, пропуски ударений давно не являются единичными случаями, и далеко не всегда их можно назвать опечатками. Они встречаются в различных изданиях и способны внести изменения в орфографические правила испанского языка:

- знак ударения часто ставится на заглавной букве вопреки правилам орфографии;
- знак ударения ставится в односложных словах, несмотря на то, что он не должен ставиться, кроме тех случаев, когда является смысловоразличительным;

- ударение неправильно ставят при цитировании высказываний и крылатых фраз из латинского языка, следуя правилам испанского языка;

- часто журналисты ставят графическое ударение на те слога в испанских словах, которые в действительности являются безударными. Заметив подобную «ошибку», читатель перечитывает предложение, абзац и обращает особенное внимание на ту мысль, которую автор стремится донести до него.

2) Ошибки, связанные с употреблением слов иностранного происхождения. Проникновение в испанский язык слов иностранного происхождения неизбежно, несмотря на ту борьбу, которую ведут с ними испанские лингвисты. Все чаще такие слова служат не для обозначения явления, для которого в испанском языке нет эквивалента, а для замены и вытеснения исконно испанских слов. Существуют три основные тенденции: заимствование испанским языком слов из других европейских языков (данная тенденция не может считаться новой); «испанизация» слов иностранного

происхождения, т.е. приписывание данным словам окончаний, аффиксов, свойственных испанскому языку, с целью активного использования этих слов в речи; употребление испанских слов и устойчивых выражений в неправильном контексте, аналогичном тому, в котором могут употребляться их эквиваленты в других языках. Особенности употребления в прессе слов и выражений латинского языка, «латинизация» испанских слов.

3) Ошибки, связанные с семантикой слов. Многие выражения полностью или частично утрачивают свое значение и начинают использоваться в контекстах, не свойственных им. Неправильное употребление выражений усложняет понимание содержания статьи, делает язык более трудным для восприятия. Журналисты часто развивают на основе одного слова новые словосочетания, существование которых в нормативном языке нельзя считать оправданным: значения, которые призваны передавать такие словосочетания, понятны из семантики самих слов.

4) Ошибки, связанные с управлением глаголов и существительных. Широко распространенным становится явление «декеизма», заключающееся в употреблении предлога «de» в сочетании с союзом «que» после тех глаголов, которые не требуют подобного управления при прямом дополнении. Также нередко неправильно употребляются предлоги «desde» и «a».

5) Ошибки, связанные с орфографией. Такие ошибки стали некоторой закономерностью из-за частотности своего появления в ведущих испанских изданиях. Опечатки не рассматриваются как орфографические ошибки. В прессе больше всего недоразумений вызывает написание «rog que» и «rogque», «sí no» и «sino». Ошибки в глагольных формах упрощают слова. Явление «какофонии».

6) Ошибки, связанные с синтаксисом: соединение двух противительных союзов, использование инфинитивов глаголов в роли независимых синтаксических конструкций, описательная конструкция «глагол + существительное». Складывается тенденция к усложнению языка, избыточности языковых средств.

7) Ошибки при словообразовании: присоединение приставок «auto», «ге»; образование на основе англицизмов глаголов с испанскими окончаниями.

8) Ошибки, связанные со словоупотреблением. Недостаточность лексических средств проявляется в переходе одних и тех же слов из статьи в статью. Такие слова многозначны и могут употребляться в различных контекстах.

УДК 801.7

О некоторых особенностях восприятия текста оригинала и перевода

Григорьева Н.М.

Кемеровский государственный университет

Текст – это сложный знак, т.е. единица, по определению и функции предполагающая наличие истолкователя и по самой своей природе рассчитанная на интерпретацию и через нее на определенную активность, проявляемую или не проявляемую вовне. При обращении к анализу текста в составе механизма общения формально-лингвистические признаки текста обретают значение, вторичное по отношению к присутствующим в нем структурам интеллектуальной деятельности. Назрела необходимость в комплексном изучении закономерностей порождения и восприятия речевого сообщения (текста). Функционирование текста начинается только после его создания, и нередко такая ситуация, когда даже правильно построенный текст оказывается понятным разным читателями по-разному.

Вопрос смыслового преобразования исходного текста, т.е. текста оригинала, и текста перевода является одним из ключевых в лингвистической теории перевода. Проблема интерпретации и понимания литературно-художественного текста, анализа его интерпретационных характеристик оказывается важной при рассмотрении вопросов взаимовлияния социокультурных и исторических факторов, с одной стороны, и перевода, с другой. На перевод и на смысловую интерпретацию текста влияют индивидуальные особенности интерпретатора, стили автора и переводчика, жанровые и типологические особенности текста оригинала и текста перевода. Текстовосприятие возможно только при условии учета контекста ситуации, прошлого опыта автора и читателя, который задает ожидание и прогнозирует вероятность появления в тексте новой информации.

Основной целью настоящего исследования является сравнительно-сопоставительный анализ восприятия текстов на языке оригинала и языке перевода, а также выявление особенностей данной сферы восприятия. В ходе проведенного исследования был использован метод шкалирования. Этот метод представляется наиболее удобным и эффективным в связи с тем, что он может служить основой для рассмотрения художественного текста в психологическом плане. Данный метод помогает также устранить недостатки стилистического или психологического подходов, которые не направлены на взаимодействие текста и реципиента. Метод шкалирования основан на механизмах аксиологической интерпретации, позволяющей реципиенту давать ту или иную оценку текста. Участниками эксперимента стали студенты 5 курса факультета романо-германской филологии КеМГУ.

Относительно исследования критериев восприятия нами были получены и систематизированы результаты в следующие ключевые пункты:

В 9 случаях из 10 одни и те же тексты представляются читателям более познавательными на английском языке, чем на русском, что, возможно, связано со спецификой учебной деятельности опрошенных, привыкших получать основную часть знаний из иноязычных источников.

В 8 случаях из 10 текст оригинала воспринимается как более интересный, чем текст перевода.

Тексты на русском языке оцениваются как более скучные в 6 случаях из 10.

В 7 случаях из 10 более нравственными и более фальшивыми становятся тексты на русском языке.

Реципиенты воспринимают как более будничные и более серьезные тексты на английском языке (в 6 случаях из 10), а как более обычные – тексты на русском языке.

Общим выводом из проведенного эксперимента стало то, что очень часто у людей, способных понимать тексты на разных языках, полнота и качество восприятия зависит именно от языка, на котором написан тот или иной текст. Главной причиной непонимания в межкультурной коммуникации является не различие языковых систем, а различие национальных сознаний субъектов. Хотя создание текста перевода всегда опосредовано его ориентированностью на иноязычный оригинал, переводчик в то же время создает новый текст на языке перевода, который обладает относительной самостоятельностью. Текст перевода является особой картиной мира, отличной от картины мира и исходного языка и языка перевода.

Ступени структурного анализа шекспиризмов

Давидович О.Ф.

Поморский государственный университет им М.В.Ломоносова

По числу фразеологических единиц (свыше сотни), обогативших английский язык, произведения У. Шекспира занимают второе место после Библии. Произведения английской классической литературы насыщены шекспиризмами, большинство из которых используется окказионально. Под термином *шекспиризм* мы, вслед за А.В. Куниным, понимаем фразеологические единицы (ФЕ), то есть устойчивые сочетания слов с полностью или частично переосмысленным значением, впервые введенные У. Шекспиром в литературу и затем подхваченные другими авторами: *cakes and ale* (*Twelfth Night*) – сплошные радости, беззаботное веселье, *a fool's paradise* (*Romeo and Juliet*) – призрачное счастье, мир фантазий, *have an itching palm* (*Julius Caesar*) – быть взяточником и мн. др. Большинство таких единиц встречается в произведениях У. Шекспира лишь один раз, причем их форма является фиксированной: *the prince of darkness* – князь тьмы, сатана, *to carry authority* – быть влиятельным, *to trip up smb's heels* – содействовать падению, *every inch of* – целиком, *good men and true* – порядочные люди, *as sharp as a serpent's tooth* – ядовитый, как укусы змеи, *the wheel has come full circle* – описан круг, *more sinned against than sinning* (*King Lear*) – незаслуженно обиженный и др.

Семантику ФЕ, как отмечает А.В. Кунин, невозможно изучать вне их структуры [1]. Поэтому, прежде всего, выделяем следующие ступени структурного анализа ФЕ-шекспиризмов: а) рассмотрение структурно-грамматических схем строения ФЕ, в которых отражается частеречная принадлежность их компонентов; б) определение наиболее частотных грамматических моделей построения ФЕ; в) изучение способности компонентов ФЕ к варьированию и определение градации варьирования компонентов и его границ; г) изучение типов зависимости компонентов ФЕ-шекспиризмов.

В результате анализа выясняем особенности структуры фразеологических единиц, введенных в литературный и разговорный обиход У. Шекспиром.

1. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. М., 1996, с.105.

Библейская теодицея и западноевропейская философия XX в.: К.Г. Юнг, Э. Блох, Р. Жирар

Давыдова М.В.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

В докладе представлен анализ итоговых произведений К.Г. Юнга, Э. Блоха и Р. Жирара через призму духовно-философской проблемы о причинах существования зла и несправедливости в мире - теодицеи. О древности этой темы свидетельствует одна из древнейших Книг Ветхого Завета - Книга Иова. Невинно страдающий праведник, Иов, прямо и дерзновенно задает Богу вопросы о причине и смысле своих страданий - вопросы, актуальность и острота которых неизменны и сегодня. В XX веке образ библейского страдальца приобретает особую актуальность, о чем свидетельствуют множество произведений философско-религиозного содержания, художественная литература, изобразительное искусство, музыка¹⁷. «Наше поколение носит Иова в своем сознании и в своем сердце»¹⁸, - замечает теоретик иудаизма, американский раввин Луи Финкельштейн. «Мы пережили вещи столь неслыханные и потрясающие, что вопрос о том, можно ли еще как-то соединить такое с идеей благого Бога, приобретает глгучую остроту» - утверждает К.Г. Юнг в одном из своих итоговых произведений, «*Ответе Иову*» (1952)¹⁹. Мировые войны, ужасающие преступления нацизма в концлагерях, Хиросима, Архипелаг Гулаг, холодная война, грозившая истреблением всего человечества, распространившийся по всему миру терроризм часто ставят под вопрос не только Божественную справедливость, но и существование Бога.

Все три философа рассматривают Книгу Иова через призму собственной философской концепции, «очевидное» подтверждение которой они находят в образе и поведении библейского героя (и Бога у Юнга). К.Г. Юнг подходит к анализу характеров и поведения Иова и Яхве с позиций основанной им аналитической психологии, иллюстрируя на их примерах свои концепции коллективного бессознательного и архетипов; для Э. Блоха, представителя неомарксистской философии, исходной точкой интерпретации является его философия Надежды и атеистическая эсхатология; Р.Жирар видит в истории Иова подтверждение концепции насилия и жертвоприношения в рамках разработанной им «фундаментальной антропологии».

Авторы подходят к проблеме теодицеи в Книге Иова не традиционным способом - через оправдание Бога путем признания относительности зла или целесообразности его поущения для общей мировой гармонии (как, например, у Лейбница). Юнг и не пытается оправдать Бога, а, напротив, возлагает на него ответственность за зло как на Творца этого мира; Блох стоит на позициях «атеистической теодицеи», отрицая существование Бога, но при этом указывая, что данная проблема остается и вне Бога, как остаются в мире страдания, болезни, стихийные бедствия, ненависть и враждебная человеку природа; Р.Жирар видит источник зла непосредственно в человеке и обществе: Бог не имеет, по мнению философа, ко злу и насилию никакого отношения, но тем не менее в образе Христа принимает активное участие в его преодолении. Все три философа делают попытку дать ответ Иову и вместе с ним всему человечеству, указав путь преодоления зла и страданий.

¹⁷ См.: Langenhorst G. *Hiob unser Zeitgenosse. Die literarische Hiob-Rezeption im 20. Jahrhundert als theologische Herausforderung.* Mainz, 1994. Steinwendtner B. *Hiobs Klage heute: die biblische Gestalt in der Literatur des 20. Jahrhunderts.* Innsbruck, Wien, 1990. Im Zeichen Hiobs. *Judische Schriftsteller und deutsche Literatur im 20. Jh.* Königstein/Taunus, 1985. О Книге Иова в живописи и музыке см.: Schrader U. *Die Gestalt Hiobs in der deutschen Literatur seit der fruhen Aufklarung.* Fr.a.M., 1992.

¹⁸ Louis Finkelstein. *Three Opinions on "J.B."* // *Life Magazin* 18.05.1959. P.135. Цит. по: Langenhorst G. *Hiob unser Zeitgenosse. Die literarische Hiob-Rezeption im 20. Jahrhundert als theologische Herausforderung.* Mainz, 1994. S.43-44. *Перевод мой.* - М.Д.

¹⁹ Юнг К.Г. *Ответ Иову.* М.1995. С.214.

Двойной историко-культурный план произведений Хемингуэя как средство формирования межкультурного подтекста

Ерлашова Я. А.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Эрнест Хемингуэй является редким примером писателя, воспитанного на большом количестве национальных культур. Он объединяет различные этнические элементы в своих произведениях, где они составляют неотъемлемую часть его поэтики, его знаменитого подтекста. Подтекст Хемингуэя – это подтекст жизни. Как писал сам автор, он ищет то, что не лежит на поверхности событий и не проходит с течением времени. Целью же является - показать человеческую жизнь такой, какова она есть, не сгущая красок и ничего не приукрашивая. Не относя себя к великим мыслителям и не сообщая человечеству ничего сенсационного, Хемингуэй, однако, на редкость хорошо знал мир и показывал его с тысячи разных точек [1].

Писатель жил в разных странах, имел возможность изучать, сравнивать и делать выводы. Таким образом, со знанием дела он вводит в свои произведения разные культуры, этносы, нации, закладывая в текст обширную культурную информацию. Здесь и 1) реалии, местный колорит и язык; и 2) смысл и способ существования. При столкновении способа существования одной культуры, поколения и т.д., и способа существования другой культуры, поколения и т.д. происходит либо сближение, либо конфликт.

Так, на примере рассказа Хемингуэя "Indian Camp", где белый доктор принимает роды у индианки, можно проследить конфликт традиционной культуры и цивилизации. Здесь вмешательство цивилизации в традиционную культуру приводит к конфликту, исход которого – смерть. Таким образом, в этом рассказе проявляет себя межкультурный подтекст, а именно те выводы и оценочные суждения, которые возникают при анализе ситуации, в которой участвует несколько культур, этносов, наций или представителей разных социальных групп. Создание такого подтекста, как было выявлено в ходе анализа ряда произведений писателя, достигается при сопоставлении: 1) одной и той же культуры в разные исторические периоды; 2) разных культур; 3) разных социальных групп внутри одной культуры.

В знаменитом романе писателя «По ком звонит колокол» главный герой Роберт Джордан неоднократно возвращается в своих внутренних монологах-рассуждениях к деду, воевавшему в далекие времена гражданской войны в Америке. В «Фиесте» сама действительность, к которой писатель обращается в своем романе, как бы являет собой исторический срез, с различными историко-культурными уровнями. Современная цивилизация, XX век, представленный потерянными поколениями, противопоставляется в романе культуре отсталой страны, культуре, еще сохраняющей в фиесте и в корриде живые связи с глубочайшей древностью и переплетающей языческое и христианское начала. В столкновении Кона с Педро Ромеро также вступают в конфликт два типа жизни. В произведении «Старик и море» четко прослеживается линия «старик-мальчик», что по словам литературоведа А.И. Старцева, являет собой «живую связь поколений, преемственность борьбы...цепкую силу жизни» [2].

Сопоставление различных исторических и культурных уровней жизни, по мнению Финкельштейна, однако не навязывается Хемингуэем извне – оно идет изнутри, возникает не только и, возможно, даже не столько в результате «созидающей воли художника», сколько «под напором самой жизни, реалистически писателем претворяемой» [3]. И с этим трудно не согласиться.

1. Хемингуэй Э. *О жизни и искусстве. Мысли и афоризмы*//Дон. 1964. №7. С.143

2. Старцев А. И. *От Уитмена до Хемингуэя*. М, 1972. С.531

3. Финкельштейн И. Хемингуэй, его жизнь и книги// *Вопросы литературы*.1962.№12 С.223

УДК: 800:159

Особенности понимания носителями языка крылатых слов – заголовков текстов СМИ

Ефимова М.Н.

Тверской государственный университет

Целью нашего исследования явилось изучение понимания носителями языка заголовков текстов СМИ, выраженных крылатыми словами (далее – КС). Специфика КС как явления языка и культуры проявляется в том, что употребление носителем языка того или иного КС происходит при неизбежном мысленном соотнесении последнего с его источником. За лаконичной формой КС конденсируются сложные образы, которые в человеческом сознании разворачиваются в целую сеть ассоциаций. Таким образом, заголовок, выраженный КС, представляет собой особый тип заглавий с осложненной семантикой, воспринимаемых реципиентом не буквально, линейно, а как некая «абстрактная задачка», успешное решение которой позволяет строить адекватные авторскому замыслу проекции текста последующей статьи. Следует отметить, что КС, используемые в заголовках, довольно редко выступают в иконической форме: в большинстве своем они подвергаются разного рода трансформациям.

Для достижения поставленной цели нами было проведено экспериментальное исследование. Выявление особенностей понимания носителями языка трансформированных КС – заголовков проводилось посредством анализа построенных на их основе читательских проекций, в которой аккумулируются все знания индивида, активизируемые соответствующим знаком-стимулом (в нашем случае таковым является трансформированное КС). На этой основе нами была сформулирована следующая рабочая гипотеза: понимание трансформированного КС, не погруженного в контекст, во многом основывается на понимании носителем языка исходного КС. Однако входящие в состав трансформированного КС новые, актуализирующие его элементы, не обнаруживающие никакой связи (в семантическом плане) с ситуацией контекста источника данного КС, и активизирующие в сознании читателя новые ассоциации, очевидно, могут затемнять первичные ассоциации и выводить реципиента на совершенно иные плоскости его единой информационной базы, что, в свою очередь, оказывает непосредственное влияние на процесс построения им читательской проекции. В качестве теоретической базы нами была использована теория заголовка [2], а так же психолингвистическая теория слова [1]. Материалом для нашего исследования послужили заголовки – трансформированные КС, отобранные из газеты «Известия» за период с 3.09 по 2.10.2002 г.: *Агент 001; К нам едет Адамо; Молочные реки, соковые ручьи; Не устрицами едиными; Ну а самолеты – потом*. В эксперименте приняло участие 30 испытуемых. Анализ полученных данных позволил сделать следующие выводы.

1. Если в качестве заголовка употребляется трансформированное КС, то в нем в качестве измененного элемента должна выступать **доминанта** смысловой организации текста. Чем точнее и однозначнее она определена, тем меньше может быть девиаций от верного предположения исходного замысла.

2. Трансформированные элементы, особенно при замене одного компонента на слово, никак не связанное с ним по смыслу (*Не устрицами едиными; Агент 001*), должны выводить читателей в несколько иную плоскость ассоциаций, нежели те, которые подразумеваются исходным КС. Зачастую трансформации оказываются настолько неожиданными,

что тем самым полностью дезориентируют читателей, формируют у них ложное предпонимание, либо «вынуждают» обращаться к самому поверхностному смыслу, что может значительно снизить эффективность восприятия.

Следующий этап эксперимента проводится на материале англоязычных периодических изданий с целью последующего сравнения особенностей понимания КС – заголовков текстов СМИ представителями различных лингвокультурных сообществ. Полученные данные могут быть использованы авторами газетных статей для создания заголовков на основе КС, которые могли бы успешно реализовывать рекламную и прогностическую функции.

1. Залевская А.А., *Понимание текста: Психолингвистический подход*. Калинин, 1988. 95с.

2. Корытная М.Л. *Роль заголовка и ключевых слов в понимании художественного текста*: Автореф. дис ... канд. филол. наук. Тверь, 1996. 16с.

УДК 820-3.18:830-3.18

Глагольная вариантность фразеологических единиц с компонентом *come*

Жданова М.А.

Поморский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Выбор объекта исследования – глагольные фразеологические единицы (ФЕ) с ведущим компонентом *come* – продиктован тем, что данный глагол является одним из наиболее частотных глаголов движения в современном английском языке. Цель нашего исследования – проследить, в какой степени подвержены варьированию ФЕ с названным компонентом в системе английского языка.

В качестве научной избирается фразеологическая теория проф. А.В. Кунина и вариационный метод изучения фразеологизмов В.Л. Архангельского. Особенности данного метода, по мнению А.В. Кунина, являются: "... комплексное изучение особенностей компонентов ФЕ, выделение фразеологического уровня языковой структуры, внимание, которое автор уделяет постоянным и переменным компонентам".

Анализ фразеологизмов с компонентом *come* дает следующие результаты. Около 85% фразеологизмов имеют константную или констатино-переменную зависимость компонентов, т. е. не допускают вариантность: *come to the ground* – провалиться, рухнуть, сорваться, оказаться безрезультатным; *come to no good* – плохо кончить; *come to the top* – отличаться, добиться успеха, славы; *come to smb.'s notice* – обращать на себя чье-л. внимание; *come out of one's shell* – выйти из своей скорлупы, раскрыться, перестать быть замкнутым, например:

"Dave's schemes were always elaborate, and that was why they so often **came to the ground**." (H. Lawson, "Joe Wilson's Mates"). – Планы Дейва были всегда чрезвычайно сложные, и по этой причине они часто кончались неудачей. "I had an exciting evening. I **came out of my shell**, was lively, gay, and gallant." (A.J. Cronin, "Adventures in Two Worlds"). – Вечер меня встряхнул. Я вылез из своей скорлупы, был веселым, жизнерадостным и галантным.

Тем не менее, исследуемый языковой материал показывает, что большое количество фразеологизмов допускают вариантность, причем наиболее распространенной является глагольная вариантность. В рамках глагольной вариантности можно выделить следующие подвиды вариантности:

1) двухвариантные ФЕ: *come / go into effect* – вступить в силу, действие; *come / be in season* – быть спелым, созреть (о фруктах); быть вполне пригодным для еды, например:

"The last British soldiers were leaving Egypt for ever; the evacuation treaty **was finally coming into effect**." (J. Aldridge, "The Last Exile"). – Последние английские солдаты навсегда покинули Египет; договор об эвакуации наконец-то начал претворяться в жизнь.

"Since the Act **went into effect** the labour movement has virtually ceased to grow." (G. Green, "The Enemy Forgotten"). – С того момента, как этот закон вступил в силу, профсоюзное движение практически перестало развиваться.

2) трехвариантные ФЕ: *come / go / move into action* – приступить к действиям, вступить в борьбу; *come / get / fall into line* – соглашаться (с кем-л. или чем-л.), солидаризироваться (с кем-л.), действовать в соответствии (с чем-л.), стать в один ряд (с кем-л. или чем-л.), например:

"It was lucky she and Bosinney got on: she seemed **to be falling into line** with the idea of the new house." (J. Galsworthy, "The Man of Property"). – Хорошо, что Ирэн ладит с Босини: кажется, она начинает увлекаться мыслью о постройке дома.

"... direct or indirect tax incentives to exporters are both to be found on the Continent. Britain can respectably claim that it is simply and belatedly **coming into line**." ("The Economist"). – ... прямые и косвенные налоги, поощрения экспортерам практикуются на континенте. Великобритания, не утратив собственного достоинства, может, хотя и с опозданием, утверждать, что действует в соответствии с континентальной практикой.

Можно сделать вывод о том, что исследуемые фразеологизмы с компонентом *come* имеют сильную тенденцию к глагольной вариантности.

Вечные образы в русской литературе XX века (образ Иисуса Христа в книге Д.С.Мережковского «Иисус Неизвестный» и романе М.А.Булгакова «Мастер и Маргарита»)

Зубкова И.А.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Доклад посвящен некоторым аспектам изображения Иисуса Христа в центральном труде Д.С.Мережковского периода эмиграции «Иисус Неизвестный», и романе М.А.Булгакова «Мастер и Маргарита», а также ранних его редакциях.

Актуальность исследования обусловлена повышенным интересом к литературе Русского Зарубежья, долгое время оставшейся недоступной русскому читателю. В России «Иисус Неизвестный» был опубликован только в 1996г. Кроме того, несмотря на существование обширного пласта исследований, посвященных произведениям Мережковского и Булгакова, сопоставление «Иисуса Неизвестного» и «ершалаимских глав» «Мастера и Маргариты», как таковое, до сих пор не было проведено, хотя поразительные сюжетные переклички были отмечены булгаковедом Б.В.Соколовым.

Данное исследование затрагивает религиозно-философские споры о природе Христа и раннехристианскую традицию изображения Христа. В научной литературе об Иисусе Христе XVIII-XXвв. сложились два основных направления – мифологическое и историческое. В своей книге Мережковский активно полемизирует с представителями обеих школ о природе личности Христа. Что касается Булгакова, неприятие писателем мифологической теории и крайней формы ее выражения, взятой на вооружение в советской России в виде грубой антирелигиозной пропаганды, явно прослеживается в «ершалаимских главах» романа, его ранних редакциях, дневниках.

В связи с обращением писателей к образу Христа в критике неизбежно встал вопрос о христологической позиции авторов. Вопрос о вере Булгакова так и остался невыясненным, несмотря на большое количество биографического

материала, позволяющего только строить догадки. В связи с исследованием образа Иисуса Неизвестного Мережковского большое внимание уделено его эсхатологической, «революционной» идее Третьего Завета, заключающегося в гармоничном единении духа и плоти, провозглашенного в ряде философских статей автора. Образ Иисуса Неизвестного в книге соответствует общей религиозно-философской концепции Мережковского. Философия писателя отличается биполярностью, что нашло отражение в изображении личности Иисуса Неизвестного в беллетризованных главах книги (синтез мужского и женского, божественного и человеческого, уродства и красоты, детского и зрелого). Что касается образа Иешуа Га-Ноцри, его высота у Булгакова исключительно человеческая, лишенная божественных, мессианских черт. Божественность Иешуа скорее предполагается читателем, соотносящим образ Иешуа с личностью исторического Христа.

Некоторые детали образа Христа у Мережковского и Булгакова и удивительные сюжетные параллели между исследуемыми произведениями, которые не могут быть объяснены использованием одних и тех же религиозно-исторических источников, позволяют предположить влияние книги Мережковского на процесс создания «ершалаимских глав» «Мастера и Маргариты». Гипотеза знакомства Булгакова с текстом «Иисуса Неизвестного» подкреплена автором доклада биографическими данными и сопоставлениями исторических фактов.

Образ Иисуса Христа занял прочную позицию в ряду вечных образов в русской литературе именно в XX веке. Причиной явились перемены, произошедшие в обществе того времени, а также вечные человеческие недостатки, невежество, мещанство, ставшие только заметнее в эпоху перелома. Булгаков и Мережковский, принадлежавшие к разным поколениям, с непохожей судьбой, разной творческой манерой, сошлись в единой точке в своем стремлении показать Сына Человеческого во Христе.

„Системный характер описания лексики в двуязычном словаре большого объема (на примере лексем немецкого языка, образованных от количественных числительных)“

Иванов В. В.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Лексикографическая концепция полностью определяет лицо словаря, т.е. типы лексикографической информации о слове и способы их представления в структуре словарной статьи²⁰. По этой причине необходимо соблюдать принципы описания словарного материала, которые должны быть четко сформулированы и обоснованы²¹.

Цель настоящего доклада – сформулировать такие принципы и показать на примере количественных числительных, слов, образованных от них, а также сложных слов (существительных, прилагательных и наречий), один из компонентов которых является количественным числительным, как данные принципы могут быть последовательно применены в двуязычном словаре большого объема (на примере немецкого языка).

В докладе анализируется подход к описанию данного аспекта в наиболее известных и авторитетных одноязычных словарях немецкого языка и двуязычных немецко-русских словарях (см. список литературы).

На основании данного анализа и согласно существующим лексикографическим концепциям обсуждается необходимость включения в словарь той или иной лексической единицы, а также принципы ее описания. С одной стороны, система языка позволяет по известным правилам образовывать сложные слова, с другой стороны, эти возможности, как правило, сильно ограничены узусом. Примером регулярного словообразования являются лексемы типа *fünffach*, которые свободно образуются от любого количественного числительного (кроме ноля и единицы). Лексема же *Fünfsternehotel* не является примером регулярного словообразования: такие лексемы, хотя и могут быть образованы по известным правилам от количественных числительных, присутствуют в узусе в силу известных причин как единичные экземпляры.

В докладе рассматриваются принципы описания таких лексических единиц, как, например, *fünffach* и *Fünfsternehotel*, или *Zweiflügler*, *Zweimaster*, *Zweiliterflasche*, *zweizylindrig*, с одной стороны, и *Zweizimmerwohnung*, *zweijährig*, *zweistöckig*, с другой стороны. Эти принципы должны быть различными, что подтверждается и реальными примерами употребления.

Другим важным аспектом затронутой проблемы, который обсуждается в докладе, является необходимость выбора примеров употребления лексемы в языке. Чтобы избежать повторения однотипных примеров при словах, образованных от одного словообразовательного элемента, например, =malig, =fach или =jährig, можно поступать по-разному: либо один из представителей данного класса подробно иллюстрируется примерами, и другие слова снабжаются ссылками на эту статью, либо в словаре описывается только один представитель данного класса, что отдельно оговаривается в предисловии. Выбор такого «наилучшего» представителя часто является нелегкой задачей, это подтверждает и анализ основных словарей.

УДК 81'373.49

Некоторые результаты анализа словаря эвфемизмов английского языка

Иванова О.Ф.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Под эвфемизмом обычно понимают «троп, состоящий в непрямом, прикромом, вежливом, смягчающем обозначении какого-либо предмета или явления [1]. Изучение словарей эвфемизмов английского языка позволяет взглянуть на культуру и историю Великобритании с лингвистической точки зрения, проследить некоторые тенденции в словообразовательном процессе, что несомненно представляет огромную важность и практический интерес.

Целью нашего исследования является анализ тематических полей эвфемизмов и способов их образования, а также попытка интерпретации причин их образования. Объектом исследования является *The Wordsworth Book of Euphemisms: The Hilarious Guide to the Unmentionable* Джудит Ниман и Кэрл Сильвер[2], состоящий из 728 словарных статей. В ходе нашей работы была использована классификация способов образования эвфемистической лексики Джозефа Уильямса [3].

В результате анализа указанного словаря эвфемизмов мы пришли к следующим выводам:

1. Каждое тематическое поле представлено неодинаковым количеством словарных статей, а именно 1) Части тела – 69 словарных статей; 2) Выделительная система человека – 84 словарных статьи, 3) Человеческие грехи – 166 словарных статей, 4) Болезнь – 29 словарных статей, 5) Смерть – 48 словарных статей, 6) Преступление и наказание – 98

²⁰ Апресян Ю. Д., «Лексикографическая концепция Нового Большого англо-русского словаря» // *Новый Большой англо-русский словарь в 3-х т.* Москва, 1993, с.6.

²¹ Cp. Dobrovolskij, Dmitrij O.; Šarandin, Artem V. „Spezifik des lexikographischen Formats für allgemeine zweisprachige Wörterbücher“ // *Germanistisches Jahrbuch GUS „Das Wort“.* Moskau: S. 381

словарных статей, 7) Секс – 107 словарных статей, 8) Работа – 26 словарных статей, 9) Язык правительства – 44 словарных статьи и 10) Война – 57 словарных статей. Количество словарных статей позволяет судить о степени запретности некоторых тем в английской культуре. Итак, наиболее эвфемизированными остаются такие темы как грехи, секс и выделительная система человека.

2. Наиболее продуктивным способом образования эвфемизмов является метафора. Нами было обнаружено 389 случаев метафорического переноса, причем больше всего метафор пришлось на такие тематические поля как грехи (109), секс (57), преступление и наказание (56), что показывает, что в культуре англоязычных стран большое место занимают и раньше занимали христианские ценности.

3. Следующим продуктивным способом образования эвфемизмов является расширение семантического значения (129 эвфемизмов). Здесь наиболее эвфемизированными тематическими полями являются война (18), выделительная система человека (16), секс (14), части тела (13), работа (10), болезнь (9). Высокая эвфемизированность темы войны, вероятно, может быть объяснена желанием истеблишмента и СМИ обозначать военные действия и их последствия как можно более политкорректно.

4. Не менее продуктивным способом эвфемизации является аббревиатура, особенно аббревиатура инициального типа и аббревиатура – усечение. Наиболее «аббревируемыми» являются такие темы как болезнь (15) и война (9). Эвфемизмы в данном случае помогают носителям английской культуры не только звучать пристойно, но и снять социальное напряжение и успокоить общественное мнение.

5. Довольно большое количество эвфемизмов образуется путем заимствования слов из других языков, преимущественно, латинского, французского и греческого. Всего отмечено 34 заимствованных слова. Больше всего заимствованных слов приходится на такие темы как болезнь (10), выделительная система человека (6) и секс (4). Выбор этих тем, очевидно, объясняется страхом или чувством презрливости перед болезнью, а также стремлением к соблюдению приличий и благозвучию речи.

Хотя объем проанализированного материала сравнительно небольшой (728 словарных статей), он позволяет представить довольно целостную картину явления эвфемизации в современном английском языке, а также некоторые тенденции в словообразовательном процессе. Кроме того, анализ словаря такого типа представляет для нас огромную важность и практический интерес еще и потому, что в отечественной лексикографии практически отсутствует традиция составления словарей эвфемизмов.

1. Ахманова О.С. «Эвфемизм»// Словарь лингвистических терминов. М., 1966, С.521.
2. J.S. Neaman and C.G. Silver The Wordsworth Book of Euphemisms: The hilarious Guide to the Unmentionable. NY, 1995.
3. Joseph M. Williams Origins of the English Language. New York, 1957/ pp.202-203.

УДК 801:316

Мифологема “империя” в языковом сознании современного американца

Карданова К.С.

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого

Мифологема в самом общем виде получают определение образов и ассоциаций, которые свойственны данной языковой личности как носителю определенной культуры и представителю конкретного этноса; они конфессионально характеризованы. Иерархию мифологем можно представить следующим образом: универсальные (Бог/God, Вера/Faith, Паства/Congregation, Дух/Spirit, Любовь/Love) – исконно религиозные мифологема; “общественно-политические” (Партия/Party, Лидер/Leader, Общество/Society); “бытовые”, во многом перекликающиеся с “личностными” (Семья/Family, Дом/Home, Любовь/Love (к семье, близкому человеку и т.п.) и др. Языковое сознание пронизано мифологемами, человек живет ими на протяжении всей своей истории. Они конструируют его менталитет, и в то же время проявляют языковую компетенцию. Это проявление может происходить по-разному – эксплицитно (в виде слов, выражений, интонационного рисунка фразы, грамматических конструкций) или имплицитно.

Для современного американца в силу именно общественно-политических событий последнего десятилетия особо актуальной становится мифологема “ИМПЕРИЯ”. На ее внедрение и продвижение направлены СМИ, реклама, кинематограф, политические кампании. Несмотря на свою недавнюю второстепенность, эта мифологема в США постепенно переходит в разряд универсальных, канонизируется, коррелируя со многими другими религиозными представлениями и образами. В ее основе лежат следующие идеи:

1. Империя может быть только **одна**: сосуществование сверхдержав невозможно. Так, президент Буш подчеркивает в своей речи приоритет США над другими государствами, акцентируя лидирующее положение Америки в мире: *Fighting back tears, Bush vows that America will «lead the world to victory» over terrorism in a struggle he termed the first war of the 21st century (www.september11news.com).*

2. Империя стремится к мировому господству, **расширению своих границ**. Ее доминирование прослеживается не только при обсуждении международных вопросов, но и при решении внутренних проблем отдельных государств: *President Jean-Bertrand Aristide left Haiti at dawn today, resigning under intense pressure from the United States, according to Haitian and American officials (NY Times, Feb. 29, 2004).*

3. Империя воспринимает свое вмешательство в политическую жизнь других государств как **акт благотворительности**, помощь “старшего брата”: *The offer had been seen by the administration as a gesture of American concern for Iran at a time when the United States has declared that some — but not all — of Iran's recent actions have been positive and could lead to a resumption of dialogue to improve relations (NY Times, Jan. 3, 2004).*

4. Империя не признает оттенков: мир строго поляризован по принципу “**добро-зло**”. Она ассоциирует себя только с положительным полюсом, в то время как ее противники – безусловное “зло”: *Like North Korea, another member of the «axis of evil» proclaimed by Mr. Bush, Iran has bedeviled the administration by what American officials regard as its erratic behavior — occasionally supportive on some matters but unrepentant on backing Islamic militant organizations and on its nuclear ambitions (NY Times, Jan. 3, 2004).*

5. Лидеры – это “пастыри, проповедники”, наделенные властью свыше. Возможно, отсюда следует столь частое упоминание слова “**pray**” (“молиться”) по отношению к главам империи: *President Bush addressed the nation, saying “thousands of lives were suddenly ended by evil” and asks for prayers for the families and friends of Tuesday's victims. (www.CNN.com, Sept. 11, 2001).* Ср. также: *Senator John Edwards leaned into pews to greet potential voters as he campaigned Saturday at Tabernacle Baptist Church in Augusta, Ga (NY Times, Feb. 29, 2004).*

Им же присуща вера в то, что именно они знают чаяния своей “паствы”: *Many Dean supporters already have lined up behind him, and «we're moving forward» with their help, Edwards told a rally in Atlanta's Fox Theater. «All of us believe we need real change» (USA Today, Feb.29, 2004).*

6. Для служителей империи характерно осознание своего избранничества, миссионерского призвания: *«I am convinced that we can prove to the American people that we know how to make them safer and more secure with a stronger,*

more comprehensive and more effective strategy for winning the war on terror than the Bush administration has ever envisioned.» Kerry said in remarks prepared for delivery at the University of California at Los Angeles (USA Today, Feb. 29, 2004); Bush directs U.S. military forces to «be ready» for the gathering battle: «The hour is coming when America will act and you will make us proud»(www.september11news.com).

Интересно, что в сознании современных американцев внедряется прямая аналогия с Крестовыми походами, несущими истинную веру в “варварские” земли: *President Bush pledges «crusade» to «rid the world of evil-doers.» brushes off reported Osama bin Laden denial (www.september11news.com).*

“Имперское” сознание – антипод демократического. Однако нельзя не признать его доминирующего положения в современном американском обществе. Мифологема “ИМПЕРИЯ” выдвигается в языковом сознании американца начала XXI века на первый план, и самым активным ее проводником является язык.

УДК 820-3.18:830-3.18

Библейская фразеология и культура речи

Киселев С.А.

Поморский государственный университет им М.В.Ломоносова

Изучение различных типов дискурса свидетельствует о том, что в практике современной английской речи носителю языка трудно обойтись без таких устойчивых сочетаний слов фразеологического характера, как *forbidden fruit* [Genesis III, 6-17] – запретный плод, a *doubting Thomas* [John XX, 24-25] – Фома неверующий, *daily bread* [Matthew VI, 11] – хлеб насущный, *the apple of one's eye* [Psalms XVII, 8] – зеница ока, *to carry the cross* [Matthew X, 38] – нести свой крест, a *voice crying in the wilderness* [Isaiah XL, 3] – глас вопиющего в пустыне, *the prodigal son* [Luke XV, 13-21] – блудный сын, *to hide one's light under a bushel* [Matthew V, 15] – зарывать свой талант в землю, *to remove mountains* [1 Corinthians XIII, 2] – сдвинуть горы, *to take back one's words* [Jeremiah XV, 16] – взять свои слова обратно, и многие другие. Все они вошли в активную речь из Библии, точнее из переводов Библии с древнееврейского языка на английский, равно как и на другие языки христианской культуры.

Анализ письменной речи современного англичанина показывает также, что она характеризуется употреблением большого количества фразеологизмов библейского происхождения, например: *to sow tares among somebody's wheat* [Matthew XIII, 25] – посеять плевелы среди пшеницы, т.е. тайно навредить кому-либо; *to cast one's bread upon the waters* [Ecclesiastes XI, 1] – отпустить свой хлеб по водам, т.е. делать добро, не ожидая благодарности; *to divide (to separate) the sheep from the goats* [Matthew XXV, 32-33] – отделить овец от козлиц, т.е. отделить вредное от полезного, плохое от хорошего, читаем, например: "I wish I had a brain like yours," said Lord Ickenham. "What an amazing thing, I suppose you could walk down a line of people, giving each of them a quick glance and separate the sheep from the goats..." (P.G.Wodehouse, "Uncle Fred in the Springtime").

Библейские фразеологизмы представляют собой богатый материал для обучения культуре иноязычной речи, так как они несут в себе большой этический потенциал, осуждая зло, с одной стороны, и неизменно прославляя добрые дела и поступки. Так, например, целый ряд фразеологических единиц библейского происхождения выражает отрицательное отношение к безудержной власти денег, именуя их презренным металлом – *filthy lucre* [Titus I, 7], златым тельцом – a *molten calf* [Exodus XXXII, 8], маммоной неправедности – *the mammon of unrighteousness* [Luke XVI, 9], корнем всех пороков – *the root of all evil* [1 Timothy VI, 10], и др. С другой стороны, осуждая поклонение золотому тельцу и воспитывая философское отношение к богатству, библейская фразеология обращает наше внимание на приоритет духовных ценностей в жизни по отношению к материальным, прославляет честность помыслов и чистоту побуждений, готовность к самоотречению и к самопожертвованию: *man cannot live by bread alone* [Matthew IV, 4] – не хлебом единым жив человек, *clean hands* [Psalms XXIII, 4] – чистые руки, т.е. незапятнанность, честность, *to lay down one's life* [John XV, 13] – отдать свою жизнь, т.е. умирать во имя чего-либо, и др.

Библейская фразеология играет особую роль интегранта в культуре общения и потому, что ее межъязыковые эквиваленты вошли, благодаря переводам Библии с древнееврейского языка, практически во все языки, связанные с христианской культурой. Приведем лишь несколько примеров из наиболее распространенных современных европейских языков: а) англ. *to build one's house upon the sand* [Matthew VII, 26], нем. *sein Haus auf den Sand bauen* [Matthäus VII, 26], швед. *bygga sit hus på sand* [Matteusevangeliet VII, 26], рус. построить свой дом на песке [Евангелие от Матфея VII, 26], т.е. основывать что-либо на очень шатких, ненадежных данных; б) англ. *wash one's hands of something* [Matthew XXVII, 24], нем. *seine Hände in Unschuld waschen* [Matthäus XXVII, 24], швед. *två sina händer* [Matteusevangeliet], рус. умывать руки [Евангелие от Матфея XXVII, 24], т.е. снимать с себя ответственность за что-либо, и мн. др.

В культуре речи особое значение имеет овладение коммуникативными ФЕ, т.е. пословичными фразеологизмами: *Pride goes before a fall* [Proverbs XVI, 18] – Гордыня до добра не доведет; *No man can serve two masters* [Matthew VI, 24] – Нельзя служить двум господам сразу; *A prophet is not without honour, save in his own country* [Matthew XIII, 57] – Нет пророка в своем отечестве; и др.

Дискурсивную валидность библейских пословиц трудно переоценить, т.к.: а) пословичные фразеологизмы характеризуются признаком компликативности, т.е. специфическим осложнением семантической структуры, отражающим в них результаты познавательной деятельности человека, б) все пословицы библейского происхождения отличаются ситуативной образностью и, следовательно, обладают нелимитированным экспрессивно-оценочным потенциалом.

УДК 803.0-3(082)

Ономасиологические аспекты аббревиации в немецком разговорном языке

Кныш О.М.

Тверской государственный университет

Анализ немецкой и русской лингвистической литературы выявил многообразие подходов к классификации аббревиатур. На их основе в ходе исследования была предложена обобщенная классификация аббревиатур немецкой разговорной речи. В качестве основных типов коллоквиальных сокращенных единиц были выделены усеченные слова, аббревиатуры инициального типа, слоговые сокращения и неполные аббревиатуры, в рамках которых были выявлены соответствующие подтипы.

Корпус исследования был сформирован в результате сплошной выборки сокращенных единиц из словарей немецкого разговорного языка Х. Кюппера, В.Д. Девкина и ряда других лексикографических источников, в итоге он consta-вил 367 коллоквиальных сокращенных единиц.

Анализ структурных параметров сокращенных единиц корпуса исследова-ния позволил установить, что в немецкой разговорной лексике преобладают усеченные слова (57%) (*der Narzi←Narziss*) и аббревиатуры инициального типа (31%)

(SS ← Stromlinienstrolch 'rücksichtslos fahrender Besitzer des Luxusautos'), небольшой процент составляют слоговые сокращения (8%) (der Biko ← billiger Korn) и неполные аббревиатуры (2%) (die E-Musik ← ernste Musik).

Анализ семантических параметров сокращённых единиц корпуса исследования позволили классифицировать их по объекту номинации и по понятийной /ономасиологической/ сфере. В классификации по понятийной сфере номинации ведущую позицию занимают сфера образования, военная проблематика и свободное время. Численное превосходство сокращённых единиц, относящихся к этим сферам, можно объяснить тем, что разговорный язык пополняется за счёт молодежной и солдатской лексики. Свободное время имеет отношение почти ко всем членам языкового коллектива, в то время как отдельные сферы номинации касаются определённого круга лиц.

Первую позицию в классификации по объекту номинации занимает группа обозначения лиц. Мы общаемся каждый день, при этом мы можем говорить о людях, которые отсутствуют в момент речи, об их занятиях, внешнем виде, привычках, давать им оценку. Судя по корпусу исследования, именно человек находится в центре повседневной коммуникации. Другие тематические группы могут косвенно указывать на приоритетные темы при общении.

Носитель языка употребляет аббревиатуру, когда он уверен, что другой участник акта коммуникации сумеет распознать в сокращённой единице её нередуцированный форматив, то есть если лексическая единица часто употребляется носителями языка или отдельной группой. Если аббревиации подвергаются актуальные для немецкого языкового коллектива единицы, то анализ ономасиологических аспектов аббревиатур немецкой разговорной речи показывает, какие сферы жизни, какие понятия больше всего волнуют немцев, о чём они говорят чаще всего в повседневном обиходе.

УДК: 800:159

Экспериментальное исследование особенностей понимания трансформированных крылатых слов носителями языка

Кожина Е.А.

Тверской государственный университет

К феномену крылатых слов (далее – КС) обращались многие исследователи (О.В. Беркова [1], С.Е. Михайлова [4], С.Г. Шулежкова [5] и др.), однако по некоторым вопросам у ученых до сих пор нет единого мнения.

Нами было проведено экспериментальное исследование, целью которого являлось изучение особенностей идентификации КС носителями русского языка и установление того, как «живое» понимание исследуемых единиц соотносится со словарными трактовками.

В качестве материала для исследования нами были выбраны КС в исходной и трансформированной формах из газетно-публицистических текстов за 2000-2002 гг. Анализ фактического материала показал, что яркой особенностью газет «нового времени» являются смысловые и структурные модификации, которые создают различные коммуникативно-стилистические эффекты.

Теоретической основой для исследования послужила психолингвистическая теория слова, а также концепция специфика функционирования индивидуального знания, разработанные А.А. Залевской [3].

Как показал эксперимент, значение КС подвижно, т.е. оно может как приобретать новые оттенки значения, так и утрачивать их. КС связаны с источником происхождения, однако в некоторых случаях незнание точного источника происхождения не мешало определить значение КС верно. Таким образом, знание источника КС представляется фактором субъективным.

Установлены некоторые особенности КС, как особой группы прецедентных феноменов. КС принадлежат к категории прецедентных феноменов, но в то же время обнаруживают свои особенности. За каждым КС стоит национально детерминированное минимизированное представление [2], общее для всех членов данного лингвокультурного сообщества, что, однако не исключает вариативности личностных смыслов.

Метод эксперимента позволил частично проникнуть вглубь сознания реципиентов и установить некоторые закономерности идентификации КС носителями языка, зафиксировать которые словарные источники не в состоянии. Результаты экспериментального исследования показали, что в некоторых случаях признаки, актуальные для носителей языка, не указываются в словарных статьях.

1. Беркова О.В. К определению понятия «крылатое слово» // *Общая стилистика: теоретические и прикладные аспекты*: Сб. науч. тр., Калинин, 1990. - С.100 – 110.
2. Гудков Д.Б. Прецедентные феномены в языковом сознании и межкультурной коммуникации: Автореф. ... докт. филол. наук. – М., 1999. – 43 с.
3. Залевская А.А. *Индивидуальное знание: специфика и принципы функционирования*. – Тверь, 1992. - 137 с.
4. Михайлова С.Е. Особенности понимания крылатых слов современными носителями языка: Автореф. ... канд. филол. наук. – Тверь, 2003. – 18 с.
5. Шулежкова С.Г. *Крылатые выражения русского языка, их источники и развитие*. – М., 2002. - 282 с.

УДК 81-13; 811 11; 81 232; 81 243; 001 83 (100)

Концептуальная метафора времени в современном английском языке (изменения в концепте времени)

Коннова М. Н.

Калининградский государственный университет

Базовая темпоральная концептосфера не статична. Входящие в нее концепты времени и их признаки меняются в зависимости от культурно-исторических условий, отражая социально-культурный опыт языкового сообщества.

Истинное понимание времени как невосполнимой духовной ценности приходит в англоязычное сообщество с принятием христианства. В рамках концептуальной метафоры ВРЕМЯ – ДАР БОЖИЙ (TIME IS THE GIFT OF GOD) время человеческой жизни воспринимается не как личное достояние человека, но как данное, посланное, как милость Божия (ср. "A moment of time is a moment of mercy", "Go day, come day, God send Sunday").

Возникшая в XVI веке и ставшая к концу XVIII века конвенциональной в англо-американском социуме метафора ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ (TIME IS MONEY) делает возможным категоризацию времени в рамках экономической модели. На протяжении XIX века этот сдвиг стимулируется увеличением ценности времени сугубо в денежном эквиваленте в промышленности – как следствие прямой зависимости увеличения дохода предприятия от уменьшения временных затрат на производство единицы продукции. Впоследствии субстанциональная модель распространяется во всем обществе и к середине XX века времени становится доминирующей в языковой картине времени англо-американского

языкового сообщества. Время теряет свою непреходящую ценность невосполнимого нематериального достояния, данного человеку для выполнения определенного долга, и становится товаром (“commodification of time”).

Сегодня языковые реализации концептуальной метафоры ВРЕМЯ – ДАР БОЖИЙ составляют 1,3% американских пословиц, посвященных времени, и отсутствуют в выборке из англоязычных журналов последних пяти лет. Для сравнения – 12% временных метафор являются реализациями концептуальной метафоры ВРЕМЯ – ДЕНЬГИ.

В ходе исследования процессов, происходящих в системе концептуальных метафор современного английского языка, нами выявлен ряд изменений. Наряду с концептуализацией времени как товара метафорические образы времени черпаются из таких источниковых доменов, как пространство, живые существа, предметы, движущиеся объекты, вместе с тем природные явления, процессы, еда.

В последнее время в результате стремительного развития компьютерных систем и новейших технологий появляются и становятся все более частотными языковые реализации новой концептуальной метафоры ВРЕМЯ–ВИРТУАЛЬНАЯ СУЩНОСТЬ (TIME IS A VIRTUAL ENTITY). В рамках данной метафорической модели базисная категория времени меняется, метафоризация времени происходит на основе метонимической связи с новым денотатом (техническим явлением перехода компьютерных систем в новое тысячелетие). В результате появляются новые концепты, обладающие высокой регулярностью, такие как Y2K, the year 2000, millennium. В них онтологическая категория времени одновременно обозначает техническое явление.

В рамках традиционных концептуальных метафор «виртуальность» является наиболее регулярной новой концептуальной характеристикой времени. На языковом уровне данная характеристика выражается прилагательными и существительными, которые относятся к лексическому полю компьютерных систем и сочетаются с лексемами темпоральной семантики: digital (age), algebraic (era), (time) online, e- (future).

Наряду с воздействием компьютерных технологий, изменения в системе концептуальных метафор времени происходят под влиянием открытий в области математики и физики, а также их «интерпретаций» в научной фантастике – многочисленных художественных произведений о «машине времени». В результате в рамках концептуальной метафоры TIME IS A MOVING OBJECT появляется новая характеристика «обратимость движения времени» (to reverse the years).

Вследствие «уплотнения» и ужесточения рабочего графика, а также ускорения темпа жизни содержание концепта времени приобретает новую характеристику «плотность» в рамках концептуальной метафоры TIME IS A CONTAINER, где время, заполняемое событиями, осмысливается как узкая ограниченная емкость (time slots). Одновременно в противовес увеличивающемуся давлению и стрессу особую «качественную» ценность приобретает личное время, проводимое с семьей и детьми (“quality time”).

В результате проведенного анализа изменений, происходящих в системе концептуальных метафор времени в обыденном сознании носителей английского языка, мы пришли к выводу, что в процессе формирования современной концептосферы времени прослеживается сдвиг от нравственного полюса в отношении ко времени в сторону полюса потребления.

УДК 800

Возможности использования теории фреймов в процессе перевода

Кривцова М.С.

Якутский государственный университет

На современном этапе развития мирового сообщества перевод, несомненно, является одним из важнейших источников взаимодействия культур. Всякий перевод традиционно представляется в виде двухаспектной речевой деятельности – понимания оригинального текста и порождения текста перевода.

Когнитивная наука предлагает нам новые подходы к предпереводческому анализу текста. Одним из них является теория фреймов (от англ. frame-рамка, каркас) М. Минского, в соответствии с которой процесс мышления человека основан на наличии в его памяти каким-то образом материализованного огромного набора разнообразных фреймов, с помощью которых человек осознаёт зрительные образы (фреймы визуальных образов), понимает слова (семантические фреймы), рассуждения, действия (фреймы-сценарии), повествования (фреймы-рассказы) и т.д.; каждый фрейм связан с конкретным концептуальным объектом памяти, и информацией, получаемой из мира действительности. Таким образом, фреймы и сценарии – это стереотипные, присущие какой-либо культуре ситуации, накапливающиеся и хранящиеся в нашей памяти [3].

Фрейм можно представить себе в виде сети, состоящей из узлов и связей между ними; каждый узел должен быть заполнен своим «заданием», представляющим собой те или иные характерные черты ситуации, которой он соответствует. Узлы фрейма, принадлежащие к верхним уровням, представляют собой более общие вещи, которые всегда справедливы в отношении предполагаемой ситуации. Эти узлы уже заполнены своими заданиями. Узлы нижних уровней по большей части не заполнены своими заданиями. Такие незаполненные узлы называют слотами. Они должны быть заполнены конкретными данными, представляющими собой их возможные задания в процессе приспособления фрейма к конкретной ситуации из того класса ситуаций, который представляет данный фрейм. Ознакомившись в ходе нашей работы с мнениями различных исследователей, мы можем сделать вывод о существовании трёх типов фрейма, существенных для интерпретации текста при переводе:

- семантический фрейм (фрейм-слово);
- сценарный фрейм (фрейм-ситуация);
- текстовый фрейм (фрейм-интерпретация);

На уровне слова использование теории фреймов возможно, например, при выборе слова из синонимического ряда. Перед переводчиком в этом случае стоит задача соотнесения когнитивных моделей, сконцентрированных в фокусе фреймов оригинального текста и языка, на который осуществляется перевод [1]. На уровне ситуации теория фреймов представляется перспективной для более верной расшифровки и передачи так называемых «референтных ситуаций» [2], заложенных в авторском тексте, а также открывает новые возможности передачи безэквивалентных ситуаций. В когнитивно-семантической модели перевода реализуется третий уровень нашей классификации – использование теории фреймов для воспроизведения глубинных связей текста; при этом переводчику необходимо распознать глобальные фреймы, заложенные автором в текст оригинала, и адекватно воспроизвести их в переводе, для того чтобы читатель смог наиболее верно интерпретировать авторский замысел.

Так, в рассказе Г.Г. Маркеса «Самый красивый утопленник в мире» нами было выделено три основных текстовых фрейма – фрейм похорон, фрейм свадьбы и фрейм смерти и воскресения Иисуса Христа, основанный на библейских аллюзиях. Два первых фрейма переплетаются между собой за счёт наличия в них общих слотов, позволяя тем самым автору вести игру с читательским восприятием; далее становится очевидным, что эти фреймы являются частью более глобального фрейма на библейскую тему, который вбирает в себя практически все их слоты. Таким образом, мы можем наблюдать троичное наложение фреймов в рамках одного слота; этот приём позволяет автору мастерски сместить

привычные для нас акценты распределения реального и нереального, переключая читательское сознание с традиционного фреймового сценария на нетипичный.

В анализируемых нами вариантах перевода рассказа степень сохранения фреймовой семантики оригинала неодинакова: в переводе Р. Германа она сохранена полностью, тогда как в переводе С. Сальниковой и П. Шебшаевича частично утрачена за счёт неполной передачи отдельных слотов рассматриваемых нами фреймов, а также полного отсутствия слотов в тексте перевода. Последнее, на наш взгляд, объясняется недостаточным уровнем когнитивного опыта переводчиков и, несомненно, затрудняет читательское восприятие авторского замысла.

1. Буданова Е.А. Проблема когнитивно-лингвистических моделей переводных эквивалентов в условиях диалога культур // Сб. научн. трудов / Актуальные проблемы межкультурной коммуникации / МГЛУ. 1999. Вып. 444. С. 15-24.

2. Гарбовский Н.К. Герменевтический аспект перевода: типология ошибок понимания оригинального текста // Сб. научн. трудов / Лингвистика и межкультурная коммуникация / Вестник МГУ. 2002. № 1. С. 19.

3. Филипенко Т.В. Внутренняя форма идиом в когнитивной перспективе // Сб. научн. трудов / Лингвистика и межкультурная коммуникация / Вестник МГУ. 2001. № 4. С. 84.

УДК: 800:159

Стратегии понимания культурологического компонента фразеологизма

Курешова А.В.

Тверской государственной университет

Фразеологические единицы (далее – ФЕ) возникают на основе образного представления о действительности, отображая культурно-исторический опыт языкового коллектива, связанный с его традициями [2]. Отражение обиходно-эмпирического опыта характерно для фразеологизмов-идиом, в составе которых имеются названия предметов материальной культуры. Прослеживаются исторические основы ФЕ, ставших достоянием национального самосознания социума: «*The American Dream in Living Color*» (Newsweek. 02.10.2000) как «американская мечта» для среднего американца иметь свой дом, хорошую работу и постоянный доход. Культурный компонент может быть включен в ФЕ из различных сфер жизни народа [1]. Интерпретация ФЕ на основе соотнесения ассоциативно-образного восприятия с ментальными стереотипами раскрывает их культурно-национальный характер, являющийся содержанием культурных коннотаций. ФЕ включаются в синхронно действующую систему культурно-национального понимания, а транслируя культурные артефакты из поколения в поколение, «навязывают» это миропонимание носителям языка, участвуют в формировании отдельной личности и языкового коллектива в целом. На базе изучения «культурной памяти» ФЕ можно исследовать своеобразие миропонимания народов – носителя языка [2].

В проведенном эксперименте принимали участие носители языка (американский вариант английского языка) и студенты факультета ИЯ и МК, изучающие английский язык как иностранный, т.е. находящиеся в условиях учебного билингвизма. Выдвинутая гипотеза предполагала, что в процессе идентификации иноязычного фразеологизма как раздельнооформленной единицы косвенной номинации [3] в условиях учебного двуязычия индивид осознанно или непроизвольно опирается на значения составляющих ФЕ компонентов. Идет идентификация данных компонентов в качестве слов свободного употребления с одновременной актуализацией устойчивых вербально-ассоциативных связей родного языка. Задачей эксперимента было подтвердить или опровергнуть тот факт, что идентификация ФЕ английского языка с культурно-национальной маркированностью представляет определенную трудность для неносителей языка. Целью исследования было выявить и описать основные стратегии идентификации ФЕ. По результатам полученных данных было установлено: для билингов представляет трудность раскрыть и установить культурно-национальный характер ФЕ английского языка; наименьшие трудности при идентификации представляли те ФЕ, которые характеризуются тождественностью / близостью с ФЕ родного языка. Ассоциативная природа значения таких единиц не нарушает привычные схемы родного языка: «*The Forbidden Fruit*» (Newsweek. 10.11.2002) – «запретный плод сладок». Наибольшие трудности для идентификации представляли ФЕ, характеризующиеся низкими значениями коэффициентов субъективной известности и понятности. Большая часть этих ФЕ не имеет коррелирующих ФЕ, тождественных или близких пар по образной основе: «*Bulls and Bears of 2001*» (Newsweek. 10.11.2002) – «быки и медведи».

Из универсальных стратегий для рассмотренных ФЕ оказались:

мотивирующая [3];

неверная идентификация с опорой на слово: «*Our Lingua Franca*» (Newsweek. 10.11.2002) – «французский язык»

отказ от дефиниции.

Реализация этих стратегий обусловлена спецификой экспериментального материала: отсутствием семантически тождественных ФЕ в родном языке; включением культурной коннотации в ФЕ; принадлежностью данных единиц другой культуре и языку. Носители языка успешнее справились с заданием; таким образом, подтвердилось наше предположение о том, что фразеологический состав языка способен воздействовать на формирование менталитета в рамках определенного социума как лингвокультурной общности. Основная задача исследования культурно-национальных особенностей ФЕ состоит в том, чтобы выявить характер связи фразеологического состава языка с мировидением народа.

1. Гак В.Г. «Фразеорефлексы в культурологическом аспекте» // *Филологические науки*, 1995, № 4, С. 48-50.

2. Телия В.Н. Русская фразеология. М., 1996, с. 284.

3. Шумилина О.С. Стратегии идентификации иноязычных фразеологических единиц. Дис. ... канд. филол. наук. Тверь, 1997, с. 173.

Язык французского анекдота

Лейнвебер Л.Ф.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Понятие «анекдот» трактуется во французской культуре иначе, чем в русской. Во французском языке ему соответствуют понятия «*conte facétieux*» и «*histoire drole*». Оба представляют собой выдуманную историю с реальными или вымышленными персонажами. Conte facétieux – этнический анекдот преимущественно XVIII-XIX вв., его относят к фольклорным жанрам, histoire drole – современный французский анекдот (здесь и далее слово «анекдот» намеренно используется в широком смысле и лишь для простоты понимания).

В работе предпринята попытка реконструировать национальную картину мира (посредством особенностей юмористического общения, типичных для французов) на основании языковых реалий. За основу взят семиотический план действия и следующие его аспекты: семантика, прагматика, синтактика и сигматика французского анекдота

Семантический аспект юмора состоит в обыгрывании различных несоответствий предметно-понятийного характера, прагматический аспект сводится к нормативно-оценочным и ситуативно-выводным обыгрываниям, синтаксический аспект комического выражается как обыгрывание на уровне предложения, искажение нормативной структуры фразы, сигматический – как обыгрывание формы знака.

Так, замечено, что в современном французском анекдоте и в *conte facetieux* юмористическое обыгрывание осуществляется на разных семиотических позициях. В *conte facetieux* юмор рождается предпочтительно из противопоставления принятого в обществе для обозначения того или иного понятия (предмета) значения реально не существующему (семантический уровень), в современном французском анекдоте доминантой являются обыгрывания на уровне формы знака (сигматика слова) и реже на уровне предложения (синтаксический уровень). На уровне прагматики обыгрывания встречаются в обоих случаях. Однако лингвистические образы, создающие комический эффект, основаны на разных фреймовых ассоциациях. В первом случае такие образы создаются преимущественно по принципу асимметрии, оппозиции. Во втором – проекции и асимметрии.

Кроме того, существует различие между *contes facetieux* и современными французскими анекдотами на уровне тематики. Первые демонстрируют специфичные, **региональные** явления французской культуры, для вторых, отражающих стабильные явления культуры, характерна большая **глобализация**. К примеру, в текстах XVIII-XIX вв. осмеиваются чаще всего комичные ситуации, возникающие в церкви между кюре и прихожанами, на народных празднествах, церемониях, за столом, во время ритуалов, в замках, а также в гротах и в лесу. Фантастические сюжеты заимствованы ими из народного фольклора. Это связано, в первую очередь, с высокой назидательной ролью *contes* и специфичностью ситуаций, в которых их рассказывали.

Современные же анекдоты характеризуются большой степенью универсальности тем: отношения внутри семьи, секс, еда, работа и т.д. Французский юмор пополнился целым рядом новых анекдотов этнической, политической, экологической, космической и др. тематик, что легко объясняется вертикальными изменениями (сменой реалий), затронувшими страну.

УДК 378.147:802.0

Использование цветных опор-символов при обучении говорению на английском языке детей дошкольного возраста

Лигерсу М.А.

Кемеровский государственный университет

Обучение говорению играет важнейшую роль на начальном этапе обучения иностранному языку, так как дети дошкольного возраста еще не мыслят аналитически, а запоминают речевые образцы непроизвольно.

Целью нашего исследования является определение возможностей использования цветных опор-символов, как вида наглядности, при обучении говорению.

В дошкольном возрасте ребенок достигает довольно высокого уровня восприятия отдельных внешних свойств вещей и способен решать практические и познавательные задачи, представленные в наглядно-образной форме. [1] Чем меньше дети, тем большую роль играет чувственное восприятие. Тем самым нужно уделять огромное внимание интенсивности эмоционального фона обучения.

Окружающий мир детей полон волшебных красок, необычных цветов, сказочных изображений. Что, как ни цвет, может повлиять на эмоционально-чувственную сферу ребенка.

Практика показывает, что наглядный материал способствует большей активизации умственной деятельности учащихся в ходе урока, улучшению усвоения обрабатываемого материала.

Символическое изображение слов и даже словосочетаний широко используется в обучении иноязычному говорению. Функциональное значение символа в обучении иностранному языку выступает средством концентрации воспринимаемого материала. [3]

Проведенные эксперименты [2] подтвердили, что ряд физиологических показателей состояния испытуемого закономерным образом изменяется в зависимости от того, на какой цвет он смотрит. Г. Фрилинг [4] расширил диапазон цветовой гаммы и использовал комбинацию из двух цветов.

В представленной методике лексические значения эмоционально-оценочных прилагательных были соединены со значениями, которые передают сочетания неполярных цветовых пар. Например, сочетание «желтый – красный»: насыщенная луминозность, радостная теплота, соответствует значению прилагательного «great», «темно-коричневый – синий»: бескомпромиссность, - значению «awful».

Детям предлагается познакомиться с «гостями». На картинках изображены человечки, раскрашенные в различные цвета, соответствующие значению прилагательного. У каждого «гостя» есть собственное имя, в данном случае, это эмоционально-оценочное прилагательное, Mr. Sad, Mr. Fine, Miss Amazing, Miss Fantastic и т.д.

Для большей эффективности предлагаем параллельно с опорами-символами использовать стихотворные рифмовки, содержащие имя «гостя» на английском языке и его эквивалент на русском.

Следует отметить, что эмоциональность урока обеспечивается содержательной стороной учебного материала (эмоционально-оценочные прилагательные), формами работы над ними (знакомство с «гостями», заучивание и воспроизведение веселых стихотворений-рифмовок), а также ассоциативными связями учебного материала (цветовая символика) с переживаемыми на уроке эмоциональными состояниями, образованию которых служит соответствующая фоновая информация.

Таким образом, применение данной методики на практике показало, что на уроке создается эмоциональный контекст, что впоследствии предполагает мыслительную деятельность учащихся, помогает ребенку достаточно быстро вспомнить заученные слова и затем грамотно использовать их в речи.

1. Возрастная и педагогическая психология (под ред. Профессора Петровского А.В.). М., 1991.
2. Руководство по использованию восьмицветового теста Люшера // Серия «Библиотека практического психолога». Выпуск №1. М., 1999. С. 3-4.
3. Сергеева О.Е. Использование символов в работе с дошкольниками для формирования лексических и первичных грамматических умений в иностранном языке // Иностранные языки в школе. 2002. №6. С.52-53.
4. Фрилинг Г. Человек-цвет-пространство. М., 1973. С. 48-49.

Метод построения ассоциативного лексико-синтаксического комментария как способ устного обучения лексике английского языка.

Литвинова Е. А.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

При обучении новой лексике весьма насущной проблемой представляется проблема мотивации, т.к., не заинтересовав учащихся, преподавателю не удастся добиться успеха – т.е. запоминания, удержания в памяти и употребления учащимися как можно большего количества единиц новой лексики. Несомненно также, что в процессе усвоения незнакомых слов, помимо первого важнейшего компонента – мотивации, не менее важным является многократное повторение слов. Предлагаемый нами метод подачи новой лексики охватывает оба указанных выше аспекта: мотивацию и повторение новых слов. Преподаватель предлагает учащимся новые слова с переводом (записывая их на доске или надиктовывая их). При этом каждое слово сопровождается обязательным лексико-синтаксическим комментарием, цель которого – привлечь внимание данной группы учащихся к определенному слову, вызвать интерес и мотивировать его запоминание и последующее использование. Мы стремимся максимально расширить поле ассоциативных связей учащихся, создать как можно большее количество параллелей между лексическими единицами как изучаемого языка, так и изучаемого и родного языка. Наша задача состоит в образовании наибольшего количества связей между уже известными и новыми словами; то, чего мы стараемся избегать – это оставить слово неохваченным сетью этимологических, культурных, лингвистических связей.

Мы предлагаем включать в данный лексико-синтаксический комментарий в первую очередь:

1. сложные слова (одним из корней которого является данное слово);
2. широко используемые в настоящее время устойчивые словосочетания;
3. идиоматические выражения;
4. пословицы и поговорки;
5. распространенные высказывания или цитаты (которые не должны быть длиннее одного короткого предложения);
6. названия книг, фильмов, мультфильмов и т.д.;
7. синонимы, антонимы;
8. дериваты.

Здесь необходимо подчеркнуть, что лексико-синтаксический комментарий должен не только отвечать уровню владения языком, но и интересам данного контингента обучаемых. Если обучаемые находятся на низком уровне владения английским языком, то наиболее приемлемыми единицами комментария являются сложные слова, дериваты и названия фильмов, в то время, как на высоком уровне будет более приемлемым использование синонимов, антонимов и даже дефиниций на изучаемом языке.

Отметим, что в некоторых учебниках, как школьных, так и университетских, новые слова сопровождаются обширным лексическим комментарием. Так, в словарную статью могут входить несколько значений данного слова, словосочетания или предложения, иллюстрирующие его употребление в речи. Однако часто происходит так, что подобный способ подачи новых слов не гарантирует того, что учащиеся уделят им достаточное внимание и что лексический комментарий окажется для них интересным настолько, что мотивирует запоминание новых слов.

Наш метод в основном нацелен на то, чтобы немедленно привлечь внимание обучаемых к новой лексической единице, вызвать ее запоминание и многократно повторить эту единицу в последующем лексическом комментарии. Так как метод в основном сосредотачивается на устной подаче нового лексического материала, в его рамках не рекомендуется использование длинных предложений, т.к. учащимся сложно воспринимать их на слух.

Таким образом, предлагаемый метод стимулирует не один, а два вида памяти: автоматическую (при повторении нового слова в лексико-синтаксическом комментарии) и ассоциативную (content-addressable) память.

В 2003-2004 в МГУ им. М.В. Ломоносова проводился эксперимент по обучению лексике студентов первого и второго курсов биологического факультета и факультета наук о материалах, показавший, что те студенты, при обучении которых использовался лексико-синтаксический комментарий, овладели новым лексическим материалом в большем объеме, чем остальные и могли переводить и воспроизводить новую лексику более полно.

1. G. Hopkins, T. W. Bean, Vocabulary Learning With the Verbal-Visual Word Association Strategy in a Native American Community // *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 2001, N4, c.274-281
2. Teaching Ideas // *Reading teacher*, 2001, N7, c.658-662
3. R. T. Elliot, A. A. Adepoju, First language words as extra-stimulus prompts in learning second language vocabulary // *IRAL: International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 2001, N4, c.237-248.

УДК 81'1:802.0

Когнитивный ноль и его языковые репрезентанты

Литвинцева Т.И.

Кемеровский государственный университет

Целью настоящего исследования является изучение репрезентантов зоны когнитивного нуля в английском языке на материале двух перцептивных модальностей – зрительной и аудиальной. В зрительном модусе исследуются градуальные по своей семантике субмодусы размера и света.

В первую очередь в языке представлена объективная действительность, но наряду с этим язык отражает взаимодействие человека с действительностью. Отражение мира строится на принципе пиков: при восприятии человеком действительности обычно выделяются аномальные явления, т.к. они отличаются от привычного, от фонового, они информативны [1]. Наличие нормальных и аномальных явлений обуславливает способность и стремление человеческой психики к градуированию.

Градуирование предполагает шкалирование, распределение понятий по зонам «нейтральной», «ниже нормы», «выше нормы» [2]. Когнитивный ноль соответствует нейтральной зоне. Он может выражаться эксплицитно, т.е. с помощью градуальных прилагательных (например, для обозначения медиума размера - medium, average, middle-sized, standard, normal, для обозначения медиума звука – low, moderate, middle-pitched). Однако не во всех множествах нейтральная зона имеет эксплицитное выражение (не имеет такого выражения категория света). К имплицитным способам выражения когнитивного нуля относятся следующие [3]:

- 1) отрицание альтернатив: например в категории размерности - neither thick, nor thin; в категории света – neither bright, nor dark;
- 2) отрицание одного из экстремумов: в категории размерности – not high, not wide; в категории света – not dark, not clear;
- 3) оценка цели: в категории света – almost gloomy, almost bright; в категории звука – almost loud, almost silent;

4) градуированная оценка цели: в категории размерности – rather deep than shallow; в категории света – rather light than dark; в категории звука – rather quiet than loud;

5) расположение посередине: в категории света – between bright and dark, в категории звука – between boisterous and faint;

6) таксономическая лексика: в категории размерности – skyscraper, giant, kiwi; в категории света – night, fog; в категории звука – whisper, mutter, yell, roar.

В ходе исследования нами было установлено, что наиболее последовательно и полно когнитивный ноль выражается в категории размерности. Когнитивный ноль категории света имеет довольно широкое выражение описательными способами: эксплицитно он не выражен. Несмотря на то, что модус слуха является градуальным и что звуковые параметры, по сравнению с другими модусами, распределяются в большое число оппозиций, когнитивный ноль в данной категории выражается слабо: возможность применения описательных методов его выражения мала.

Таким образом, когнитивный ноль представлен в языке слабо, т.к. человеческая психика отражает, прежде всего, аномалии, т.е. новое, необычное, индивидуальное, а не акцентирует внимание на обыденном, привычном, стандартном. Тем не менее, изучение его языковых репрезентантов представляется очень важным для современной науки о языке, поскольку когнитивный ноль (медиум признака) лежит в основе семантики большого количества градуальных атрибутов. Следовательно, исследование способов языкового выражения когнитивного ноля поможет не только глубже изучить семантические особенности перцептивной лексики, но и описать некоторые существенные особенности восприятия мира и его кодирования в терминах языка.

1. Арутюнова Н.Д., «Аномалии и язык: к проблеме языковой картины мира» // *Вопросы языкознания*, 1987, №3, С. 3-19.

2. Почепцов О.С., «Языковая ментальность: способ представления мира» // *Вопросы языкознания*, 1990, №6, С. 110-122.

3. Сэпир Э., «Градуирование» // *Новое в зарубежной лингвистике*, 1985, -Вып. XVI, С. 43-78.

УДК: 800:159

Гетерогенный текст: что это такое?

Лиштван М.А.

Тверской государственный университет

Ряд исследований, посвященных анализу гетерогенных текстов (далее – ГТ), свидетельствует о возросшем интересе к изучению текстов такого типа. Сегодня можно смело говорить о заметном повышении роли гетерогенных произведений в культуре XX века, их проникновении во все сферы жизни человека. К ГТ относят тексты наглядной агитации и пропаганды (афиши, плакаты, рекламы), кинотексты, тексты СМИ (телетексты, тексты печатных СМИ, виртуальные электронные тексты) и комиксы, т.е. тексты, в структурировании которых задействованы коды разных знаковых систем, прежде всего средства вербального и иконического кодов. Эти тексты изучаются в аспекте психолингвистики, семиотики, теории массовой коммуникации. Актуальность нашей работы обусловлена ролью текстов в жизни человека вообще и недостаточной разработанностью проблемы эффективности воздействия ГТ на реципиента. Цель работы заключается в определении специфики гетерогенного текста. В связи с этим были поставлены следующие задачи: выявить специфические свойства ГТ, рассмотреть возможность использования ГТ в различных сферах. ГТ как сложное семантическое и семиотическое образование характеризуется рядом свойств, к числу которых относятся: гибридность [1], взаимовлияние вербалики и невербалики, информативность, полиинформативность, связность, цельность, композиционная завершенность, членимость, однозначность, высокая интерпретативность, избыточность, эмотивность, стилистическое единство, динамика (замысла, смысла, языковых средств и взаимоотношений текста и аудитории). В данном случае под интерпретативностью понимается возможность извлечь из сообщения много смыслов, в зависимости от индивидуальных особенностей реципиента, что противопоставляет ее многозначности. Под полиинформативностью понимается наличие в ГТ нескольких информационных рядов: буквенного текста, параграфики и графики [2].

ГТ рассчитан на максимальную эффективность восприятия, поэтому соположение визуальных и вербальных компонентов должно являть собой иерархичный порядок их следования, размерного соотношения, пространственного расположения и красочности. Это обеспечивает реципиенту возможность вычленять смысловую доминанту текста. В ГТ может быть реализована одна из трех моделей расположения невербальных компонентов в графическом пространстве относительно друг друга и вербального компонента: модель довербального расположения визуального компонента, модель внутривербальной локализации полисемиотической структуры и модель взаимопроникновения невербальных компонентов. С помощью ГТ передаются различные виды сообщений: информационно-публицистические, документальные, художественные, научно-популярные и образовательные. В условиях хронических информационных перегрузок мозг утрачивает способность адекватно воспринимать и перерабатывать всю поступающую информацию. Своеобразие процесса включения гетерогенной информации в концептуальную картину мира индивида обусловлено одновременным, целенаправленным воздействием вербального и пиктографического текстов, коррелирующихся в «кадре». В процессах восприятия, понимания и запоминания играет роль не столько полнота двух видов информации, сколько их взаимодействие, позволяющее выявить и акцентировать ключевые моменты, вне зависимости от того, как они были представлены первоначально. При этом simultaneity воздействия разнородных составляющих ГТ облегчает процесс усвоения информации [3]. ГТ являются особыми лингво-визуальными феноменами, характеризующимися визуальной, структурной, композиционной и логической целостностью вербального и изобразительного компонентов и используемые как эффективное средство воздействия. Анализ комиксов на французском и английском языках, представленных в учебных пособиях и рассчитанных на разновозрастных реципиентов, показал, что ГТ участвуют в номенклатуре текстов наряду с гомогенными вербальными и могут использоваться в различных целях при обучении.

1. Анисимова Е.Е. О гибридности текста (на материале немецкой листовки) // *Грамматика и речевая коммуникация*, М., 1992, вып. 401. С. 4 – 11.

2. Козлов Е.В. Коммуникативность комикса (в текстуальном и семиотическом аспектах): Автореф. дис. канд. филол. наук. – Волгоград, 1999, 19 с.

3. Сонин А.Г. Модель концепта в психолингвистическом анализе комикса // *Текст: структура и функционирование*, Барнаул, 2000, вып. 4. С. 43 – 48.

Мифологизм как основа фантастической литературы XX века

Ломакова А.В.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Мифы хранят коллективный исторический опыт каждой нации, что позволяет идентифицировать себя и четко отличать от других. Миф задает социальные и культурные границы и упорядочивает жизнь людей. В настоящее время в мире активно возрождается интерес к мифу и, следовательно, к корням и истокам народа. Особенно это характерно для народов, живущих в многонациональных государствах, в особенности для США, так как это государство в период своего образования не имело общей для всех людей истории и мифологии. Поэтому неудивительно стремление американских писателей и ученых создать свою мифологию, которая объединила бы всех проживающих на территории страны людей, дала бы им основу для дальнейшего развития и жизни. Современный интерес к мифу объясняется еще и тем, что в связи с наблюдающимся в мире процессом глобализации культуры, проявляется и противоположная тенденция народов к сохранению своей идентичности, попытка противостоять внешнему влиянию чужеродной культуры через апелляцию к своему прошлому, сохранившемуся в мифологии [2]. Такая апелляция нашла свое выражение не только в этнической литературе, но также и в фантастической: в литературе фэнтези и в научной фантастике.

Не смотря на отсутствие единогласия касательно определения жанра фэнтези, все исследователи сходятся на том, что базу этого литературного жанра составляют мифы и легенды народов мира, библейские мифы, рыцарский и готический роман, элементы утопии и литературной сказки. Многие в своих исследованиях обращаются к английскому писателю Д.Р.П.Толкиену, который в своем эссе «О волшебных историях» дал подробный анализ своего творческого метода создания волшебных историй-фэнтези. В этой же работе он показал взаимосвязь, существующую между мифом, волшебной сказкой и фантазией автора, говоря, что фэнтези – это разновидность словесного искусства, где фантазия закреплена в слове [1]. Американская писательница У.Ле Гуин называет фантазию и литературу фэнтези «переводом», так как они переводит бессознательные образы (архетипы) в понятные словесные формы [3]. Эти архетипы хранятся в подсознании человека, в мифах и сказках, поэтому неудивительно, что все авторы фэнтези используют мифологические сюжеты и мотивы (путешествие, волшебные помощники и предметы и т.д.) в своих произведениях. Кроме того, У.Ле Гуин отмечает, что миф помогает человеку соединить сознание и бессознательное, дать ему пространство для общения с другими людьми не только на рациональном, но и на эмоциональном уровне [4]. Самый большой источник для заимствования сюжетов и мотивов представляет собой скандинавская и кельтская мифология в особенности, так как создателями жанра фэнтези считаются англосаксы, которые и продолжают до сих пор в нем доминировать.

Способность творить миф является неотъемлемой чертой человеческого мышления, поэтому она находит выражение и в научной фантастике в виде определенных мифологических моделей и структур, хотя считалось, что этот литературный жанр не использует материал мифа. Патриция Уоррик, американская исследовательница, отмечает, что особенностью мифотворчества в научной фантастике является то, что авторы рассматривают старые проблемы с новой, «технологической» точки зрения человека будущего. Мифологические модели в данных произведениях так же содержат в себе элементы классических мифов, и их целью является подготовить человека увидеть и принять новое в мире, установить отношения с ним и определить свои действия в будущем. Среди наиболее часто встречающихся в научной фантастике моделей она выделяет следующие: путешествие героя, пространственно-временная модель мира (хронотоп), концепт «чужого», модель города и некоторые мифологические архетипы [5]. Научная фантастика является «мифологией современности», поскольку поднимает серьезные проблемы настоящего и будущего на уровне мифа и архетипа, давая богатый материал для размышления.

1. Толкиен Д.Р.П., О волшебных историях. // Толкиен Д.Р.П. *Сильмариллион*. М., 2000, с.419-498.
2. Шнирельман В.А., Миф о прошлом и национализм. // *Популярная литература: Опыт современного культурного мифотворчества в Америке и России*. М., 2003, с.68-79.
3. Le Guin U. From Elfland to Poughkeepsie. // Le Guin U. *The Language of the Night: Essays on Fantasy and Science Fiction*. NY., 1979, p.83-96.
4. Le Guin U. Myth and Archetype in Science Fiction. // Le Guin U. *The Language of the Night: Essays on Fantasy and Science Fiction*. NY., 1979, p.73-81.
5. *Science Fiction: Contemporary Mythology. The SFWA-SFRA anthology* / Eds. P.Warrick, M.H.Greenberg, J.Olander. NY., 1978, p.476

УДК 81.27

Культурная коннотация идиом

Мазаев А.М.

Пятигорский государственный лингвистический университет

Фразеологизмы возникают в национальных языках на основе такого образного представления действительности, которое, отображает обиходно-эмпирический, исторический или духовный опыт языкового коллектива, который, безусловно, связан с его культурными традициями, ибо субъект номинации и речевой деятельности – это всегда субъект национальной культуры.

«В языке закрепляются и фразеологизируются именно те образные выражения, которые ассоциируются с культурно-национальными эталонами, стереотипами, мифологемами и т.п. и которые при употреблении в речи воспроизводят характерный для той или иной лингвокультурной общности менталитет» [1]. Способом указания на эту специфику является интерпретация образного основания в знаковом культурно-национальном «пространстве» данного языкового общества, т.е. соотношения образа, выраженного в буквальном прочтении фразеологизма, с эталонами, стереотипами, мифологемами и установками культуры, что и составляет содержание культурной коннотации.

В целом ряде случаев впечатление культурно значимой информации в план содержания фразеологизмов может быть выявлено только на достаточно представительных массивах идеографических полей, таких, как «свойства лица», «поведение», «чувства», «интеллектуальные способности» и т.п. Именно на фоне таких группировок может быть обнаружена базовая метафора, служащая посредником между языковой и культурной компетенцией носителей языка.

Для ряда идиом, носящих так называемый архетипический характер, механизм культурной интерпретации образного основания идиом может быть уточнен. Мы полагаем, что он состоит в соотношении образа в его прямом значении с архетипическими образами, т.е. с образами, значимыми для данной культуры, благодаря которым передается культурный опыт и «базовое» представление о мире, присущее данной лингвокультурной общности.

За каждым архетипом скрывается представление о мире, существующее в данной культурной общности, например, смысловая символика сторон света «востока» и «запада», а также других оппозиций, попадающих в этот ряд (верх – низ; правый – левый; мужской – женский; свой – чужой и т.п.) определяется тем, что с востоком связаны представления об изначальности, жизненности, свете, справедливости, а с западом – смертности, завершенности, нечистоты,

несправедливости (ср. *высокие - низкие мысли, чувства; быть на седьмом небе от счастья – упасть духом; быть на высоте положения – низко пасть*).

Архетипическими по своей сути можно считать и образы, связанные с мифологическими сюжетами (так, например, существуют поверья, о том, что «нечисть» живет в болотах), а также восходящие к религиозным сюжетам (*нести свой крест, испить чашу до дна*). Связь этих образов с архетипами сознания мы усматриваем в том, что они включают в себя символы (типа «крест», «чаша»), мотивационно - образное основание которых награждает «вещи» свойствами архетипов, т.е. первообразов, лежащих в основе моделей мира, отражаемых в дискурсах разных типов (мифологического, христианского, литературного и даже политического) и принимаемых «на веру».

К числу идиом, в образах которых сохраняется архетипический характер, можно отнести и идиомы, берущие свое происхождение в обрядовой практике, также имеющиеся в своем составе «квазисимволы» (например, *как рукой сняло; кровь заговорила, сердце надрыгается; mind one's eye; get it into one's head; pull smb's leg*), идиомы, включающие соматизмы (*голубая кровь, вострить зубы; the glad eye; a firm hand*), идиомы, характеризующие личностные и поведенческие качества человека на основе зооморфизма (например, *белая ворона; волк в овечьей шкуре; obstinate as a mule; light as a butterfly*) [2].

Благодаря «архетипическому ключу» уже заключенному в образном основании идиом, эти образы способны соотноситься с глубинными структурами психики.

Образы, лежащие в основании приведенных выше идиом, обеспечивают построение общего, идентичного для носителей языка культурного пространства, которое является условием адекватного общения представителей данной лингвокультурной общности.

Итак, если фразеологизм обладает культурно – национальной спецификой, то она должна, по нашему мнению, иметь свое средство воплощения в знаковую организацию. Таким средством воплощения культурно – национальной специфики фразеологизмов служит образное основание, а способом указания является интерпретация образного основания в знаковом культурно – национальном «пространстве» данного языкового сообщества.

1. Телия В.Н. Русская фразеология: Семантический, прагматический и лингвокультурологические аспекты. - М., 1996, с. 158.

2. Черных П.Я. Историко-этимологический словарь русского языка: 13560 слов. В 2-х томах. - М., 1993.

УДК 81.27

Семантическое поле фразеологических единиц, обозначающих понятие «подлость»

Мазаева А.Ю.

Пятигорский государственный лингвистический университет

Исследуемые фразеологические единицы семантического поля «подлость» в английском и русском языках, описывая определенные исторические события, особенности быта, своеобразное отношение к флоре и фауне, ярко и колоритно отражают национально-культурное своеобразие народа двух стран.

В ряде фразеологизмов обоих языков «подлость», являясь одним из самых больших пороков человеческой природы, выражается посредством языкового символа – черного цвета, как олицетворения всего злого и жестокого, что есть в мире:

paint smb. black – стараться очернить к.-л.;
коли душа **черна**, так и мылом не отмоешь.

Презрительный, обличительный эмоциональный оттенок имеют ФЕ обоих языков “*dirty dog*», “*dirty work*», “*грязные мысли*», “*сверху ясно, снизу грязно*», при прочтении внутренней формы которых возникает образ пошлого, грубого, отвратительного в речах и помыслах человека.

В основе внутренней формы некоторых ФЕ английского языка находится лексема «back», при помощи которой раскрывается само понятие «подлость», т.е. подлые люди совершают свои поступки «за чьей-либо спиной»:

behind smb.'s back; stab in the back; hit in the back.

В качестве основания для возникновения ФЕ русского языка «*в ложке воды утопить*» выделяется определенное действие, которое в реальной жизни несет негативную оценку со стороны других людей. В основе рассмотренного фразеологизма лежит эмсема предосудительности, выраженная при помощи слова – усилителя, т.е. по-своему характеру само действие «утопить» уже характеризует крайне негативное отношение, а интенсификатор «ложка» еще больше усиливает образ, передаваемый внутренней формой.

В русском языке существуют ФЕ, имеющие в своем составе компонент, отражающий традиционную флору и фауну. Например, змея в наивной картине мира обозначает понятие с оценкой «-», т.е. несмотря на то, что змея выражает мудрость, тем не менее, сам образ змеи и опасность, которая может возникнуть при встрече с ней, безусловно, вызывают негативное восприятие и отношение. Так, о злом, подлом человеке (чаще о женщине) говорят: «*Змея подколодная!*»

Таким образом, проведенный анализ показал, что ФЕ семантического поля «подлость» в английском и русском языках имеют сходства, выражая идентичные понятия, действия, качества. Но существуют также и отдельные ФЕ, характерные только для данной лингвокультурной общности, в которых отражены категории определенной жизненной философии народа-носителя языка.

1. Державин Н.С. Происхождение русского народа: великорусского, украинского, белорусского. - М.: Сов. Наука, 1944, с. 122.

Представления о смерти у русских и болгар (на материале пословиц и поговорок)

Макарцев М. М.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Когда В.И. Даль заканчивал работу над своим сборником пословиц и поговорок, он сознавал, что это – всего лишь подготовительный этап новой работы. Судя по всему, он предполагал выяснить, «основываясь на пословицах, «что именно народ говорит» о бедности, о доле, о законах, о торговле, о пьянстве»¹.

Наша цель состоит в том, чтобы провести работу такого рода с одним из разделов его сборника и сопоставить результаты с болгарским материалом. В своей работе мы опираемся не только на В.И. Даля, но и на сборники И. М.

¹ В.Аникин. Послесловие к сборнику В. Даля «Пословицы русского народа», стр.394-395.

Снегирева и В. П. Жукова³. Материалом для исследования болгарских пословиц и поговорок послужили издания «Сборник за народни умотворения» и «5000 български пословици и поговорки»⁴.

Мы отбирали пословицы двух типов:

1. Так как понятие «насильственной смерти» вводит слишком большой круг категорий, не характерных для «естественной смерти», мы ограничили поиск пословицами о ненасильственной смерти, смерти по естественным причинам, например: *Родитя човек на смърт, а умрет на живот; Човек куга умре, тогај раатъаса.*

2. Содержащие серьезные обобщения и наблюдения о жизни: *Никто живой предела своего не изведат; Животът е стълба: едни се качват, други слизат.*

Предварительные итоги исследования позволяют сделать ряд выводов (в основу распределения пословиц и поговорок по разделам положена классификация А.А. Руссол⁵, изменённая настолько, насколько этого требовал материал):

1. Если жизнь в основном воспринимается негативно, то к смерти отношение двойственное: примерно одинаковое количество пословиц свидетельствует как о негативном, так и о позитивном отношении к ней.

2. И русские, и болгары сознают всеобщее равенство перед смертью.

3. Как для русского, так и болгарина характерно осознание собственной смерти как отнюдь не уникального явления, «коллективное отношение» к смерти.

4. Смерть неизбежна.

5. Расстояние до смерти невелико и сокращается день ото дня.

6. «Memento mori» – это правило осознают как русские, так и болгары. Для данной категории в русских источниках мы нашли около сорока пословиц, в то время как в болгарских их количество ничтожно мало.

7. Осознание причинно-следственной связи между жизнью и смертью характерно для русских.

8. В разделе, который можно было бы озаглавить как «(не) желание чужой смерти» мы нашли 6 русских пословиц и ни одной болгарской. Видимо, это отражает какие-то специфически русские поверья о том, что «чужой век можно заесть», причем пословицы на эту тему распределяются примерно поровну.

Мы видим, что отношение к смерти болгар и русских во многом похоже. Первые пять категорий практически идентичны. Объяснение этому, как видите нам, надо искать в 1) общем происхождении русских и болгар, 2) их принадлежности к Pax Slavia Orthodoxa.

Расхождения в 6 и 7 пунктах свидетельствуют о большей, чем у болгар, устремленности русских к трансцендентному; о восприятии жизни как хождения пред Лицем Божиим (*Все мы ходим под Богом; Все мы растем под красным солнышком, на Божьей росе*). Психология болгарина оказывается более земной. Причина этому до конца неясна. Ее выяснение – одно из дальнейших направлений исследования.

Традиции русского предпринимательства (на материале произведений И. С. Шмелева)

Матвеева О. А.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Тема предпринимательства в России, его традиций, особенностей и характерных черт приобретает в настоящее время все большую актуальность в связи с происшедшими в российском обществе за последнее десятилетие социальными и экономическими изменениями, в том числе с переходом к рыночной экономике. Автор предполагает рассмотреть религиозные, нравственные и другие основы предпринимательской деятельности в России, уделяя особое внимание культуре управления.

Культура управления рассматривается как совокупность требований, предъявляемых к организации труда, работникам (в том числе и работникам управления, наличие у них необходимых профессиональных и деловых качеств и проч.) обусловленных нормами морали, этики, права, традициями.

Источниками являются автобиографическая повесть «Лето Господне» и статьи о Москве И. С. Шмелева. Большинство исследователей творчества писателя отмечают в основном религиозный аспект его работ. Вместе с тем, в них (особенно в «Лете Господнем») содержатся весьма интересные сведения о нравах купеческого сословия в России конца XIX века (И. С. Шмелев родился и вырос в купеческой замоскворецкой семье), о культурных и религиозно-нравственных основаниях предпринимательской деятельности в России вообще и культуры управления в частности. Интересен и выбранный исторический период: до революции 1917 г. традиции русского предпринимательства еще не были нарушены.

Источник позволяет говорить о следующих традициях в русской культуре управления.

Определяющей в культуре предпринимательства и культуре управления в частности является православная этика. Основа ее – идеал прощения и приоритет духовного над материальным. Как следствие – труд не имеет материального эквивалента, плата за него не является обязательной, возможно ее занижение. Жалование, казалось бы, вполне заслуженное, воспринимается как награда, как особая милость хозяина. Деньги второстепенны, гораздо важнее признание качества выполненной работы, почет, уважение. Труд – это служение высшей, духовной цели, что может находить конкретное выражение в желании служить народу в целом, государству. Именно поэтому так ценятся государственные заказы, самая высокая награда – похвала государя.

В православии узкопрофессиональное мастерство, совершенство в каком-либо одном деле не почиталось добродетелью. У И. С. Шмелева, однако, неоднократно отмечается ценность мастерства. Хозяин даже может простить умелому работнику мелкие прегрешения (обман, пьянство, даже воровство), настоящего мастера своего дела ждет щедрая награда.

Весьма своеобразны этические принципы русской предпринимательской культуры. С одной стороны, ценится ответственность, верность слову, порой даже устной договоренности или просто обещанию: подряд может быть выполнен даже в ущерб себе. Здесь важна не прибыль, а «честь» и репутация. С другой стороны, хозяин не требует от работников абсолютной честности. Так, мелкое воровство не считается большим грехом. Оно считается вполне допустимым по ряду причин: *бедный* работник берет у *богатого* хозяина; отношение к воровству зависит от размера кражи (мелкая как будто и не считается таковой); провинившегося работника можно простить, если он обладает высокими профессиональными качествами. Возможно, такие представления о честности отражают отношение к частной собственности вообще и общинный характер русского самосознания (все общее, все принадлежит всем).

³ Снегирев И. М. Словарь русских пословиц и поговорок. М, 1997. Русские народные пословицы и притчи. М, 1995. В. П. Жуков Словарь русских пословиц и поговорок. М, 1967

⁴ «Сборник за народни умотворения» {X–XV} и «5000 български пословици и поговорки». С., 1969.

⁵ Руссол А.А. Представление русских и испанцев о смерти на материале пословиц и поговорок. // Вестник МГУ, сер. 19, 2001г., №2.

Большое внимание уделяется отношению работодателя и работников. Очень важны взаимопонимание, доверительные отношения, своеобразное уважение хозяина к рабочим, забота о них. Для работников хозяин – больше, чем просто работодатель: он судья, если возникает спор, он подает личный пример. Важен также личный контроль за качеством работы. Должно быть, эти черты определяются коллективизмом русской культуры.

В предпринимательской культуре важна преемственность. И. С. Шмелев упоминает, что дело передается по наследству, хозяйский сын, совсем еще ребенок, уже воспринимается как будущий хозяин. Даже не вводя маленького мальчика в курс дела, ему показывают, как люди работают, рассказывают, как к ним следует относиться и т.д. Высоко ценятся традиции ведения дела, передающиеся из поколения в поколение.

УДК 820-3.18:830-3.18

Английские коммуникативные фразеологические единицы и их варианты

Матюхова О.В.

Поморский государственный университет им. М.В. Ломоносова

В предлагаемой работе излагаются результаты исследования около тысячи пословиц современного английского языка, отобранных методом сплошной выборки из толковых одноязычных и переводных словарей, которые представляют собой, в соответствии с классификацией проф. А.В. Кунина, коммуникативные фразеологические единицы.

Традиционно пословицы принято считать безвариантными единицами, но первичный анализ их контекстуального употребления, приводит к выводу о том, что пословицы современного английского языка обладают различными видами вариантов. Структурно-семантический анализ показывает, что пословицы могут обладать как лексическими, так и грамматическими вариантами.

Пословицы демонстрируют лексическую вариантность тогда, когда одни её специфически употребленные лексемы заменяются какими-либо другими. Чаще всего замене подвергаются те компоненты, которые являются знаменательными частями речи. Наиболее частым изменениям в составе пословиц подвергаются глагольные компоненты. В этой группе лексических вариантов можно выделить несколько подгрупп:

Глагол заменяется другим глаголом, принадлежащим к тому же семантическому полю. Стилистическая окраска может приобретаться пословицами за счёт стилистической окраски варьируемых лексем, напр.: *Don't strike a man when he is down* → *Don't hit a man when he is down* → *Don't kick a man when he is down*; *Rats desert a sinking ship* → *Rats leave a sinking ship* → *Rats forsake a sinking ship*.

Глагол также может заменяться сочетанием с модальным глаголом. В этом случае высказывание приобретает значение долженствования, напр.: *Cut your coat according to your cloth* → *You must cut your coat according to your cloth*; *If you want a thing well done, do it yourself* → *If you want a thing well done, you have to do it yourself*.

Модальный глагол может заменяться другим модальным глаголом, близким по смыслу, но имеющим отличный оттенок значения, напр.: *Caesar's wife should be above suspicion* → *Caesar's wife must be above suspicion*; *Beggars cannot be choosers* → *Beggars must be no choosers*.

Анализируемый материал позволяет определить еще одну многочисленную группу лексических вариантов пословиц, в составе которых заменяется субстантивный компонент. Здесь могут быть выделены две подгруппы:

Существительное заменяется синонимом. В этом случае стилистическая окраска пословицы также может зависеть от варьируемого компонента, напр.: *Every man to his trade* → *Every man to his craft* → *Every man to his business*; *Beauty is in the eye of the gazer* → *Beauty is in the eye of the beholder*.

Существительное заменяется другим существительным, принадлежащим к тому же семантическому полю. В этом случае варьированию могут подвергаться некоторые компоненты пословиц, которые связаны по смыслу с исходным существительным, напр.: *A cock is valiant on his own dunghill* → *A dog is valiant at his own door*; *Better a live ass than a dead lion* → *Better a live dog than a dead lion*.

В составе пословицы могут варьироваться и незначительные части речи, такие как предлоги, союзы, местоимения и артикли, но они не несут какую-либо стилистическую окраску.

Грамматические варианты пословиц, в которых изменены временные формы глагола, степени сравнения прилагательных и т. п. также не имеют стилистической окраски. Однако существуют грамматические варианты, употребление которых является более предпочтительным в той или иной среде. В таких единицах чаще всего заменяется один грамматический способ выражения понятия на другой, при этом смысл понятия не изменяется, напр.: *Speech is silver, silence is gold* → *Speaking is silver, silence is gold*; *You cannot touch pitch and not be defiled* → *You cannot touch pitch without being defiled*.

Наличие различных вариантов пословиц, возникающих при их употреблении в определённом контексте, позволяет судить о том, что пословицы не являются статичными, неразвивающимися единицами. А наличие стилистической окраски тех или иных вариантов доказывает то, что пословицы представляют большую коммуникативную ценность и способны употребляться в различных условиях дискурса.

УДК: 800:159

Феномен контаминации с позиций разных подходов

Медведев А.А.

Тверской государственный университет

Проблема контаминации в языке и речи исследуется лингвистикой уже многие годы, причем подходы к данной проблеме весьма разнообразны. Распространено определение контаминации как соединения (скрещения, смешения) двух языковых единиц, в результате которого появляется новая языковая единица. При этом отмечается структурная, функциональная или семантическая близость начальных единиц, которая делает возможной подобное взаимодействие между ними [2: 238]. Явление контаминации широко распространено как в устной, так и в письменной речи, во всех сферах использования как родного, так и изучаемого иностранного языка. В современном языкознании контаминированные единицы чаще всего рассматриваются как отступление от литературной нормы и как речевая ошибка, случаи приобретения результатами контаминации нормативного характера считаются скорее исключениями из правил. В статье [1] Т.Д. Кузнецова дает обширный обзор трех видов контаминации, выделив контаминацию отдельных слов, контаминацию словосочетаний и словотворчество, близкое к контаминированным или калькированным формам слов. В свете исследований по усвоению второго языка наиболее интересны выделенные в работе примеры квазисинонимов (учет только семантического ядра слов без дифференциации условий употребления – *She remained him 80 pounds*) и конверсивов (замена одного слова другим, выражающим обратное – *Take me the book*; *He gave a deep breath*), а также творческие преобразования и калькированные слова, построенные путем буквального перевода с одного

языка на другой с использованием уже существующих словообразовательных элементов, при которых говорящий стремится образовать слово по аналогии с тем, как это делается в родном языке (например, *hostility* на основании *hostile* и *hospitality*). Примеры речевых ошибок в английском языке (slips of the tongue), близких к контаминации (spoonerisms), приводимые во многих учебниках, каким-то образом «загораживают» студентов, изучающих английский как иностранный: *You have hissed my mystery lectures... In fact, you have tasted the whole worm* [3: 191]. В работе [4] контаминированные фразеологические единицы называются «смешанными идиомами», там же обсуждаются четыре основных механизма их образования: лексический и семантический сдвиг (*like hell hath no fury*), приращение (*boiled down through the prism of*) и стирание вторым элементом контаминации части первого (*to be rolled over like a doormat*). Авторы этой работы утверждают, что число «смешанных идиом» в английском языке неуклонно растет, а также ставят под вопрос распространенное отношение к контаминированным языковым единицам как к ошибкам. Такой подход предполагает, что «смешанные идиомы» не являются заранее запланированными в речи: говорящий использует фразеологические единицы с целью придания высказыванию большей выразительности и избежания в речи двусмысленности. Немалый интерес представляет эстетическая функция контаминации. Во многих случаях начальные элементы контаминированных единиц легко восстанавливаемы, но в семантическом плане результат контаминации не только не является «суммой» значений исходных единиц, но является объектом эстетических эмоций. Из избитых, повседневных слов и выражений встает новый, удивительно красивый, живой образ. Здесь контаминация является, осознанно или неосознанно, манифестацией в речи глубинных связей в сознании авторов. В свете идей, развиваемых в книге [5], представляется необходимым отказаться от подхода к явлению внутриязыковой контаминации как к ошибке. Глубокий когнитивный процесс, называемый авторами книги концептуальным смешением, который, по их мнению, лежит в основе человеческой способности изобретения и творчества, видится тесно связанным с контаминацией в языке и речи.

1. Кузнецова Т.Д. «Психолингвистический анализ ошибок внутриязыковой контаминации» // *Психолингвистические исследования в области лексики и фонетики*. Калинин, 1983. С. 65-72.
2. *Лингвистический энциклопедический словарь* / Под ред. В.Н. Ярцевой. М., 1990, 685 с.
3. Carroll D.W. *Psychology of Language*. 2nd ed. Pacific Grove, 1994, 461 p.
4. Coles F.A., Dyer D.L., Moreton R.L. "The Mixed Idiom: Its Linguistic Dynamics and Psychological Implications" // *Психолингвистические исследования: слово, текст*. Тверь, 1999, С. 100-110.
5. Fauconnier G., Turner M. *The Way We Think*. New York, 2002, 464 p.

УДК 820-3.18:830-3.18

Особенности грамматической структуры английских глагольных фразеологизмов с компонентом *strike*

Мелентьева А.С.

Поморский государственный университет им. М.В. Ломоносова,

Изучая структурные особенности обозначенного ряда фразеологических единиц, мы прежде всего обращаемся к грамматике, исходя из того, что как раз "грамматическая модель является универсальной, так как подавляющее большинство фразеологизмов образовано по грамматическим моделям словосочетаний, предложений и экзоцентрических оборотов (по терминологии Л.Блумфилда), т.е. одновершинных оборотов (по терминологии А.И.Смирницкого)" [1].

Целью данной работы является исследование грамматической структуры наиболее распространенных фразеологизмов в современном английском языке с компонентом *strike* и выяснение границ фразеологического потенциала этого глагола. Предметом данного исследования послужили около полутора сотен глагольных фразеологизмов современного английского языка с названным компонентом.

В своем исследовании мы исходим из фразеологической концепции проф. А.В.Кунина и опираемся на предложенный им метод фразеологической идентификации [2]. При изучении структурных моделей избранной группы фразеологических единиц мы опираемся на теорию фразеологических моделей, разработанную В.М.Савицким [3]. В понимании лингвистического статуса компонента фразеологической единицы следуем за проф. Т.Н. Федуленковой [4].

Результаты структурного анализа изучаемого языкового материала позволяют утверждать, что одной из наиболее распространенных структур изучаемых фразеологизмов является двухкомпонентная глагольно-субстантивная модель с константной зависимостью компонентного состава: **V + N**. Фразеологические единицы с константной зависимостью представлены следующими фразеологизмами: *strike oil* – преуспеть, достичь успеха; *strike fire* – задеть за живое; *strike bottom* – опуститься, деградировать; *strike home* – попасть в цель; и др., например:

"He lounged forward, but his blow *did not strike home*".

Довольно частотной в современной английской фразеологии является также двухкомпонентная беспредложная модель, представленная глагольными фразеологическими единицами с константной и константно-вариантной зависимостью компонентов: **V + (d) + N**.

Фразеологизмы с константно-вариантной зависимостью компонентов составляют немногочисленный ряд: *strike the eye / strike to the eye* – бросаться в глаза, привлекать внимание; *strike an attitude / strike a most noble attitude* – принимать театральную позу.

Фразеологические единицы с константной зависимостью компонентов представлены фразеологизмами: *strike a blow* – повредить; *strike the beam* – потерпеть неудачу; и др.

Другие наиболее распространенные модели могут быть представлены в следующем виде: **V + θ 's + N**, **V + d + Adj + N**, **V + Prep + N**.

Изучение английских фразеологизмов с компонентом *strike* показывает активность глагола *strike* в сфере фразеологии.

Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. М., 1996, с. 86.

Там же, с. 38-43.

Савицкий В.М. Аспекты теории фразеологических моделей. Самара, 1993, с.5-65.

Федуленкова Т.Н. Английская фразеология: Курс лекций. Архангельск, 2000, с. 3-28.

Концепция истории в литературе постмодернизма

Месянжинова А.В.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Постмодернистские романы отличаются характерными двусмысленностью и недосказанностью, авторы оставляют поставленные вопросы открытыми, что позволяет читателю по-своему видеть и трактовать тот или иной факт, по желанию изменять хронологию событий. Множество постмодернистских романов произрастает на исторической почве. Основным отличием от литературы реализма является то, что факты и реалии истории вольно интерпретируются авторами, которые создают таким образом свою *собственную историю* и различные литературные мистификации. В отличие от реалистов, постмодернисты не воспроизводят исторические события, а свободно соединяют их с легендами, мифами и элементами фантастики. В литературе постмодернизма сосуществуют различные исторические и мифологические времена. Известный роман Милорада Павича «Хазарский словарь» ярко иллюстрирует постмодернистскую концепцию истории. Тематика произведения – события, связанные с «хазарской полемикой». Автор называет свой роман «вторым, реконструированным и дополненным» изданием словаря Иоаннеса Даубманнуса, уничтоженного еще в 1691 году. Словарная часть романа состоит из трех «книг», представляющих собой христианские, исламские и еврейские источники о хазарском вопросе. Писатель не склоняется к определенной версии о принадлежности хазар к одной из религий, а предоставляет читателю условную возможность выбора. Так автор признается в мистификациях, используемых при создании романа. Отличить фантастику от истории в романе практически невозможно. Например, гарем кагана, его летняя и зимняя резиденции, черные и белые хазары и т. д. – все это выглядит фантастично, но может соответствовать историческим фактам. Свой интерес к «синтезу» исторических времен, а также сочетанию исторического материала и мифологии автор объясняет так: «Я не вижу разницы между прошлым и будущим. Если вы стоите на определенной позиции, вы будете чувствовать и прошлое и будущее» [3, 258].

Творчество Джулиана Барнса также демонстрирует характерную для постмодернизма концепцию истории. В романе «История мира в 10 ½ главах» автор предлагает свою версию библейского сюжета о потопе. На примере этого романа просматривается отношение постмодернистов к официальной историографии. Не только малоисследованные и вызывающие сомнения события истории, но и общепринятые мнения об исторических фактах превращаются на страницах произведений в кусочки постмодернистской мозаики, мифологизируются. В роман включены исторические документы (рукописи, письма и т. п.), достоверность которых сам автор подвергает сомнению. Он полагает, что общепринятая, официальная точка зрения, изложенная в исторических документах, так же субъективна, как и любая другая версия. «Предлагая вариант, писатель переводит существующую истину в разряд вымысла; общепринятая интерпретация событий является в романе лишь одной из возможных версий, но... ни один из предложенных вариантов не заменяет ее» [4, 268]. Читателю и в этом случае предоставляется возможность выбора в игре, которую ведет с ним писатель. Людям, «воспринимающим историю как прогресс определенных идей... Барнс противопоставляет собственное видение и прошлого, и современности: идет ли речь о мифологических временах или об эпохе электронных коммуникаций, перед нами все тот же абсурдный коллаж, где властвует чистая произвольность соединения несочетаемых вещей и лишь нелогичные ситуации имеют свойство повторяться раз за разом» [1, 229]

1. Зверев А., Послесловие к роману Д. Барнса «История мира в 10 ½ главах» // *Иностранная литература*, 1994, N 1, С. 229-231.

2. Павич М., *Хазарский словарь*. СПб.: Азбука, 2000.

3. Романова А., «Архипелаг Павич». Беседа с М. Павичем и Я. Михайлович // *Иностранная литература*, 2002, N 2, С.254-259.

4. Тарасова Е., «Хамелеон британской литературы» // *Иностранная литература*, 2002, N 7, С. 265-269.

УДК 820-3.18:830-3.18

Виды первичной фразеологизации устойчивых оборотов с компонентом *get*

Мидякова Т.Л.

Поморский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Данная работа является результатом компонентного анализа около пятисот наиболее распространенных в современном английском языке глагольных фразеологических единиц. Теоретической базой исследования является фразеологическая концепция проф. А.В. Кунина [1] и разработанная им теория образования фразеологических единиц. Известно, что основными способами образования фразеологических единиц являются первичная и вторичная фразеологизация. Предметом нашего изучения являются основные случаи первичной фразеологизации оборотов с компонентом *get*, которые заключаются в следующих семантических преобразованиях:

1. Переосмысление переменных сочетаний слов: *get into hot water* - разг. попасть в беду (преим. по своей вине), "влипнуть", запутаться (букв. войти в горячую воду); *get into deep water(s)* – попасть в тяжелое, затруднительное или опасное положение (букв. войти в глубокую воду); *get the pink slip* – получить уведомление об увольнении (букв. получить розовый листок); *get the gaff* – амер. жарг. получить нагоняй; *get a down on smb.* – таить злобу против кого-л; *get smb. cold* – амер. разг. распоряжаться кем-л., например:

"Patton sighed. 'He hadn't thought to have given me a break like that,' he said. **Get me cold.**" (R. Chandler, "The Lady in the Lake").

В связи с переосмыслением значений и многократным использованием переменных сочетаний слов, фразеологические единицы становятся более устойчивыми.

2. Переосмысление устойчивых словосочетаний нефразеологического характера. Как подчеркивает А.В. Кунин, устойчивые сочетания нефразеологического характера очень часто переосмысляются, а именно терминологические словосочетания употребляются в буквальном значении: *get into smb's clutches* – попасть в чьи-л. лапы; *get smb. off the hook* – амер. разг. выручить кого-л. из беды; освободить от ответственности за что-л.; *get up in the world* – выйти в люди; преуспевать; *get on smb's nerves* – действовать кому-л. на нервы; *get a sight of smb.* – аметить кого-л. (или что-л.) ~ попасть на глаза:

"I'm going to **get you off the hook**," Mason told him. 'How? By letting you tell me everything you know.' (S. Gardner, "The Case of the Daring Decoy").

"Yes, Willis is no fool; he'll **get on in the world.**" (J. Lindsay, "All on the Never – Never").

3. Возникновение фразеологических единиц, минуя стадию переменного сочетания слов. В современном английском языке значительное количество фразеологических единиц образуется, минуя стадию переменного сочетания слов, например: *get smb. on the raw* – задеть кого-л. за живое; *get one's wish* – получить то, что желаешь; *get off cheap(ly)* – дешево отделаться; *get by the short hairs* – разг. держать кого-л. в подчинении, в ежовых рукавицах, командовать кем-л., держать (мужа) под башмаком; *get one's hand in* – разг. набить руку, освоиться. Наиболее часто это явление встречается у фразеологических единиц, в основе которых лежит нереальный образ. Отмечаем, что такие ФЕ часто

носят юмористический характер, например: get up on one's hind legs – 1) вставать на дыбы, воспротивиться, заупрямиться; прийти в ярость [букв. встать на дыбы (о лошади)]; 2) *шутл.* подняться, чтобы произнести речь.

Подводя итоги нашим наблюдениям, отмечаем, что основными видами первичной фразеологизации оборотов с компонентом get являются переосмысление переменных сочетаний, переосмысление устойчивых словосочетаний нефразеологического характера, и возникновение фразеологических единиц, минуя стадию переменного сочетания слов.

1. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. М., 1996, с.29-45.

«Основные трансформации при переводе текстов письменной коммерческой коммуникации с немецкого языка на русский (на примере типа текста «контракт»)»

Михайлова Ю.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Официально-деловой стиль, одним из речевых жанров которого является контракт, выделяется среди книжных стилей языка своей относительной устойчивостью и замкнутостью. Эти особенности необходимо учитывать при переводе внешнеторговых контрактов. Для достижения наиболее качественного перевода следует решить следующие задачи:

1) Определить особенности перевода данного типа текста, связанные с его функционально-стилистическими характеристиками. Язык контракта изобилует устойчивыми словосочетаниями и клишированными выражениями. Деятельность переводчика регламентируется не только традиционными правилами и приемами перевода, но и деловыми стандартами переводного языка, выраженными устойчивыми словосочетаниями нефразеологического характера (словосочетания неидеоматического характера, но обладающие довольно высокой степенью устойчивости и, в силу этого, применяемые носителями языка как готовые единицы, а не создаваемые при каждом конкретном употреблении). Данные словосочетания широко используются в текстах контрактов и служат оформлению типичных ситуаций, например, словосочетание „ab Werk“, употребляемое для описания условий поставки товара может переводиться на русский язык только выражением „с завода“.

2) Выделить основные приемы, используемые при переводе текстов деловой корреспонденции. Выбор приемов или трансформаций при переводе внешнеторгового контракта обуславливается языковыми особенностями исходного языка и переводного языка. Для немецкого языка вообще и для текстов официально-делового стиля в частности характерно активное употребление сложных слов, которые при переводе на русский язык неизбежно превращаются в словосочетания, предложные конструкции, конструкции с распространенными определениями, например, немецкое сложное существительное „die Auslieferungstermin“ трансформируется при переводе на русский язык в словосочетание „срок поставки товара“, а „Warenursprungszeugnis“ - в „сертификат происхождения товара“.

3) Найти типичные ошибки при переводе текста внешнеторгового контракта; Наличие устойчивых словосочетаний (описанных в пункте 1) в текстах ИЯ и существование соответствующих эквивалентов в ПЯ, безусловно, облегчают деятельность переводчика. Однако незнание их может привести к серьезным переводческим ошибкам, недопустимым особенно в таких документах, как внешнеторговый контракт, содержание и назначение которого регламентирует взаимоотношения разнорациональных партнеров, и разночтения в тексте которого могут привести к серьезным финансовым потерям для одной из сторон. Контракт относится к разряду наиболее регламентированных документов и важнейшим требованием, предъявляемым к языку этого документа, является требование точности изложения информации, а соответственно и точности перевода. Текст перевода, допускающий неоднозначное восприятие своего содержания, определяется как информационно неточный и может привести к организационным неурядицам, дезориентировать исполнителей, открыть лазейки для махинаций.

4) Предложить оптимальные варианты перевода отдельных позиций текста контракта.

Социокультурный компонент рекламного текста при переводе с английского языка на русский

Михаленко Т.М.

Костромской государственной университет им. Н.А.Некрасова

Исследователи рекламы едины во мнении, что она зародилась как средство коммуникации, которое было обусловлено потребностью общества в закреплении и передаче духовного опыта. С развитием форм межличностной коммуникации реклама действует как ответ на потребность человека в передаче духовно-ценностных отношений [1].

Сегодня реклама завоевывает пространство и время, связывая в единую сеть самые отдаленные уголки земного шара. Огромный охват широких аудиторий, технологический прогресс превращают рекламу в важный фактор, «трансформирующий» всю систему духовного наследия [2]. На современном этапе развития общества реклама является не только определенной системой представления объектов, программирующей потребителя на приобретение того или иного товара, но и своеобразным идеологическим кодом, выстраивающим систему символических ценностей: социальных, моральных, политических, семейных [3]. С помощью конкретных лексических форм, уникального звучания рекламный текст транслирует определенные образы и установки. Однако, образы и установки, использованные в рекламе, близкие и понятные потребителям в США, не могут эффективно воздействовать на российского потребителя. Поэтому становится очевидной необходимость изучения рекламных текстов в социокультурном аспекте. Рекламные тексты, являясь одним из важнейших средств массовой коммуникации, наиболее однозначно, хотя часто и примитивно, передают стереотипные представления, шкалу ценностей нации [4].

Современные реалии заставляют более внимательно относиться также и к переводу рекламных текстов. Единого решения проблемы перевода рекламных сообщений на русский язык не существует. Насыщенность языковой части рекламы разнообразными средствами выразительности вовсе не служит гарантией успеха. Отличительным признаком удачного перевода является гармоничное соединение основной рекламной идеи с теми средствами выразительности, которые ей соответствуют в большей степени. Это выражается, в частности, в нахождении той единственно верной тональности рекламного обращения, которая придает тексту особую энергетику, усиливая его воздействие на массовую аудиторию. Кроме того, при переводе рекламных текстов в исходный текст необходимо внести определенные поправки с учетом социокультурных и психолингвистических особенностей адресата. Таким образом, перевод рекламного текста при изменении словесной формы должен быть, вместе с тем, точно передан по смыслу и поэтому точно понят читателем.

1. Чаган Н.Ф. Реклама в социокультурном пространстве: традиции и современность //Маркетинг в России и за рубежом, 2000.-№2, с.7;
2. Федорова Л.Н. Реклама в социоинформационном пространстве: социологические эссе.-М.: Московское рекламное обозрение, 1996, с.45;
3. Вугман А. Этнокультурные особенности восприятия рекламного текста// Лаборатория рекламы, маркетинга и Public Relations, 2002, с.13;
4. Анисимова Е.Е. Россия между Западом и Востоком (социокультурная ориентация общества и ее отражение в современных рекламных текстах)// Перевод: язык и культура, 2000, с.123;
5. Швейцер А.Д. Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты. –М: Наука, 1988, с.75;
6. Коммисаров В.М. Слово о переводе.-М.: Международные отношения, 1973, с. 136.

Ирландская иммиграция в Северную Америку в период с 30-х гг. XIX в. до начала XX в. Особенности интеграции

Новикова В.И.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Одной из особенностей американского общества периода массовой иммиграции была следующая закономерность: иммигранты каждой последующей волны, занимая низшие позиции, позволяли представителям предыдущих иммиграционных потоков подняться по социальной лестнице. Однако ирландские иммигранты стали исключением из этого правила.

Не смотря на то, что в Америке традиционно, начиная с заселения первых английских колоний, было достаточно ощутимое ирландское присутствие (по переписи 1790 г. 9,4 % всего европейского населения составляли ирландцы²²), с точки зрения американцев ирландские иммигранты представляли собой массу нищих, грязных, безграмотных людей, которые являются нежелательным элементом в их стране.

Для того чтобы понять, чем было вызвано столь негативное отношение, следует, прежде всего, обратиться к предыстории англо-ирландских отношений и положению ирландцев в Англии.

Завоевание Ирландии началось в конце XII в. и продолжалось до 1801 года, когда по Англо-ирландской унии это государство окончательно утратило все остатки автономии и вошло в состав Великобритании. В конце XVII в., после разгрома ирландцев, поддержавших опального короля Якова II, вышли первые, так называемые «карательные законы» (penal laws). Согласно этим законам католическое подавляющее большинство населения Ирландии (более 90%) объявлялось враждебным и опасным для интересов протестантов Великобритании. Отрицательное отношение к ирландскому народу стало нормой для англичан, которая впоследствии нашла свое отражение в словосочетании, закрепившемся в английском языке для названия ирландцев - “the common enemy”.

Поскольку именно англо-саксонский элемент стал этнической основой американской нации (в 1790 г. англичане составляли более 60% всего европейского населения США)²³, неудивительно, что неприятие ирландцев, имевшее столь длительную предысторию, было перенесено в Новый Свет.

Кроме того, предвзятое отношение к ирландцам со стороны протестантской Америки объясняется также конфессиональными различиями. Активную деятельность в распространении антикатолических настроений проводила партия «незнаек» (The Know-Nothing Party), позиции которой были очень сильны в середине XIX в. особенно в северных штатах, где в основном селились ирландцы.

Одним из наиболее сильных факторов, повлиявших на отношение американского общества к ирландцам, была их крайняя бедность. Ирландские крестьяне на родине постоянно балансировали на грани голода. В середине 40-х гг. угроза голода стала ужасающей реальностью. В течение 3-х лет с 1845 г. по 1848 г. не был собран урожай основного продукта питания ирландцев – картофеля. В результате, в течение шести лет с 1846г. по 1851г. в Ирландии вымерло около миллиона человек, что составило 1/8 часть всего населения. «Люди умирали целыми семьями, оставаясь лежать в своих нищенских хижинах, - писал Джон Конноли. – В отдельных частях страны путешественники часто наталкивались на деревни, все население которых умерло от голода»²⁴. Для огромного количества жителей «Изумрудного острова» переезд в Америку стал «дорогой жизни». Достигая берегов Нового Света, большинство ирландцев, не имея средств существования, были готовы выполнять любую работу на любых условиях, что вызывало враждебное и пренебрежительное отношение со стороны американцев.

Все перечисленные факторы, а также ряд других причин, повлияли на формирование негативного отношения к ирландцам в Новом Свете в середине XIX в.

1. Богина Ш.А. Иммигрантское население в США, Л., 1976 г.
2. Ерофеев Н.А., Народная эмиграция и классовая борьба в Англии в 1825-1850 гг., М., 1962
3. История Ирландии, под ред. Л.И. Гольмана, М.: «Мысль», 1980
4. Sean Cronin, Irish Nationalism. A History of its Roots and Ideology, Dublin, The Academy Press, 1980
5. Gibson F. F., The attitudes of the New York Irish toward State and national affairs 1848-1892, N. Y., 1951
6. Schrier A., Ireland and the American Emigration, 1850-1900, Minneapolis, University of Minnesota, 1958
7. Wittke C., The Irish in America, Baton Rouge, Louisiana state university press, 1956

Особенности восприятия сказки итальянцами и россиянами (на примере итальянской сказки «Чипи»)

Павлова А.Н.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Предметом нашего исследования являются особенности восприятия литературной сказки, связанные этнической принадлежностью читателей.

Работа актуальна, так как подобное исследование ранее не проводилось, и тема разницы восприятия сказки итальянцами и россиянами не изучена. Результаты работы могут помочь понять национальные особенности итальянцев и россиян.

²² Ефимов А.В., США: пути развития капитализма, М.: «Наука», 1969, С. 346

²³ Ефимов А.В., там же

²⁴ Цит. по: История Ирландии, ред. Л.И.Гольман, Москва, «Мысль», 1980 г, С.198

В качестве испытуемых выступили итальянцы (12 человек) и россияне (38 человек) в возрасте от 18 до 30 лет. Репрезентативность выборок не является безусловной, и мы не претендуем на бесспорность полученных данных, но, нам кажется, что в целях дальнейшего изучения это может представлять интерес.

Для анализа мы взяли сказку «Чипи», поскольку выбрать какую-то одну известную всем итальянцам народную сказку оказалось невозможным; поэтому мы остановили наш выбор на современной итальянской литературной сказке «Чипи». Эта сказка была написана в 1956 г. школьным учителем М.Лоди вместе с его учениками. По этой сказке многие итальянцы учатся читать в первом классе, поэтому она широко известна и значима для итальянской культуры.

В эмпирическом исследовании использовались следующие методики: разработанная нами анкета, состоящая из девяти вопросов и программа «Диатон». Восемь вопросов анкеты направлены на детальный анализ сказки: нужно назвать основные темы, ценности, охарактеризовать главного героя, его отношения с другими персонажами и т.д. Поскольку большую роль в нашем исследовании играет выявление разницы в эмоциональном восприятии текста итальянцами и россиянами, то первый пункт анкеты посвящен эмоциональному восприятию. Приведен отрывок из сказки и испытуемым предлагается выбрать любые варианты из уже данных характеристик. Объективные результаты фоносемантики сказки мы получили благодаря компьютерной программе «Диатон», посвященной экспертизе суггестивных текстов. Суггестивно-лингвистическая экспертиза текстов ориентирована, прежде всего, на оценку скрытых (но объективно присутствующих) особенностей, которые сложно осознать: фоносемантических, ритмических, структурных характеристик текста. Фоносемантический анализ текста или слова заключается в оценке звучания текста безотносительно к его содержанию.

Такие объективные эмоциональные характеристики текста, полученные при фоносемантическом анализе текста как: сильный, угрюмый, устрашающий, зловещий, суровый составили на диаграмме ответов россиян 30%, а на диаграмме ответов итальянцев 76%. Из этого следует, что итальянцы оценили отрывок сказки более адекватно, чем россияне.

В ответах итальянцев на все пункты анкеты наблюдалась большая схожесть и единство мнений. Для итальянцев очень важно общество, наблюдается желание улучшить жизнь группы, приносить пользу, важны отношения сотрудничества и взаимопомощи. Для россиян, скорее, актуальны поиск истины и справедливости, проблема добра и зла, доверие и недоверие.

Итальянцы (67%) считают, что близкие, доверительные отношения с подругой дают помощь и поддержку. Именно их они называют основным ресурсом героя, в то же время как средством преодоления трудностей считают личные качества героя (смелость, ум, хитрость) (49%). Существенно меньший процент россиян (5%) считают отношения героя с подругой ресурсом, а как средство преодоления трудностей называют в большей степени просьбу о помощи (39%).

Наблюдается удивительная солидарность итальянцев в указании символов и образов сказки, а также в ассоциациях с ними. Россияне приводят больше разных вариантов значений, у них нет единой ассоциации с образом. Подобная разница в ответах, может быть, связана с тем, что россияне опирались не на сказку, а на свой опыт. Показательно, что ассоциации у россиян общечеловеческие. Например, солнце – это свет и тепло. Итальянцы при определении образов больше опирались на происходящее в данной сказке, например, ветер – каратель зла.

УДК 373.2.016

Творческий подход при обучении старших дошкольников иностранному языку

Павловская А. С.

Белорусский государственный педагогический университет имени М. Танка

В практике дошкольных учреждений преподаватели иностранного языка часто не знают, как развить творческую активность ребенка на занятиях по, как построить свою работу так, чтобы она имела наибольшее педагогическое и развивающее значение. Структура занятия по иностранному языку предоставляет старшему дошкольнику возможности для реализации его творческого потенциала, т. е. проявления творческой способности его мышления. Для развития креативности детей необходимы внешние стимулирующие факторы, определенная позиция взрослого, реализация принципа "свободы личности", самостоятельности ребенка.

Обучение детей иностранному языку невозможно без творческого подхода к обучению на всех этапах. При этом творческий подход должен осуществляться не только со стороны учителя, но и со стороны самих учащихся. Учитель со своей стороны должен постоянно побуждать учеников к творческой активности, т. е. к творческому усвоению знаний.

Дошкольный возраст уникален, ибо как сформируется ребенок, такова будет его жизнь, именно поэтому важно не упустить этот период для раскрытия творческого потенциала каждого ребенка. Целью нашего эксперимента было развить у ребенка гибкость, подвижность, системность, динамичность мышления, развить поисковую активность, стремление к новизне, иноязычную речь и творческое воображение.

Говоря о творчестве детей, мы имеем в виду создание продукта, который имеет ценность в субъективном аспекте, когда речь идет об открытии ребенком чего-то важного и значимого для него, ранее неизвестного именно ему, не охваченного до сих пор его личным опытом.

Преподавателям иностранного языка, воспитателям следует обратить внимание на то, как проявляются качества творческой личности у их воспитанников. Конечно, в дошкольном возрасте еще рано говорить об этом в полном смысле этого слова. Однако в ситуации, когда ребенок "глубоко погружен" в процесс изучения иностранного языка, можно говорить о его большой работоспособности и целеустремленности.

При последовательном обучении, опираясь на компоненты творческого акта дошкольник могут составлять творческие рассказы на иностранном языке. Совершенствование творческих умений детей проявляется в постепенном расширении объема творческого воображения, в формировании элементарных умений управлять работой своего воображения, сопоставлять результат творчества с требованиями воспитателя, с реальной действительностью.

Формирование творчества возможно, происходит оно в деятельности, в процессе поисков и находок, осуществляющихся в повседневной практике. Подлинными истоки творчества рельефно выступают уже в детском возрасте в присущих этому возрасту формах деятельности.

Сегментная структура концепта «Feminity» в англоязычной картине мира в среднеанглийский период

Палаева И.В.

Благовещенский государственный педагогический университет

Целью настоящего исследования является анализ концепта «feminity» («фемининность») в англоязычной картине мира в среднеанглийский период.

Вслед за Кирилиной А.В. под концептом «феминность» мы понимаем оперативное понятие, складывающееся из совокупности представлений о самых разнообразных ипостасях женщины и обо всем том, что может прямо или косвенно к ней относиться, является собирательным образом всего «феминного»/ «женского».

Объектом исследования послужили субконцепты, входящие в состав концепта «феминность». Предметом явились лексические единицы, которыми представлены субконцепты, входящие в состав концепта «феминность»

Материалом для анализа в рамках настоящего доклада послужили тексты литературных произведений среднеанглийского периода: *Sir Gawain and the Green Knight*, *Pearl*, *The tretis of the twa mariit women and the wedo* (by William Dunbar), *The Tales of Canterbure*, *Troilus and Criseyde* (by Geoffrey Chaucer), *Ostovian*.

Перед нами стоит задача выявления и описания концептуальных признаков концепта «феминность». Концепт «феминность» имеет сегментную структуру, состоящую из видовых концептов, объединенных вокруг родового концепта «woman». В родовом концепте «woman» доминирующим признаком выступает признак биологического женского пола, который является обязательным для всех видовых концептов. Однако видовые концепты, помимо основного концептуального признака обладают дополнительным набором концептосоставляющих признаков, на основании которого они объединены в видовые.

В результате проведенного анализа были выделены следующие сегменты концепта «феминность»: родовый концепт «woman», объединяющий видовые концепты, объединенные в сегменты на основании следующих признаков: биологического родства, гражданского состояния, признака социального статуса, профессиональной деятельности или рода деятельности и сегмент мифологических существ.

Каждая лексико-семантическая группа на ментальном уровне соответствует определенному сегменту исследуемого базового концепта. Категории не имеют четких границ (Э.Рош), поэтому выделяемы нами сегменты концепта «феминность», а также сегменты родовых и видовых субконцептов существуют не изолированно, а взаимодействуют друг с другом, имея общие области пересечения, между которыми существуют ассоциативные связи.

В рамках настоящего исследования мы более подробно остановимся на видовом сегменте, состоящем из концептов, объединенных на основании гражданского состояния. В сегмент гражданского состояния входят концепты, репрезентированные лексемами, отобранными по наличию в словарной дефиниции признака «жена, будущая жена, бывшая жена». Общее количество концептов данного сегмента составляет 11 единиц: **wif**, **wif-hod** (wifehood), **i-make** (wife, partner, equal), **Ze-mxcche** (wife), **spuse** (spouse), **widwe** (widow), **widwe-had** (widowhood), **huse-wif** (housewife), **brude** (bride), **huse-lefdi** (housewife), **hotestre** (housewife).

К прототипическому уровню отнесен один концепт *wif*, промежуточный уровень наиболее многочисленный: *wif-hod* (wifehood), *i-make* (wife, partner, equal) *spuse* (spouse), *widwe* (widow), *widwe-had* (widowhood), *huse-wif* (housewife), *brude* (bride) – всего 7 концептов. Маргинальный уровень представлен 3 концептами: *huse-lefdi* (housewife), *hotestre* (housewife) *ge-macche* (wife).

К прототипическому центру данного сегмента мы отнесли концепт *wif*, репрезентированный лексемами с самой высокой частотностью, кроме того, данная лексема входит в состав нескольких сложных слов. *huse-wif* (housewife), *wif-hod* (wifehood).

При исследовании атрибутивной сочетаемости, а также при ее буквальном прочтении мы обратили внимание на большую частотность употребления слова *wuf* с притяжательными местоимениями (*his wuf*, *his owne wuf*, *my wuf*). Наличие притяжательного местоимения является необходимым показателем отнесения лексемы *wuf* к репрезентирующему концепту «жена». Из контекста употребления лексемы *wuf* с притяжательным местоимением или без него становилось ясно, идет ли речь о женщине вообще или о жене какого – либо человека. На этом основании и на основании глагольной сочетаемости лексемы *wuf*, репрезентирующей концепт «жена», с глаголами *to take* а *wuf*, *he hadde* а *wuf*, а *wuf*, that he *heeled* for contenance (appearance) и другими глаголами принадлежности или обладания, мы делаем вывод о концептуальном признаке «несвободы, принадлежности мужчине». Во всех случаях сочетаемости *wuf* с глаголами принадлежности лексема *wuf* выступает как объект, на который направлено действие.

Выводы, сделанные нами на основании языковых фактов подтверждаются историческими данными. Социальный статус замужней женщины и одинокой женщины (незамужней и вдовы) существенно различался. Если женщина была замужем, то ее интересы представлял муж, она разделяла статус мужа, который отвечал за ее земли, долги, даже за ее недостойное поведение.

Среди других концептуальных признаков, выделенных нами в результате исследования, имеются следующие: «верность», «смирность/послушание», «хозяйственность», «внешняя привлекательность», «партнерство», «способность к продолжению рода/небесплодие».

Иконичность в контексте когнитивной лингвистики

Петрухина С.А.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Иконичность - свойство языкового знака, проявляющееся в наличии между его двумя сторонами, означающим и означаемым, некоторого материального (изобразительного, звукового и т.п.) или структурного подобия.

В европейской науке вопрос о соотношении формы и содержания в языке возник еще в античности. Обратив внимание на существование отношения между словами и вещами древнегреческие философы поставили проблему: имеют ли имена «природное» (*physei*) или «условное» (*thesei*) происхождение.

Ч. Пирс выделял три класса знаков: иконические, индексальные и символические знаки, каждый из которых характеризуется наличием определенной степени взаимосвязи между означающим и означаемым знаком. При этом иконические знаки формируются на основе подобия означаемого и означающего, индексальные знаки создаются по принципу смежности формы и значения, символические знаки порождаются установлением связи означающего и означаемого по условному соглашению между говорящими субъектами. [1]

Особое значение приобретает иконический тип знака в связи с развитием когнитивной лингвистики.

В основе когнитивной лингвистики лежат идеи когнитивной психологии, которая изучает процессы, связанные с познанием мира человеком: процессы получения, хранения и обработки информации. [2]

В современной лингвистике свойство иконичности связывается не только с отдельными знаками, а со структурой языка в целом и различными ее аспектами. Иконичность при этом понимается как соответствие структуры языка той концептуальной структуре действительного мира, которая присутствует в сознании человека на основе данных опыта.

Выделяют три основных принципа иконичности: [3]

1. Принцип последовательности. События действительности последовательно отображаются в речи, соблюдается фиксированный порядок слов. Сознательное нарушение этого когнитивного принципа приводит к возникновению текстовых импликаций, лежит в основе стилистических приемов (инверсия, хиазм и др.). Порядок следования слов отражает не только реальное положение дел во времени, а зависит от характера концептуализации компонентов высказывания. Порядок компонентов фиксирует их иерархию по тому или иному основанию (дейктическая, личностная, социальная). 2. Принцип дистанции. Языковые элементы, между которыми существуют более тесные концептуальные

связи, расположены в тексте ближе друг к другу. Обычно соблюдается следующий порядок: 1) наиболее тесно связанный с субъектом компонент; 2) объективно присущие ему свойства; 3) субъективные характеристики; 4) оценочные определения. 3. Принцип количества. Больше количество означающего ассоциируется с большей информативностью и наоборот. Стилистические приемы самых разных уровней (фонетического, морфологического, лексического, синтаксического) основаны на этом принципе.

Когнитивная структура отражает естественный человеческий способ концептуализации действительности, и иконические знаки являются простейшим способом соотнесения языка с когнитивной структурой. С этой точки зрения приемы, основанные на принципах иконичности, избыточны, что приводит к появлению скрытой имплицитной информации, заставляющей более внимательно вчитываться в текст.

Наиболее интересной и наименее исследованной областью проявления когнитивного принципа иконичности остается уровень текста. Иконичность текста рассматривается как иконизм отношений, обуславливающих прагматику речевого акта и существующих между когнитивной установкой говорящего и производимым им речевым актом, а также как экстратекстуальная иконичность, основанная на семиотических отношениях между текстом и внетекстовой реальностью.

1. Якобсон Р. В поисках сущности языка // Семиотика. Под ред. Ю.С. Степанова. М.: Радуга, 1983. С. 103-104.
2. Кобозева И.М. Лингвистическая семантика. М., 2000, с.27.
3. Молчанова Г.Г. Когнитивная стилистика и стилистическая типология // Вестник МГУ. Сер.19. Лингвистика и межкультурная коммуникация. 2001. №3, с.60 – 72

УДК 0ЕЗА73ЕЕ

Гендерные особенности обучения фонетике английского языка детей младшего школьного возраста

Петрова В. А.

Новгородский государственный университет

В настоящее время проблема раннего обучения иностранным языкам (ИЯ) является актуальной. Преподавание ИЯ предполагает использование методик, учитывающих возрастные, социокультурные и индивидуальные особенности детей. При этом определенный отпечаток на восприятие и усвоение ИЯ накладывает факт принадлежности ребенка к тому или другому полу.

Важность начальной ступени обучения ИЯ невозможно переоценить. Ведь именно на этом этапе закладываются основы, формируются базисные навыки и умения, вырабатывается мотивация для дальнейшего изучения ИЯ. При обучении младших школьников строгие требования предъявляются к работе над всеми без исключения видами речевой деятельности (говорение, аудирование, чтение, письмо). При этом одной из ключевых задач обучения ИЯ на начальном этапе является постановка правильного произношения. Нельзя допускать неверное, русифицированное или искаженное произнесение тех или иных звуков ИЯ, поскольку это может обернуться несправимой ошибкой, препятствующей дальнейшему полноценному изучению и применению ИЯ в условиях учебного и межкультурного общения.

Можно выделить целый ряд трудностей, которые испытывают дети при изучении английского языка, главной из которых, естественно, является произнесение звуков, не имеющих эквивалентов в родном языке ([w], [θ], [ð], [ɜ]). Особая чувствительность к звуковой стороне речи, способность к имитации, характерная для детей младшего школьного возраста, помогает большинству из них преодолеть эту трудность. Однако в том, насколько успешно школьники осваивают фонетику английского языка можно проследить гендерную парадигму.

Анализ результатов, полученных на основании наблюдения за детьми 3-4 классов (54 девочки и 62 мальчика) и бесед с учителями показывает, что девочки, в основном, лучше справляются с «проблемными» для русских детей звуками, хотя, несомненно, процент затрудняющихся среди девочек также велик.

Наибольший разрыв между показателями у девочек и мальчиков наблюдается при произнесении гласных звуков. Мальчиков, не различающих гласные по степени открытости ([e] – [æ]) и долготы ([i] – [i:]) в среднем на 6% больше, чем девочек. При произнесении самых трудных для детей звуков ([θ], [ð], [w], [ɜ]) процент детей, испытывающих трудности примерно одинаков. Среди перечисленных согласных звуков ([w], [ð], [θ], [r], [ɜ], [t], [d]) наименьшую трудность вызывает произнесение переднеязычных апикулярно-альвиолярных смычных взрывных [t], [d] и заальвиолярного сонанта [r]. Опасность заключается в том, что дети склонны подменять их русскими дентальными звуками [т], [д] и раскатистым [р] на основании некоторого сходства между этими звуками. Однако девочки на 2-3% лучше мальчиков улавливают специфику произнесения этих английских звуков в отличие от русских.

На основании полученных результатов можно говорить о существовании гендерных особенностей обучения ИЯ. Так, совершенно очевидно, что мальчики испытывают большие трудности при работе над фонетикой, чем девочки. Наиболее «уязвимыми» являются гласные, различающиеся по долготы и открытости и согласные, не имеющие эквивалентов в родном языке. В связи с этим, представляется целесообразным уделять больше внимания и осуществлять более тщательный контроль за формированием произносительных навыков у мальчиков, своевременно исправляя их типичные ошибки.

Следовательно, для наиболее эффективного обучения ИЯ необходимо учитывать гендерный аспект, способствующий индивидуализации учебного процесса.

1. Еремеева В. Д., Хризман Т. П. Мальчики и девочки – два разных мира. – СПб., 2000.

Орфоэпические особенности передачи английских имен собственных в русском языке

Пешехонова А. Н.

Институт международного права и экономики им А. С. Грибоедова

В русском языке бытует много иностранных имен собственных, особенно сейчас, когда происходит процесс глобализации. Средства массовой информации буквально стирают границы государств. В нашей повседневной жизни появляются ранее незнакомые имена фамилии, реалии. Их адаптация в фонетической системе русского языка подчиняется нормам орфоэпии (нормативная реализация сегментных единиц, фонем, и суперсегментных единиц - ударение, интонация). Орфоэпическая норма как внутриязыковая категория связана с наличием потенциальных возможностей обозначения одного и того же явления, представляемых языком как системой, при этом норма - это результат действия ряда социальных факторов, определяемых существованием данного языка в определенном языковом коллективе в определенный момент времени. Если рассматривать орфоэпию как кодифицированную норму, то речь идет о правилах и предписаниях, зафиксированных в различных словарях, справочниках, пособиях. Стоит учитывать тот факт, что орфоэпические нормы могут пройти несколько этапов становления, прежде чем станут нормами языка.

Изменение нормы может произойти при условии появления новых норм, постепенно вытесняющих старые под влиянием экстралингвистических факторов или в результате изменений, произошедших в системе.

Поэтому в языке часто существует несколько вариантов передачи одного и того же имени собственного. Различается вариантность двух типов:

Существование нескольких равноправных реализаций одной единицы, например, Stephen в русском существует как Стивен и Стефан.

Наличие двух или нескольких вариантов нормы, составляющих определенный ряд, в котором один из вариантов становится ведущим, а другие употребляются реже, становятся отживающими, например, William: ведущий вариант - Уильям, а Вильям и Вильгельм – отживающие.

Исторически закрепившаяся в русском языке традиционная передача иностранных имен собственных зафиксирована в словарях и энциклопедиях.

Конечно, передача М.В. Ломоносовым Ньютона (Newton) Невтоном, а А.К.Толстым Дидро (Diderot) Дидеротом ныне имеет отношение только к их творчеству.

Напротив, английский естествоиспытатель Darwin с именем Чарльз-Роберт передается как Дарвин, в то время как для других носителей данной фамилии мы используем имя Даруин.

Особое условие передачи имен собственных – соблюдение благозвучия. Поэтому при передаче некоторых имен мы должны заменить фонему: имя Henry мы передаем как благозвучное Генри, а не Хенри.

Многие английские имена собственные пришли в русский язык через другие языки: немецкий, голландский. Именно поэтому практически все имена королей Англии имеют в русском немецкое звучание: Вильгельм вместо Уильям, Карл, а не Чарльз.

В прежние времена имела место тенденция транслитерирования имен собственных. Сейчас предпочтение отдается транскрипции. В основе последней лежит фонетический принцип: стремление передать с возможным приближением к подлиннику не написание, а звучание иноязычного слова, т. е. Его национальную фонетическую форму. В соответствии с этим многие имена собственные встречаются в измененной графической форме, например, Ньюкасл, а не Ньюкестль, как это было раньше.

При транскрибировании передается удвоение согласных.

Во всех случаях транскрипция должна производиться с учетом фонетико-орфоэпических норм русского языка, ввиду чего, например, не следует при транскрибировании отражать долготу английских гласных, не играющих смыслообразительной роли в русском языке.

Артикль при транскрибировании имен собственных опускается.

Существуют некоторые особенности передачи английских звуков, не имеющих эквивалентов в русском языке. Передача некоторых фонем также зависит от положения буквы в слове.

Таким образом, мы видим, что сейчас предпочтение отдается транслитерации, но опыт показывает, что зачастую происходит сочетание транслитерации и транскрипции.

Интернет и личность

Попова А.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Интернет - это новое уникальное средство коммуникации, существенно отличающееся от всех других средств общения известных человечеству. Новое средство диктует новые правила коммуникации. Это влияет на личность, участвующую в интернет-коммуникации. При общении в глобальной сети Интернет коммуниканты удалены друг от друга (хотя иногда бывает звуковой или зрительный контакт). Физическое отсутствие участников коммуникации дает им возможность при желании моделировать личность, вступающую в интернет-общение по своему усмотрению: скрывать или, наоборот, ярко выражать определенные черты и качества личности и тем самым создавать о себе любое впечатление.

Физическое удаление друг от друга участников коммуникации и возможность скрыть, изменить целый ряд параметров, составляющих неотъемлемую часть языковой личности в реальном общении, позволяют вести коммуникацию в Интернет определенным образом легче, чем в реальности, так как теряется целый ряд барьеров общения (внешний облик, возраст, пол, социальный статус). Именно поэтому всемирная электронная сеть смогла объединить миллионы людей **разных** национальностей, **разных** культур и **разных** идеологий в своеобразное общество - net community, в котором они все стали его равноправными членами - net citizens.

Влияние виртуальной коммуникации на личность, принимающей в ней участие, двояко. С одной стороны, Интернет имеет объединяющий момент: создается единое общество - net community, в котором одинокий в реальности человек может найти своих виртуальных единомышленников. С другой – разъединяющий. Интернет влияет на усугубление индивидуализма, так как интенсивное использование Интернет, подмена реального общения коммуникацией в сети ведет к сужению социальных связей человека.

УДК 81.44

К вопросу о контрастивном исследовании фразеологических единиц

Решке Н.А.

Пятигорский филиал Российского государственного торгово-экономического университета

Современное лингвистическое исследование немыслимо без сопоставления изучаемых объектов: взаимное соотношение, сравнение и противопоставление единиц, форм, категорий, разрядов и других языковых явлений выступает как обязательное условие характеристики каждого из них, установления существенных формальных и смысловых связей между ними и конституирования (определения состава) объединяющих их микросистем, субсистем и систем. Основным элементом лингвистического контрастивного исследования – выявление тождественных (интегральных) и различающихся (дифференциальных) признаков сравниваемых фактов языка - в данном случае, фразеологических единиц интеллектуальной деятельности современного русского (196 ФЕ) и английского (203 ФЕ) языков, отобранных методом сплошной выборки из различных фразеологических словарей русского и английского языка.

Для выделения группы фразеологизмов интеллектуальной деятельности в общем объеме фразеологии русского и английского языков были использованы принципы тематико-идеографической классификации, изложенные в работах Л.И. Ройзензона, В.М. Мокиенко и А.М. Эмировой, были также учтены психические факторы, влияющие на процессы мыслительной деятельности человека. В результате было определено, что семантическое поле фразеологизмов интеллектуальной деятельности включает следующие группы: 1. ФЕ, характеризующие мыслительную деятельность и умственные способности человека (напр.: *ломать голову, дубовая голова, turn smth over in one's mind (or head), clear*

head); 2. фразеологизмы, обозначающие различные процессы памяти, а также характеризующие особенности человеческой памяти (напр.: *zaburit' sebe (u sebya) na nosu, devich'ya pamyat', die away from smb's memory, smb's mind like a steel trap*); 3. ФЕ, характеризующие процесс воображения (напр.: *vitat' mezhdu neбом и zemлей, have one's head full of bees*). Первая группа фразеологизмов наиболее обширна по количеству входящих в нее единиц и включает несколько подгрупп, определяющих различные мыслительные операции (анализ, синтез, сравнение и т.д.), стороны и фазы процесса мышления, а также подгруппы, обозначающие объем знания и интеллектуальные состояния.

В ходе исследования были проанализированы: этимология, компонентный состав, структура и парадигматические отношения описываемых ФЕ, однако рамки данной статьи не позволяют остановиться на этих вопросах более подробно.

Внутренняя форма фразеологизмов интеллектуальной деятельности – это производное образов, ассоциируемых с теми или иными реалиями окружающей жизни. Большая часть исследуемых фразеологизмов обладает прозрачной внутренней формой и мотивировкой, т.е. понятна всем носителям данного языка. Например: *набираться ума, enter one's head*. ФЕ, обладающие осложненной внутренней формой, связаны с реалиями быта, трудом и бытовыми предметами. Например: *каша в голове, мешок с соломой, винтика (заклепки) не хватает, not to know B from a battledore (from a broomstick)* (скалка, ручка веника), *to know the ropes* (веревка) и т.д.

Анализ собранного материала позволил выявить в сопоставляемых языках:

1. Полные тождества – фразеологические единицы, совпадающие в обоих языках по форме и значению. Например: *ходячая энциклопедия, ходячий словарь, walking dictionary, walking encyclopedia* (очень умный, эрудированный человек); *come to mind – приходиться на ум* (появляться в сознании, памяти). Данные фразеологизмы являются полными эквивалентами, т.е. они совпадают по своему внутреннему образу, значению, стилистической окраске, соотносимы по компонентному составу и структурно-грамматической организации;

2. Частные эквиваленты - ФЕ, которые отличаются от первых тем, что могут иметь незначительные расхождения в лексическом составе или структуре. Например:

а) Значение эквивалентно, небольшие расхождения в компонентах. Например: *собираться с мыслями – hold (or get) one's wits together* (сосредоточить внимание, пытаться обдумать что-либо);

б) Значение одинаково, компоненты разные. Например: *he will never set the Thames of fire – звезд с неба не хватает, пороку не выдумает* (не отличается умом, сообразительностью, способностями); *строить воздушные замки – have one's head full of bees* (мечтать, придумывать что-то нереальное, несбыточное, невыполнимое);

3. Специфические фразеологизмы, которые встречаются только в одном из сопоставляемых языков. Например: *have a maggot in one's brain head* (о человеке со странными идеями и умственными отклонениями); *a king Charles's head* (идея, которая постоянно в голове, навязчивая идея, лунтик) – в английском и *семи пядей во лбу* (очень умный человек выдающихся способностей), *медный лоб* (бессмысленно упрямый, бестолковый человек) – в русском языке.

Контрастивное исследование демонстрирует, что значительная часть сопоставляемых фразеологических единиц интеллектуальной деятельности имеет семантическое соответствие в обоих языках. Это обусловлено единством функций частей человеческого тела, общезначимой символической лексемой, а также общностью наименования процессов мыслительной деятельности и физических ощущений. Сходство фразеологизмов интеллектуальной деятельности (при наличии естественных несовпадений) свидетельствует об определенной общности ассоциативно-образного мышления носителей русского и английского языка.

Формат газеты в социокультурном аспекте (на материале изданий США, России и Великобритании)

Сафарова А.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Формат издания означает обобщающий образ, порой нечеткий, на уровне чувств, воображения и реальности, который формируется на эмоциональном уровне и практически всегда лучше оригинала. В последнее время появился новый термин «имидж газеты» (англ. image - образ, изображение), подразумевающий устойчивое представление о газете или журнале, которое формируется у читателя. Имидж складывается или создается в течение длительного времени под воздействием постоянных особенностей содержания издания, тематики и характера его публикаций, его взглядов и принципов и влияет на процесс подготовки и выпуска номера.

Надо отметить, что каждое издание имеет свою форматную принадлежность, которая определяется системой классификации газетной прессы. Существуют различные способы классификации, самые распространенные: по периодичности, размеру, содержанию и масштабу распространения. В зависимости от содержания, направленности и языка газеты делятся на качественную прессу (quality papers) и массовые газеты (the popular press).

Важнейшие компоненты формата издания- это внешние данные, дизайн, верстка, иллюстрации. Визуальная информация воспринимается читателями быстрее и воздействует на них подчас сильнее текстов. Алан Пиз утверждал²⁵, что только 7% информации воспринимаются через слова, остальная- через невербальную коммуникацию: жесты, мимику говорящего, внешний вид, дизайн, размер заголовков, качество бумаги, цвет и другие невербальные признаки.

Немаловажно то, как печатается газета: высокой печатью, фотографическим, литографическим или флексографическим способом. В последнее время во всем мире стала популярна офсетно-литографическая печать²⁶.

Формат газеты тесно связан с его демографической ориентацией на окружение (так называемой "аудиторией"), его формируют, учитывая особенности людей, которые читают то или иное издание. Потенциальные читатели ищут газету с определенным имиджем, соответствующим их интересам.

В зависимости от демографической ориентации на окружение складывается формат издания, определяются его публикации, тематические рубрики и используемые жанры. В соответствии с имиджем издания и характером публикаций появляется название. Важной составляющей формата газеты является также состав и политический настрой ее редакционного коллектива. Важно, напр., регулярно ли газета печатает о назначении лиц на те или иные должности в мире бизнеса или политики.

Каждый номер газеты должен поддерживать и закреплять ее имидж. И хотя каждый номер индивидуален в своей тематике и подачей материала, весь комплект номеров имеет общее- формат издания, складывающийся в течение длительного времени под воздействием особенностей содержания номера, его взглядов и позиции, и особенностей его формы- внешнего «лица» издания.

Приводя конкретные примеры, надо заметить, что качественные американские газеты в отличие от британских имеют более «скучный» или строгий вид, менее удобно сверстаны, что определяется тем, что традиция британских изданий восходит к началу XVIII века («The Times» появилась в 1785, «The Observer» в 1791, а «The Sunday Times» в 1822).

²⁵ Пиз А. *Язык телодвижений*. - Нижний Новгород, 1992.

²⁶ Джефкинс, Фрэнк, Ядин, Даниэль, *Паблик Рилейшнз*, М.. «Юнити», 2003, стр. 116, стр.230- 262.

С появлением интернета формат газет и такие важные составляющие прессы, как аудитория, имидж (дизайн), коммуникационный и коммерческий аспект, значительно изменились. Веб-технологии меняют внешний облик традиционных СМИ. В оформлении газет появляются виртуальные черты. Такое изменение – результат использования компьютерных технологий в выпуске «бумажных» СМИ и условие выживания в эпоху стремительного развития электронных носителей информации во всем мире.

В последнее время журналистика в интернет столкнулась с тем, что размывается привычное разделение на печатные и электронные СМИ. Если добавить к он-лайн публикации еще и текст, видео, аудио, фото и возможности интерактивного общения, то можно увидеть, что мультимедиа журналистика – это не журналистский материал, выставленный в интернет, а медийный комплекс, сочетающий в себе различные формы представления информации.

К вопросу о культурно-исторической традиции в художественном тексте (на материале романа Г.Д. Гребенщикова «Былина о Микуле Буяновиче»)

Сирота О.С.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Написанный Г. Д. Гребенщиковым в 1913 году на Алтае пьеса «Микула Селянинович» переросла в роман «Былина о Микуле Буяновиче». Изменилось не только название, но и идейный смысл произведения, в котором автор делает попытку дать оценку событиям Октябрьского переворота в России. «Почему случилась такая крутая перемена в душе русского народа, который, в самом деле, частью осатанел и из мирного, воспетого русскими писателями богиоскателя превратился в убийцу боевых офицеров, в вешателя ни в чем не повинных священнослужителей?» Вопрос, по признанию самого автора, в поисках ответа на который создан роман. Идея писателя воплотилась в былинной поэме-сказании. Прием стилизации, к которому прибегнул Г.Д. Гребенщиков, был по-разному оценен критикой. Ю. Айхенвальд сетовал на то, что слова «Былины» – «чересчур русские; от них отдает фольклором, гуслиярностью» [1]. По мнению же М. Бенедиктова: «Былина» - подлинно – русский роман... Мало кому из русских писателей так подвластны сокровища народного языка как Гребенщикоу» [2].

Однако нам представляется, что выбор Г.Д. Гребенщиковым русского былинного эпического лада неслучаен, рожден долгими глубокими размышлениями.

1. В эпоху появления первых былин героический эпос общенароден. Певцы-поэты и сказители того времени выступали не столько творцами, сколько безыскусственными выразителями того, что составляло достояние народа. Всякое выдающееся событие напряженно переживалось всеми членами общества и находило отражение в поэтических произведениях. Былина предстает перед нами как народное осмысление истории, неподвластное желаниям власть предержащих переделать ее на свой лад, и хранит лишь те имена и деяния, которые нашли отклик в народной душе.

Обращаясь к былинному стилю, Г.Д. Гребенщиков придал повествованию характер «истинно» народной истории России.

2. Некоторые исследователи творчества Гребенщикова трактуют роман как некий пересказ киево-новгородской былины о Микуле Селяниновиче. Справедливости ради следует признать, что, несмотря на сюжетное различие, стержневая, глубинная идея былины и романа Г.Д. Гребенщикова во многом сходны.

3. Нельзя не отметить роль стилистических приемов былины как жанра народного творчества придавших роману особое звучание. Былинный эпос возник из лиро-эпических песен, воспевавших победы богатырей, князей и дружинников, состязания купцов в ловкости и богатстве и прочее. Постепенно превратившись в сказание, былина сохранила музыкальность лирических песен. Поэтика былины (прежде всего, напевность повествования, красочность архаичного языка) придали историческому повествованию романа проникновенность, доверительность и искренность.

4. Роман Г.Д. Гребенщикова «Былина о Микуле Буяновиче» сразу же после написания был переведен на французский, немецкий, чешский языки, позднее на английский язык. Его читали в Бельгии, Голландии, в Русском Харбине, Прибалтике. Во Флоридском университете (США) за этот роман Гребенщикоу была предложена должность профессора русской словесности.

К сожалению, Россия узнает о Г.Д. Гребенщикоу и его романе лишь через 80 лет.

Были намечены лишь некоторые моменты, позволяющие оценить значение обращения писателя Г.Д. Гребенщикова к русской эпической традиции в романе «Былина о Микуле Буяновиче». Каждый из указанных пунктов, конечно, требует более детального изучения и позволяет надеяться на дальнейшее развитие темы.

1. Айхенвальд Ю., «Былина о Микуле Буяновиче» // Рубль, 1924, № 1027, с. 8.
2. Бенедиктов М., «Былина» // Последние новости, 1924, № 1223, с.3.

Концепт «russisch» в современной австрийской прессе

Спесивых Ю.И.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Цель данной работы – проследить концепт *russisch* («русский») по материалам современной австрийской прессы, то есть выяснить, с чем австрийцы ассоциируют Россию, какие образы возникают в их представлении при упоминании российских реалий.

В каждом крупном сегменте общества формируется свой, часто мифологизированный образ различных стран и событий. Зачастую эти образы не только сильно разнятся, но и находятся в конфликте. Поэтому важной задачей является установить различия между представлениями рядовых граждан и реальной, объективной картиной мира. Представления о зарубежном мире могут складываться под влиянием различных факторов (телепередачи и другие СМИ; рекламные ролики; личный опыт и рассказы знакомых итд).²⁷ Так из каких же образов и картин складывается концепт «русский» в австрийской прессе? Попробуем выделить некоторые из них.

„Безбрежное пространство“.

- *der Riese Russland* (Россия-великан)²⁸.

Можно сказать, что Россия глазами австрийцев – огромная страна с гигантскими территориями, размеры которых в несколько раз превышают размеры некоторых стран Западной Европы.

„Ой, мороз-мороз...“

²⁷ «Отечественные записки», №3, Москва, 2002, с.46.

²⁸ «Курьер», Вена, 09.05.2002, с.8.

- Im hohen Norden Sibiriens, wo der Winter schon im September beginnt... (на севере Сибири, где зима начинается уже в сентябре...).

Несмотря на глобальное потепление, Россия остаётся страной с суровым, холодным климатом. Весь Запад наслышан о «русской зиме».

„Верный сын отечества“.

Образ президента Российской Федерации Владимира Путина занимает особое место в австрийской прессе. Непьющий президент, ведущий здоровый образ жизни, противопоставляется образу его предшественника, имеющего во всём мире сомнительную славу: ex-Spion (экс-шпион); der sportliche Putin, der weder trinkt noch raucht (спортивный Путин, непьющий и некурящий); Putins hartes Vorgehen (жёсткие действия Путина). Сильная власть – сильное государство. Наблюдая за проводимыми в нашей стране реформами, Австрия начинает присматриваться к России как к надёжному политическому и экономическому партнёру.

„Я волком бы выграз бюрократизм...“

„Was ein ausländischer Investor unbedingt braucht, ist ein langer Atem zur Bewältigung der Bürokratie, die in Russland besonders zäh ist“ (что обязательно нужно иностранному инвестору, так это глубокий вздох перед преодолением особенно русского бюрократизма), - пишет автор одной из статей. Австрийские журналисты подчёркивают, что русский бюрократизм заметно усложняет становление партнёрских экономических и политических отношений между Россией и Австрией.

„Типичный русский“.

„Der typische Russe des dritten Jahrtausende entspricht so gar nicht mehr dem schlanken, durchtrainierten Modelathleten, den das kommunistische Regime früher so gerne international präsentiert hatte. Männer, die in Bars einen Wodka nach dem anderen kippen, entsprechen heute mehr dem Klischee vom typischen Russen“ (типичный русский начала третьего тысячелетия не похож на стройного, натренированного атлета, которого по всему миру представляли во время коммунистического режима. Мужчины, опрокидывающие в барах одну рюмку водки за другой, - вот образ типичного русского сегодня). Таким образом представляют себе австрийцы типичного русского.

„Выздоровливающая экономика“.

Образ „выздоровливающей“ Российской экономики, внушающей доверие западным инвесторам, - одна из центральных тем, затрагиваемых австрийскими журналистами: *Investieren in Russland ist kein Abenteuer mehr* (инвестирование в Россию – больше не приключение; *was Russland so attraktiv macht, ist neben der Marktgröße ein stabiles Wirtschaftswachstum* (что Россию делает такой привлекательной, - это наряду с величиной рынка стабильный экономический рост)

Концепт «русский» в австрийской прессе складывается из образов и представлений, формирующихся в сознании людей под влиянием СМИ. Журналисты «Курьера», говоря о России, рисуют картины нищеты, беспорядка, коррупции и воровства. Русские глазами австрийцев – вымирающая нация, это люди, ведущие нездоровый образ жизни и покорно переносящие всё лишения и унижения. К сожалению, это так, хотя уже намечаются положительные тенденции. Как положительный фактор можно отметить, что австрийские журналисты хорошо отзываються о президенте нашей страны, отмечают быстрый экономический рост России, пишут о том, что Россия постепенно превращается для Западного мира в надёжного политического и экономического партнёра.

Особенности языка организационной культуры в России

Староверова М.В.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

В своей книге "Персонал предприятия в трансформирующейся экономике" автор А.Л.Слободская заявляет, что в России начинает формироваться свой собственный "русский вариант" ведения бизнеса. Как известно, деловая культура - понятие очень многогранное, включающее в себя свою собственную систему ценностей, символов, стереотипов, определить и понять которые можно, исследуя отношение государства и общества к деловой активности, интересы и ценности личности предпринимателя и бизнесмена и, наконец, установки самих фирм и организаций в деловом пространстве страны. Именно здесь анализ оргкультуры играет основополагающую роль при попытке охарактеризовать разделяемые членами организации понятия и убеждения, а следовательно, и показать, по каким принципам и законам идет развитие всей деловой активности в интересующей нас стране, России.

Известно, что понятие «корпоративной культуры» родилось в 70-ые годы прошлого столетия в ответ на попытки выяснить влияние человеческих отношений в коллективе на производительность и, следовательно, экономическую успешность компаний. Впервые этот феномен был замечен в ходе общеизвестных Готторнских исследований, проводившихся с 1925 по 1932 год на одном из заводов в штате Иллинойс, которые уже тогда подтвердили существование среди рабочих неофициальных норм поведения, препятствующих усовержествлению производства. Разработанные в 60е годы теории человеческих отношений на производстве Криса Арджириса, теории Х и Y Д. МакГрегора внесли существенный вклад в развитие теории самой организационной культуры, завладевшей с 80х годов умы как культурологов, так и экономистов, ознаменовав тем самым новейшее направление мысли в теории организации и управления.

В России тема организационной культуры (т.е. культуры, принадлежащей компании, фирме, организации, а не только корпорации) только начинает завоевывать внимание ученых и представителей деловых кругов. Это, в первую очередь, связано с все большим вовлечением Российской Федерации в мировые экономические отношения, с выходом её на зарубежные рынки, с созданием совместных предприятий на территории самой страны. Интерес к оргкультуре показателен и в связи с поднятием этой темы и в современной российской художественной литературе: «[Голово]ломка» Гарроса-Евдокимова, «Generation л» Виктора Пелевина. Признание, что организационная культура является одним из ключиков к успеху компании, содействуя организации производства и объединению всего персонала компании для достижения поставленных целей, помогая гибко и мобильно приспосабливаться к изменениям рыночных условий, уже поставило по крайней мере крупную российскую бизнес элиту перед вопросом о применении этого рычага правления и в практике российского бизнеса. Что представляет наибольший интерес для исследования, так это выяснение, каким путем идет формирование организационных культур в российских компаниях: путем прямого заимствования культур как они представлены в иностранных компаниях или же путем самобытного развития и адаптации организационных культур к российским условиям бизнеса и российскому менталитету. Чтобы определить тенденцию развития оргкультуры в данной работе в парах рассматриваются иностранные компании, работающие в России, и чисто российские компании, занимающиеся здесь аналогичной или похожей экономической деятельностью: MacDonald's – Ростик's, Yves Roches – Новая Заря, ИКЕА – Шатура.

Тот факт, что понятие «культура» насчитывает на сегодняшний день свыше тысячи определений, не смог не повлиять и на многочисленность определений понятия «организационная культура». В данной работе опираясь на исследования А.В. Спивака, В.В. Козлова и Т.О. Соломанидиной под организационной культурой будет пониматься комплекс материальных, духовных, социальных ценностей, понятий, убеждений и поведенческих норм, создаваемых и

разделяемых всеми членами организации в процессе их трудовой деятельности, отражающих неповторимость и индивидуальность данной компании.

Согласно исследованию Э.Шейна изучение оргкультуры возможно по трем непрерывно взаимодействующим друг с другом базовым уровням. На начальном этапе оргкультура воспринимается на "поверхностном" или "символическом" уровне, когда посылаемая информация усваивается через видимые внешние факты: инфраструктуру здания, используемые технологии, продукты деятельности, стиль одежды, манеру общения и язык, восприятие рабочего места, эмоциональную атмосферу. Для более глубокого анализа оргкультуры исследуется так называемый "подповерхностный" уровень провозглашаемых ценностей: стратегии компании, ее философия, кодекс поведения, цели, миссия и девизы компании. Наконец, на "глубинном" уровне оргкультуры находят отражение сам национальный менталитет, отношение ко времени и пространству, к семье, к работе не только в данной организации, но и в данной культуре в целом.

Таким образом, учитывая то, что всяческое восприятие окружающего мира человеком идет через вербальные и невербальные средства коммуникации, можно говорить об языке организационной культуры, кодирующем в себе информацию о компании как на уровне документально-языкового пласта, так и на уровне предметного окружения. Задача исследователя суметь понять этот язык, чтобы достичь поставленной цели анализа развития и становления организационных культур в отечественных компаниях, чему и посвящена эта работа.

1. Грушевицкая Т.Р., Поинов В.Д., Садохин А.П. *Основы межкультурной коммуникации*, М. ЮНИТИ- ДАНА, 2003
2. Ким С. Камерон, Роберт Э. Куинн *Диагностика и изменение организационной культуры*, СПб: Питер, 2001
3. Козлов В.В. *Корпоративная культура: опыт, проблемы и перспективы развития*, Монография. М., 2001
4. Персикова Т.Н. *Межкультурная коммуникация и корпоративная культура* М. Логос, 2002
5. Соломанидина Т.О. *Организационная культура компании*, М. ООО Журнал "Управление персоналом", 2003
6. Спивак В.А. *Корпоративная культура*, СПб: Питер, 2001
7. Спивак В.А. *Организационное поведение и управление персоналом*, СПб: Питер, 2001
8. Тер-Минасова С.Г. *Язык и межкультурная коммуникация*, М.: Слово, 2000
9. Шихирев П.Н. *Введение в российскую деловую культуру*, М.:ОАО "Тип", 2000

УДК 8000

Сравнительный тематический анализ русских и французских военно-морских песен

Терехина М.А.

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Целью работы является классификация и сравнение основных тем морского фольклора русского и французского флотов. Для этого были проанализированы песни из сборника Б. Деги и К. Марса «Морские и моряцкие песни» [1], из «Антологии французской песни» М. Робена [2] и из четырех сборников русских песен морского флота, собранных М. Красновым [3-6]. Изучение французских материалов показало, что во взятых источниках наиболее полно представлены морские песни XVII-XIX вв. неизвестных авторов. Из многообразия морского фольклора, в котором тесно переплетаются рыбацкие, военные и торговые песни, отобран материал только по военной теме. Из русских сборников, охватывающих весь период существования морского флота, были выбраны народные или анонимные песни конца XVII - начала XX вв. (период царского военно-морского флота).

Песни прочно вошли в рамки морской традиции - это и трудовые песни, придававшие ритм работе, и грустные ностальгические песни, и истории о легендарных событиях и людях, которые исполнялись во время отдыха на баке. В них пелось о мечтах и воспоминаниях, любви, подвигах, бурях, памятных попойках, о всем том, что волновало моряков. Поэтому легко объяснить множество грубых эротических песен, рожденных в мужской среде, которые были отражением фантазмов человека, месяцами не прикасавшегося к земле, а, следовательно, и к женщине. В песнях лучше всего отражаются горести, протест и трудности бортовой жизни.

Проанализированные песни можно разделить на три больших класса, исходя из их тематики: военно-патриотические, профессиональные, и лирические. В работе проводится сравнительный анализ наиболее характерных французских и русских военно-патриотических песен (темы войны, похода, боя). При их анализе принималось во внимание отражение следующих тем: дома, начальства, личных качеств, любви к родине, отношения к врагу, стихии, описания сражения, места действия и др.

Военно-патриотические песни делятся на две группы - об удачных и неудачных походах (последние часто заканчиваются гибелью корабля). Во французских песнях дается краткое описание боя и, как правило, они имеют счастливый конец. В русских песнях представлена подробная картина боя, часто сопровождающаяся описанием природы. Во французских песнях, если корабль захвачен врасплох, экипаж задается вопросом, а возможна ли победа. В русских - на требование о сдаче отвечают отрицательно, даже если идут на верную смерть. И русские и французские песни обычно поются от первого лица, в тех и других присутствует мотив посрамления врага. В русских песнях очень важна роль командира, которому все готовы подчиниться и за которого готовы отдать жизнь. Во французских песнях экипаж представлен обезличенно, лишь говорится, что они смелые и гордые ребята. Важным символом для моряков обоих флотов является флаг, за него они готовы отдать жизнь - это символ Отечества. Однако у французов, известных своим патриотизмом, в песнях нет по этому поводу сильного проявления чувств. Как враг, так и родина обезличены, можно лишь встретить "France". В российских песнях эта тема выражена более эмоционально: родина - это "Русь", "Россиюшка".

1. Deguy B. et Mars C. *Chansons de mer et de marins*. SOLAR, Paris, 2000.
2. Robin M. *Anthologie de la chanson française*. ALBIN MICHEL, Paris, 2000.
3. Краснов М. *Океан - это наша работа*. Москва, 1995.
4. Краснов М. *Балтика - седое наше море*. Москва, 1996.
5. Краснов М. *Мы вышли в открытое море*. Москва, 1996.
6. Краснов М. *Вечер на рейде*. Москва, 1996.

Английские шутки и проблема их понимания

Терехова М. В.

Института международного права и экономики им. А.С.Грибоедова

Проблема понимания английского юмора является одной из основных в процессе коммуникации с носителями языка. Почему же мы считаем английские шутки глупыми и несмешными, ведь британцы так гордятся своим уникальным юмором? На пути понимания английских шуток перед русскоязычным человеком встает много проблем, в первую очередь языковых. С лингвистической точки зрения в анекдотах используется три приема: полисемия, идиомы и преднамеренное употребление неподходящих слов.

1. Использование полисемии - основной прием в большинстве шуток. Причем для достижения комического эффекта могут использоваться все виды полисемии: многозначность, омонимия, метафоры и т.д. Давайте рассмотрим и проанализируем несколько английских шуток, основанных на полисемии.

- "Waiter! This coffee tastes like mud."
- "Yes sir, it's fresh ground."

В этом анекдоте обыгрывается многозначное слово «ground». Среди множества его значений нас интересуют лишь два: 1) земля, почва; 2) грунтовать, измельчать. Таким образом, можно догадаться, что выражение «ground coffee» означает «гранулированный кофе». Использование официантом и клиентом разных значений этого слова и придает комичность данной ситуации.

2. A highway patrolman pulled up alongside a speeding car on the freeway. As the officer peered through the driver's window, he was astounded to find that the blonde behind the wheel was knitting. The trooper cranked down his window and yelled to the driver, "Pull over!" at the top of his lungs. "No!" the blonde yelled back, "Scarf!"

В этой шутке используется омонимия. Фразовый глагол pull over и существительное pullover звучат абсолютно одинаково. Блондинка, сидящая в машине, решила, что полицейский интересуется, что же она вяжет, в то время как на самом деле он просил ее остановиться у обочины.

Q. What do prisoners use to call each other?

A. Cell phones.

Слово "sell" означает «камера», а выражение "sell phone" – «мобильный телефон». Если не знать второго значения, то можно подумать, что заключенные пользуются «камерными телефонами».

3. Еще один лингвистический прием - это использование идиоматических выражений. Здесь сложность заключается в том, что понять значение целого выражения, исходя из значения отдельных слов, невозможно. Если не знать значения выражения в целом, то понять значения шуток невозможно. В подобных анекдотах обыгрывается значение идиома и значение отдельных слов, входящих в ее состав.

Little Johnnie (*crying*): Mummy, mummy, my auntie Jane is dead.

Mother: Nonsense, child! She phoned me exactly five minutes ago.

Johnnie: But I heard Mrs. Brown say that her neighbours cut her dead.

Выражение "to cut smb. dead" означает «делать вид, что не знаешь кого-то». А маленький Джонни воспринял это выражение как обычное, т.е. понял каждое слово в его прямом значении.

The best way to kill time is to work it to death.

В этой шутке сталкиваются сразу две противоположных идиомы. "to kill time" означает «ничего не делать, убивать время», а "to work to death" – «усердно работать, «урабататься» до смерти». Для достижения комического эффекта надо воспринять это выражение в прямом значении.

4. Следующий лингвистический прием – это использование неправильных, не подходящих по смыслу или стилю слов, выражений, грамматики.

You are welcome to visit the cemetery where famous composers, artists, and writers are buried daily except Thursday.

В этом объявлении, висящем на стене одного отеля, из-за неправильного порядка слов кажется, что известных композиторов хоронят на кладбище каждый день, кроме четвергов.

Итак, английский юмор можно объяснить лингвистически, с использованием полисемии, идиом и преднамеренного использования неподходящих по смыслу слов, выражений, неправильной грамматики. Именно эти факторы делают английские шутки столь сложными для понимания.

Макротопонимическая система США

Тихонова И.М.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Географические названия (**топонимы**) любой страны - это неотъемлемая часть фоновых знаний носителей данного языка, в них, как в зеркале, отражается история заселения и освоения определенной территории, история становления данного народа. Основное назначение топонимов - различать географические объекты.

Географические названия США являются интереснейшим и неисчерпаемым материалом для исследования: ни в одной другой стране мира столько народов, языков, культур не повлияли так на становление географической системы, поэтому американские топонимы не могут не привлекать к себе внимания.

На уровне макротопонимов США, названий штатов, существует три группы названий. Эта триада выглядит следующим образом: *официальные названия, аббревиатуры, неофициальные названия*.

У каждого американского макротопонима, названия штата, есть четко зафиксированное **официальное название**.

По этимологическому признаку официальные наименования штатов можно разделить на:

а) названия, возникшие на основе существовавших уже ранее географических названий, перенесенных из стран Старого Света на североамериканский континент (New Jersey - Jersey- остров у берегов Англии);

б) названия, образованные на основе европейских языков (Colorado - исп. 'цветная страна', Vermont - франц. 'зеленые горы');

в) названия, заимствованные из индейских языков (Alaska - Al-ay-es-ka на языке эскимосов - 'большая вода'; Minnesota - на языке индейцев сиу - 'небесно-голубая вода'). К индейским языкам восходят названия более половины штатов США;

г) названия-посвящения (Washington - в честь Джорджа Вашингтона, Carolina - по имени короля Англии Карла I).

Следующая группа вариантов названий штатов - **сокращения**. В топонимии США повторяемость одинаковых названий является серьезной проблемой. Было бы совершенно невозможно отличить многочисленные Бостоны, Бристолы, Лондоны если бы не было 'привязки' топонима-названия населенного пункта к определенному штату. Аббревиатуры штатов входят в культурный фон американцев, так как по нормам американского словоупотребления к названию любого населенного пункта, будь то большой или малый, как правило добавляется название штата в устной речи или его сокращенное наименование при письме. Аббревиатуры являются традиционными общепринятыми обозначениями штатов, помогают избежать омонимии названий, выполняют адресную функцию.

- Существует несколько моделей сокращения названий штатов:
- начальные буквы названий (New York - NY, South Carolina - SC);
 - усечение слова (Washington - WA; California - CA, CAL);
 - сокращение названий (Nevada - NV, Maryland - MD).

Последняя группа вариантов топонимов - неофициальные названия. Эта группа является своеобразной чертой американской топонимии. Неофициальные названия отличаются от официальных большим объемом дополнительной информации, необычностью и живописностью, выполняют описательную функцию, большинство топонимов имеет повышенную эмоционально - экспрессивную коннотацию. Каждый штат имеет несколько таких неофициальных названий - прозвищ. Одно из них (как правило рекламного характера) используется как официальное. Это вполне узаконенное прозвище вместе с официальным девизом штата, его флагом, песней, птицей, животным и растением приводится во всех справочниках и даже на номерах машин. Например, Калифорния - Golden state 'золотой штат', Нью-Йорк - Empire state 'имперский штат', Вайоминг - Equality state 'штат равноправия'. Неофициальные топонимы могут рассказать об истории политической жизни США (например, штат Дэлавер - First state, 'первый штат' - первым ратифицировал Конституцию США, Коннектикут - Constitutional state 'конституционный штат'), отражают характерные особенности штата (Мичиган - The land of lakes/ The lake state 'штат озер'), местоположение (Индиана - The crossroads of America 'перекресток Америки'), размеры, характер флоры и фауны (Флорида - The land of flowers 'земля цветов', Мэн - The pine-tree state 'сосновый штат'), говорят о наиболее развитых на данной территории видах промышленного производства (Мичиган - The Auto State 'штат автомобилестроения') и сельского хозяйства (Висконсин - The breadbasket of the nation 'житница страны'), отражают особенности климатических условий (Северная Дакота - Blizzard state 'штат снежных бурь', Флорида - Sunshine state 'солнечный штат').

Американские названия колоритны, причудливы и разнообразны. Употребление неофициальных названий, устойчивых определений, метафор, переосмыслений, является естественной формой самовыражения, неотъемлемой частью функционирования американского языка и речи. Топонимия США - это уникальная система, в которой наряду с официальными названиями, активно и равноправно функционируют неофициальные названия, входящие в культурный фон каждого представителя этой нации. В целом Соединенные Штаты Америки, для которых характерна пестрота этнического состава населения, обладают чрезвычайно разнообразной топонимической системой, в которую, по словам Р.Л.Стивенсона, «все времена, народы и языки внесли свой вклад» [1].

1. Томахин Г.Д. Америка через американизмы. М., 1982.
2. Томахин Г.Д. Реалии-американизмы. М., В.Ш., 1988.
3. Orth D.J. Principles, polices and procedures: domestic geographic names Washington D.C., 1993
4. Stewart G. R. Names of the land: a historical account of place-naming in the United States. Boston-Cambrige, 1958.
5. United States Board on Geographic Names. Decisions on geographic names in the United States, 1963.

Изучение реалий с этническими мерками в названии и проблемы их перевода

Тугова К.В.

Оренбургский государственный университет

Проблему перевода реалий можно рассматривать в двух аспектах: лексико-семантическом и семантико-морфологическом. Эта проблема актуальна в области межкультурных коммуникаций, основой которых является общение, достижение которого невозможно без чёткого определения предмета мысли. Наличие фоновых знаний, помогающих только чётко определить лексическое значение данных реалий, недостаточно для её решения. Необходимо соотнесение данных предметов действительности в разных культурах и их названий в разных языках, поиск эквивалентов, если таковые существуют.

Целью данного исследования является изучение реалий, содержащих в своём названии этнические мерки (на примере русского, английского и итальянского языков), как понятий, отражающих понимание определённой культуры или народа и их отождествление с определённым свойством, характеристикой или предметом, поиск эквивалентов в рассматриваемых языках и выведение на основе исследования общих правил перевода таких понятий.

Относительно исследования данных реалий в лексико-семантическом аспекте были получены следующие результаты:

Определённый предмет мысли различным образом существует в реальности мира различных языков.

Социокультурный фактор определяет особенности речеупотребления, дополнительные смысловые нагрузки и коннотации.

Реалии могут иметь:

Эквиваленты в виде дословного перевода (французская булка – French loaf – francesina) – в области кулинарии, биологии, архитектуры, спорта, индустрии развлечений и т.д.

Эквиваленты с указанием в названии на различные этнические группы (нести тарабарщину – to tell double Dutch – parlarle Greco) – в области этикета, при внешней и психологической характеристике человека.

Не иметь эквивалентов (чукотская девочка; to get sb' Irish up; nasino alla francese).

Ввиду различных социокультурных картин мира дословный перевод слов второй и третьей группы недопустим. На основе фоновых знаний необходимо соотнесение рассматриваемых реалий с уже существующими в языке понятиями, близкими по лексико-семантическому значению (French chalk – портновский мел).

Результаты исследования данных реалий в семантико-морфологическом аспекте говорят о том, что:

В процессе перевода в ряду случаев может не наблюдаться конверсия одной части речи в другую: English disease – английская болезнь (имя прилагательное → имя прилагательное)

В большинстве случаев при переводе имена прилагательные переходят в наречия и имена существительные на основе вычленения главного признака наречия и существительного – свойственности или "обстоятельности" (то есть свойственности определённых обстоятельств для совершения действия определённым субъектом):

French leave – partire all'inglese – уходить по-английски (имя прилагательное → наречие)

Таким образом, результаты данного исследования позволяют:

установить влияние социокультурных картин мира на образование в языке реалий с этническими мерками в названии; подводят нас к пониманию различных культур различными народами на основе отождествления их с определёнными свойствами и предметами; определить правила их перевода в лексико-семантическом и семантико-морфологическом аспектах, что может помочь в решении проблемы непонимания в процессе межкультурной коммуникации.

Тюрина Н.В.

Дальневосточный государственный университет

В ходе исследования с помощью применения компонентного анализа и статистических методов удалось выяснить, что доля образных, метафоричных терминов в языке экономики, в частности английском, составляет около 3%, в русском около 6%. Исследование проводилось для конкретного ЛСП «Банковское дело», но полученные результаты с учетом погрешностей нам представляется возможным эксплицировать на всю экономическую терминологию. Эта небольшая на первый взгляд цифра 3-6% тем не менее огромна: вряд ли язык биологии или физики сможет набрать и десятой доли от этого количества. Возможно, что образность языка экономики можно объяснить спецификой этой области знания: экономика теснее связана с практической жизнью людей, чем любая другая наука, а многие категории экономики, такие как деньги, заработная плата, инфляция, стали жизненно важными для многих из нас.

Итак, английский язык экономики отличает образность. Но примечательно, что среди всех метафоричных терминов 30% составляют термины, характеризующие два базовых понятия экономики: деньги и рынок. Все они основаны на приписывании этим понятиям определенных свойств, которые можно условно разделить на 2 группы: свойства живых существ и физические свойства предметов.

Носители английского языка наделяют такое абстрактное понятие, как рынок, цветом (black market, grey market), весом (heavy market) и размерами (thin market). Деньги же (не банкноты или монеты, а абстрактное понятие) наделяются осязательными свойствами (hot money, hard money).

Сочетания active money, idle money, free market, sensitive market, depressed market, dead money показывают, что при наименовании носители языка наделяют понятия «деньги» и «рынок» человеческими свойствами активности, свободы и даже способностью чувствовать и умереть. Примечательно словосочетание dear money, которое непосредственно выражает отношение носителей языка к деньгам.

Таким образом, можно говорить об особом отношении носителей английского языка к деньгам. Среди всех описательных прилагательных, применяемых в английском языке к деньгам, образными являются 40%, а доля образных прилагательных при описании рынка составляет 45%, т.е. почти половину. Чем же можно объяснить подобное отношение? Применяя метод лингвострановедческого толкования, можно сформулировать тот факт, что англичане ценят и дорожат деньгами, трепетно относятся к понятию рынка, говорит о том, насколько важны эти категории в их жизни. Это неудивительно для страны, которая первой перешла к промышленному производству, не одно столетие была успешной экономической державой, и в которой жили и работали ведущие классики экономической науки: Смит, Риккардо, Кейнс и многие другие. За долгое время у английского народа сформировалось особое отношение к деньгам и всему, что с ними связано, а этот факт нашел свое отражение в языке.

Филитович Т.М.

Минский государственный лингвистический университет

Под концептом мы понимаем, вслед за Е.С. Кубряковой, «некие кванты знания, смыслы, которыми оперирует человек в процессах мышления и которые отражают содержание опыта и знания, содержание результатов всей деятельности и процессов познания мира» [3].

Концепт «радость», как фрагмент внутреннего мира человека, отражает определенные представления общества о данном эмоциональном состоянии как проявлении динамических свойств психики носителей языка. Он означает «приятное, желанное, полезное чувство, которое можно назвать чувством психологического комфорта и благополучия» [2]. Это чувство несомненно позитивное в отличие от большинства эмоциональных состояний, включающих как оценочный элемент «хорошо», так и «плохо» (ср.: состояние удивления: Seine Absage hat mich überrascht. Wir waren über den herzlichen Empfang überrascht.). В представлении носителей немецкого языка «радость» характеризуется как спонтанное, неподвластное воле человека эмоциональное состояние, ограниченное во времени и приуроченное к определенному моменту. Понятие «радость» никак не связано с оценкой внутренних свойств человека, оно характеризует его внутреннее состояние.

Высказывания, фиксирующие эмоциональное состояние радости в языке, могут быть представлены в виде модели, отражающей некий фрагмент внутреннего мира человека. Структурными элементами данной модели являются: человек как субъект-носитель эмоционального состояния «радость», само эмоциональное состояние радости, причины эмоционального состояния радости. [1]

Как показывают примеры, сам носитель состояния радости может являться агенсом: Er freut sich. Однако функцию агенса может выполнять и такое «вместилище» эмоционального состояния человека, как сердце: das Herz geht jemandem auf, das Herz flattert vor Freude. В ряде случаев сердце приобретает антропоморфные характеристики, в частности, способность смеяться, прыгать: jemandem hüpf/springt das Herz vor Freude, jemandem lacht das Herz im Leibe. Агеном может служить и сама радость: Freude strahlt aus seinen Augen.

Характерной особенностью собственно вербального выражения состояния радости является широкое использование метафоры, как правило, интенсифицирующей данное состояние. «Нейтральное» проявление радости выражается чаще всего предикатами: sich freuen, Freude empfinden, freudig sein, в то время как сильную и безграничную степень радости выражают в основном метафорические конструкции, как то: vor Freude ein Bein ausreißen, außer sich vor Freude sein, jemandem hängt der Himmel voller Geigen, vor Freude fast platzen. И лишь небольшой процент из них характеризуется слабой степенью проявления эмоциональности: eine stille Freude. Метафора содержит в себе и некоторые дополнительные качественные признаки, например, пространственные, а именно движение вверх: vor Freude hüpfen, an die Decke springen, in die Luft springen, im siebenten Himmel sein. Некоторые пространственные ассоциации сопряжены с границами проявления радости: vor Freude im Dreieck springen, vor Freude im Quadrat springen, von Freude erfüllt sein, а также с выходом за некие допустимые пределы: außer sich vor Freude sein, vor Freude aus dem Häuschen sein, vor Freude außer Rand und Band sein. В данном случае состояние имеет наибольшую интенсивность, доходящую до аффекта, когда субъект теряет контроль и над своим состоянием, и над его проявлением.

Для вербального выражения радости характерны различного рода сравнения: sich freuen (wie ein Schneekönig, wie ein Kind, wie ein Honigkuchenpferd).

Состояние радости человека находит свое выражение во внешних проявлениях: смехе (vor Freude lachen, freudebelebend lachen), танце (Freudentänze aufführen/vollführen), возгласах (Freudengeschrei, Freudenschrei, Freudengeheul), слезах (vor Freude weinen, Freudentränen weinen).

Основные причины радости человека могут быть разделены на несколько категорий: чувства (уверенность в себе, удовольствие, ощущение комфорта и т.д.), мысли (мысли о благополучии в будущем, мысли о приятных, счастливых событиях и т.д.), деятельность (занятия любимым делом, успешное его выполнение, помощь людям и т.д.), сами события (приятная встреча, праздник и т.д.)

1. Вольф Е.М., «Эмоциональные состояния и их представление в языке» // Логический анализ языка. М., 1989, С. 55-76.
2. Изард К., Психология эмоций. СПб., 2003, с. 464
3. Кубрякова Е.С., Краткий словарь когнитивных терминов. М., 1996, с. 246

Современное состояние двуязычной фразеологии

Финкельштейн С.Б.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

В настоящее время основным вопросом фразеологии остается определение критериев отбора фразеологических единиц, их отграничения от неустойчивых словесных комплексов с целью фиксации в современном словаре. Только располагая наиболее четким определением фразеологизма, можно с уверенностью определять необходимый объем и направленность будущего словаря. Решение о функции издания, его предназначении для активного или пассивного использования, напрямую зависит от того, какие рамки будут поставлены автором при работе с фразеологическим составом языка. Так, в случае расширенной выборки описываемых фразеологизмов и более ограниченного толкования можно говорить о том, что данное издание направлено прежде всего на пассивное понимание представленных в языке единиц. Если словарь включает в себя наиболее употребительные единицы фразеологического состава с более объемным толкованием, он предназначен для воспроизведения данных единиц в речи, для их использования в коммуникации.

Следует отметить, что за последние годы, несмотря на многочисленность исследований, проведенных в области фразеологии и двуязычной фразеологии, фразеологических словарей создавалось весьма не много. Так, последним значительным изданием немецко-русской фразеологии, в котором представлены 14 тысяч фразеологических единиц, является словарь Л. Биновича и Н. Гришина, последняя редакция которого предпринималась еще в 1975 году. В русско-английской фразеологии последним масштабным изданием стал словарь С. Лубенской, вышедший в свет в 1997 году и включающий 13 тысяч идиом. Следует учитывать не только актуальность данного словаря, но и его явное превосходство перед упомянутым выше изданием в плане структурированности словарной статьи и информации, представленной в ней.

Одним из основных параметров при составлении фразеологического словаря является определение его объема в плане выбора между фразеологизмами в узком смысле, т.е. собственно идиомами, и фразеологизмами в широком смысле.

Исследование основных вопросов фразеологической теории – изучение параметров фразеологичности (идиоматичности и устойчивости); типология фразеологизмов; изучение семантики фразеологизмов различных типов и нестандартных (в том числе игровых употреблений) идиом; описание варьирования формы фразеологизмов – должно находить свое отражение в современных фразеологических изданиях.

Наиболее актуальным методом отбора фразеологического материала и необходимых для его представления в будущем словаре иллюстраций является корпусно-лингвистический анализ. Его проведение связано с разработанным в 1962-63 гг. в США Брауновским корпусом современного английского языка. Немецко-русская фразеология опирается на корпус текстов, создаваемые Институтом немецкого языка в Мангейме. Под корпусом текстов в широком смысле понимается любое множество текстов или фрагментов текстов представляющих собой базу для лингвистических исследований. В узком смысле слова корпус отличается от архива на карточках тем, что сохраняется в электронном виде и обрабатывается с помощью цифровых технологий.

В настоящее время на основании корпусно-лингвистического анализа ведётся активная работа над составлением немецко-русского словаря современной идиоматики под редакцией Д. Добровольского и Т. Филипенко.

В докладе будут не только представлены наиболее удачные издания двуязычной фразеологии и параметры, которые необходимо учитывать при создании современных словарей, но и последовательно рассмотрены этапы работы над корпусами, и, как результат, итоговая фиксация идиомы в будущем словаре.

Австралийский язык: миф или реальность?

Царенко М.Ю.

Костромской государственный университет им. Н.А. Некрасова

Австралийцы – народ удивительный, а язык, на котором говорят австралийцы, представляет собой уникальное явление. Австралийский “язык” развивался с течением времени, создавая очень богатый и своеобразный словарь, который отражает их сухое остроумие и случайную, как говорят сами австралийцы, мудрость, а также различные культуры и происхождение населения Австралии. Множество австралийских слов были образованы на основе многочисленных аборигенских языков, пришли из британского английского или были заимствованы из других языков. Не смотря на свое происхождение, все эти слова получили так называемую австралийскую окраску, то есть изменили свое значение, учитывая природу, менталитет и образ жизни австралийцев. Например, сочетание «*Noah's Ark*» многие люди по всему миру будут воспринимать как библейское, услышав имя персонажа Ноя, для австралийцев же оно в первую очередь рифма к слову «shark» («акула») [1].

Австралийский английский существует наряду с американским, канадским, индийским, южно-африканским и многими другими «английскими», но в качестве диалекта настоящего британского или так называемого королевского английского. Тем не менее, он отличается от других «английских» своим акцентом, а также словами и значениями, живущими в языке [2].

Откуда же австралийский язык берет свои начала? Своеобразие и уникальность австралийского варианта английского языка мы рассмотрели на примере песни «Waltzing Matilda» («Неся пожитки»), ставшей неофициальным «гимном» Австралии. Человеку, прекрасно владеющему британским английским и никогда не встречавшемуся с австралийским английским, будет довольно сложно перевести эту песню, так как больше половины слов, использованных автором, нельзя отнести ни к одной из разновидностей английского, разве что к австралийскому английскому.

На основе изученного материала можно сделать вывод, что словарный состав языков в основном совпадает. Различия проявляются в сферах, являющихся наиболее важными и актуальными для австралийцев. Кроме того

различия наблюдаются в профессиональных терминах и названиях растений и животных, природных феноменов и ландшафтов, отсутствующих в британском варианте английского языка. Многие слова, относящиеся к сфере жаргона или сленга в Великобритании, являются литературной нормой для австралийского народа.

1. Aussie English for Beginners. Book Two / Под ред. Pope D. Canberra: Paragon Printers, 2003. – 53с.
2. Ramson W.S. The Australian Language. Sydney, London, 1966. – 221с.

К вопросу о языковой ситуации в странах Тихоокеанского региона Латинской Америки

Чавес М.М.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Говоря об испанском языке Латинской Америки, необходимо отметить, что до сих пор идут споры об определении основных языковых зон. Многие ученые определяют основные языковые зоны следующим образом: 1) Мексика и южные штаты США, 2) зона Карибского бассейна, 3) территория Анд, 4) бассейн реки Рио де ла Плата. Данное деление обусловлено не только фонетическими, но также лексическими и синтаксическими различиями.

Тем не менее, небезынтесной представляется теория о двух Америках: Америке Атлантического и Тихоокеанского побережий (Germán Arciniegas, *La América del Pacífico*, en *La Nación*, 26 octubre 1941). Известно, что западная и восточная части континента отличаются не только обычаями, укладом жизни, но и языком. Огромное влияние индейских языков на лексику сочетается с сохранившимся в отдельных регионах кастильским акцентом (например, г. Куско, Перу).

Обращаясь к процессу испанизации в Латинской Америке, можно заметить, что на территории побережья этот процесс был достаточно быстрым и успешным, в то время как в горных районах, а также в некоторых районах сельвы испанский стал сосуществовать с другими многочисленными языками и их диалектами. Результатом подобного синтеза стало появление особого национального варианта испанского языка, чрезвычайно сложного в плане фонетики и лексики. Очевидным становится и тот факт, что в районах Косты (побережье) и Сельвы испанский подвергся наибольшему влиянию автохтонных языков.

В связи с этим, разговорная речь и литературный язык в этом регионе весьма своеобразны в силу большого количества заимствований из индейской лексики. Из-за разнообразия национальных вариантов испанского языка в Латинской Америке встает вопрос о том, насколько специфичным является каждый из них, каково влияние языковых систем в рамках этого региона и по отношению к норме Испании. Огромную роль в исследовании играет сопоставительный анализ разговорной речи жителей различных географических зон каждой страны, а также сравнение с языковой ситуацией в других регионах Латинской Америки.

Социокультурный аспект цветообозначений

Чжоу Хун

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Как известно, язык является не только важным средством человеческого общения, но и неотделимой частью культуры. Языки разных народов зависят от своей социокультуры, а также отражают её определённое содержание. Поэтому, чтобы достичь успешного общения, нам необходимо соизучение взаимосвязи языков и культур.

В данной работе рассматривается употребление названий цветов спектра в английском, китайском и русском языках, с тем, чтобы показать, как такое универсальное явление, как “цвет”, представляется людьми разных культур.

Цвета могут вызывать разные ассоциации у людей и очень часто оказывают влияние на настроение человека. Вот почему названия цветов используются в разных языках для описания характера, состояния и мнения человека. Например, Mr. White is a very *white* (порядочный) man. He was looking rather *green* (бледный) the other day. He has been feeling *blue* (грустный) today. When I saw him, he was in a *brown* mood (хмурый). I hope he'll soon be in the *pink* (здоровый) again. А в русском языке часто употребляются производные от названий цветов наречия, категории состояния и глаголы для передачи такого типа значений. К примеру, мне не совершенно *фиолетово* (безразлично), как вы будете оценивать мою работу, поскольку я не хотела бы *краснеть* (стыдиться) за неё и хотела бы, чтобы она не *побледнела* (потеряла достоинство) в сравнении с другими. Что касается китайского языка, то там наблюдается относительно мало употреблений слов с такими значениями. Более того, если китаец говорит, что лицо какой-н. девушки *красное*, то он имеет в виду, что эта девушка стесняется. А если он говорит, что лицо какого-н. человека *зеленое*, то он имеет в виду, что этот человек рассердился.

Много цвето-выражений представляет собой продукт исторического развития, и их также можно назвать “ограниченными культурой словосочетаниями”. Например, хотя во всех трёх языках есть словосочетание “*красная книга*”, оно не одинаково понимается. В английском языке *Красная книга* содержит имена людей, которые работают на государственной службе; в русском она содержит списки редких и находящихся под угрозой исчезновения животных и растений; в китайском это название, в зависимости от эпохи, по-разному интерпретируется. В последней династии древнего Китая под *красной книгой* подразумевается прочитанный императором меморандум какого-н. чиновника, поскольку император делает на нем замечание красной кистью; во время культурной революции имеется в виду “Сборник цитат Мао Цзэдуна”, поскольку там была заложена коммунистическая идеология и его обложка была красной.

Красная девица понимается в русском как красавица, поскольку слово *красный* первоначально имело значение “красивый”; а в китайском это выражение понимается как сваха, поскольку оно получило такое значение после публикации известного китайского рассказа “Xixiangji”. В этом рассказе была служанка Хун-ниан (*Красная девица*), благодаря чьей помощи, состоялся брак её хозяйки с бедным, но умным парнем.

Рассмотрим ещё и *желтый* цвет в этих трёх языках. Этот цвет у китайцев чаще всего ассоциируется с властью, так как в древнем Китае только император имел право носить желтую мантию. И поэтому в китайском есть такие выражения, как “*huangmenfuma*” (буквально «зять *желтой* двери», что означает зять императора.), “*huangyishizhe*” (буквально «вестник *желтой* одежды», что означает евнух). В английском, напротив, этот цвет ассоциируется с чем-то негативным. Например, He is too *yellow* (трусливый) to stand up and fight. *Yellow Dog Democrats* (твердолобые демократы) got together to chew the fat. Однако надо заметить, что в связи с глобализацией во всех трёх языках существуют такие понятия как желтые страницы, желтая пресса.

Подобно тому, как желтый цвет в китайской культуре может символизировать королевскую власть, высокий пост, в западной культуре такое значение имеет *пурпурный*. “Be born in the purple” означает “родиться в императорской или дворянской семье”, “raise to the purple” означает “стать императором или кардиналом”; “marry into the purple” означает “выйти замуж за знаменитость”.

Необходимо отметить, что в разных языках одно и то же явление иногда описывается разными цветами. Ниже дается сравнение цвето-выражений в английском, китайском и русском языках.

английский язык	китайский язык	русский язык
<i>black tea</i>	<i>hongcha</i> (красный чай)	черный чай
<i>green-eyed</i>	<i>yanhong</i> (красноглазый)	завистливый
<i>cinderella</i>	<i>huiguniang</i> (серая девушка)	золушка
<i>blue film</i>	<i>huangsedianying</i> (желтый фильм)	порнофильм
<i>blue joke</i>	<i>huangsexiaohua</i> (желтая шутка)	пошлая шутка

В заключение стоит отметить, что названия цветов обладают яркой национальной спецификой, обусловленной как интралингвистическими факторами, так и особенностями национально-культурной среды.

1. Kingsoft Ciba 2002 (Electronic Dictionaries System)
2. Ожегов С. И. и Шведова Н. Ю., *Толковый словарь русского языка*, М., 1999, С.939
3. <http://www.onelook.com>

Особенности испанского натурализма (по роману Э.Пардо Басан “Родовая усадьба Ульоа”)

Шершнева Е.В.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Натурализм как литературное явление доминирует в Европе, особенно во Франции, во 2-ой половине XIX в. О натурализме в Испании, по мнению отечественного критика З.И. Плавскина, можно говорить лишь как об эпизоде в творческой эволюции писателей – реалистов к. XIX в. Испанские исследователи считают, что натурализм проник на Иберийский полуостров в неполном объеме, и речь идет только о видоизмененных формах, которые “ смягчают “ нерелигиозность и детерминизм, столь характерные для французского натурализма.

Стремление поставить литературу в один ряд с наукой – главное, что привлекало в натурализме Эмилию Пардо Басан. Она сама заявляла, что роман является трактатом о жизни, и единственное, что писатель может привнести в него - это видение реальных вещей. К таким романам- исследованиям, которые были написаны Пардо Басан во время увлечения натурализмом принадлежит и произведение “Родовая усадьба Ульоа“ (1886).

В этом романе, следуя натуралистическим канонам, писательница предпринимает тщательное исследование деревни галисийской области. Она предлагает читателю подробные зарисовки приходящего в упадок поместья (картина фамильного архива владельца поместья дворянина Педро де Москосо, где царит разруха и запустение). Следует отдельно заметить, что большую нагрузку в романе несут описания природы. “ ... природа ... представляет собой динамическую силу, уравнивающую различные классы, сближающую дворян и крестьян ... галисийский пейзаж в романах Пардо Басан предстает как физиология растительного царства ... “ [2, стр. 60]. Изображая в романе жизнь провинциального поместья, испанская писательница показывает, насколько озлоблены и ожесточены главные герои повествования (образ управляющего).

Испанская писательница понимает желание французских натуралистов отображать жизнь низших классов, правдиво описывать социальную среду, использовать народный язык. Но она не принимает положение французского натурализма о том, что человек подвластен законам природы, зависит от общественной и социальной среды и его воля не свободна.

Эмилия Пардо Басан приняла натуралистическую технику, но не согласилась с его идейным содержанием. Она заимствовала у натурализма его аналитический метод и документальные исследования .

Несложно догадаться, что писательница пытается сочетать французский натурализм с христианской моралью, которую она и пытается соблюсти как примерная католичка.

Натурализм в Испании имеет немного общих моментов с натурализмом французским . По мнению испанского критика Федерико Сайнс де Роблеса, “ испанский натурализм более здоровый, менее пессимистичен и более естествен “ [4, р. 870] .

1. Плавский З.И. “ Испанская литература “ // История всемирной литературы, М., 1991.
2. Плавский З.И. “ Испанская литература в XIX-XX вв. “, М., 1985, 297 стр.
3. E. Pardo Bazan “ Los pazos de Ulloa “, La Habana, 1975, 252 p.
4. Federico Carlos Sainz de Robles “ Ensayo de un diccionario de la literatura “, Madrid, 1954.
5. Diccionario de literatura española, Madrid, 1972.

Прагматические особенности функционирования восклицательных предложений в письменных протестантских проповедях

Шиповских М.В.

Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова

Возросший интерес российских лингвистов к вопросу функционирования языка в религиозных текстах отмечается с начала 90-х годов прошлого века. В настоящее время известны некоторые исследования отдельных языковых явлений и языковой организации текстов религиозной направленности (1), однако все эти исследования носят фрагментарный характер. Тем не менее такие исследования немаловажны и вносят определенный вклад в сравнительно-сопоставительное и филологическое изучение языков, способствуют развитию теории и практики перевода в этой области.

Данная работа посвящена анализу одного из видов религиозного текста – христианской проповеди. Анализ проводился на материале письменных англо-, испано- и русскоязычных протестантских проповедей: баптистских и лютеранских.

Проповедь – это особый вид религиозной коммуникации, основной задачей которого является оказание воздействия на получателей (верующих и неверующих) в их религиозной и светской жизни (2). Исходя из основной коммуникативной задачи этого жанра религиозной литературы проповедник (отправитель текста проповеди) определяет цель своей проповеди, ее прагматический замысел и языковые средства, которые содействуют достижению авторской цели.

В письменной проповеди воплощению прагматического замысла автора способствуют различные языковые средства и структурно-графического и семантического аспектов (3). Наше исследование направлено на выявление прагматических особенностей восклицательного знака как одного из прагматически окрашенных структурно-графических средств.

Во-первых, следует отметить частое использование восклицательных предложений в анализируемых проповедях. В среднем, на одну страницу проповеди, приходится два-три восклицательных предложения. Однако встречаются случаи и более частого использования восклицательных предложений. Так, в русскоязычной переводной проповеди «Что значит ходить в духе» (автор P.G. Mathew) на четырех с половиной страницах проповеди (формат А4) зафиксировано 56 случаев употребления восклицательных предложений, что объясняется особой пафосностью темы проповеди, особенностями авторского стиля повествования и особенностями перевода.

Во-вторых, необходимо подчеркнуть, что восклицательные предложения в проповедях встречаются в заглавиях, в окончании и в основном тексте проповеди. Восклицательные предложения могут выполнять в заглавиях, помимо основной эмотивной функции, дополнительные функции воздействия на адресатов с целью привлечения их внимания к проповеди. Использование восклицательного знака в окончании проповеди вносит дополнительную усилительную сему в религиозные возгласы прославления и веры *Аминь!* и *Аллилуйя!*, а также подчеркивает призывный и напутственный характер предложений, предшествующих этим словам.

В основном тексте письменной проповеди восклицательный знак используется в цитатах, обращениях, призывах, императивных и оценочных предложениях. Использование библейских цитат, содержащих восклицательные предложения, привлекает внимание получателей проповеди, придает особую пафосность и эмоциональность словам автора, которые и призваны проиллюстрировать и подкрепить цитаты из Священного Писания.

Использование восклицательного знака в призывах и императивных предложениях усиливает призыв и побуждение к действию, создает «целую палитру дополнительных оттенков» (4, 118).

Многие проповеднические обращения направлены на привлечение внимания «высшего наддресата» – Бога, во всех его ипостасях (1, 15). Использование восклицательного знака в таких обращениях подчеркивает значимость Бога для верующих, а также эмоциональный настрой этого обращения.

Кроме этого, восклицательный знак употребляется в оценочных предложениях. Оценка в прагматическом значении выражает категорию соответствия / несоответствия высказывания (события, действия) нормам, существующим в представлении проповедника. Проповедник выражает свое мнение, а с помощью восклицательного знака привлекает внимание адресатов к этому мнению и призывает их его разделить.

Наконец, хотелось бы отметить особую структурную характеристику восклицательных предложений в анализируемых проповедях – использование экскламов. В качестве экскламов употребляются наречия, прилагательные и местоимения. Их функция – «интенсификация эмотивности, оценочного и экспрессивного признаков» (4, 120).

В заключении следует подчеркнуть, что во всех анализируемых проповедях восклицательный знак является одним из прагматических элементов, выполняющих эмоционально-экспрессивную функцию. Кроме этого, в процессе исследования было выявлено, что в разноязычных проповедях наблюдается единообразие в способах и частотности употребления восклицательного знака.

1. Агеева Г.А. Религиозная проповедь как специфический вид языковой коммуникации. Дисс. ... канд. филол. наук. Иркутск, 1998, с. 2-26

2. Словарь атеиста. М., 1990, с.158

3. Боброва Л.Г. Прагматика сетевого информационного текста. Дисс. ... канд. филол. наук. М., 2001, с. 50

4. Писарев Д.С. Функционирование восклицательных предложений в современном французском языке и их прагматический аспект // Прагматические аспекты функционирования языка, 1983, с. 115-122

УДК 820-3.18:830-3.18

Глагольно-субстантивные фразеологизмы с компонентом *give* в английском языке

Ягодницкая Н.А.

Поморский государственный университет им. М.В. Ломоносова

В качестве объекта исследования выбираем фразеологические единицы (ФЕ) с ведущим глагольным компонентом *give*. Цель данной работы – проследить, насколько активен этот глагол в образовании глагольно-субстантивных ФЕ английского языка. Выборку осуществляем по словарю А.В. Кунина [1].

Фразеологические единицы рассматриваемой модели имеют две структурные группы: а) глагольно-субстантивные ФЕ без детерминанта, б) глагольно-субстантивные ФЕ с детерминантом.

Первая группа ФЕ делится на две подгруппы по характеру грамматического оформления субстантивного компонента (единственное/ множественное число), которые могут быть проиллюстрированы следующими фразеологизмами: а) *give smb joy* – желать счастья, *give smb credit* – отдавать кому-л. должное, *give smb hell* – задать жару, б) *give smb points* – давать кому-л. несколько очков вперед, *give smb fits* – легко справиться с кем-л., *give smb rats* – причинять неприятности кому-л. Субстантивный компонент всех перечисленных в подгруппе (а) ФЕ имеет форму единственного числа, но артикль в них не употребляется, за счет чего усиливается устойчивость анализируемых языковых единиц.

Вторая группа объединяет две подгруппы, первая из которых включает фразеологизмы с субстантивным компонентом, вводимым неопределенным артиклем, а вторая – определенным: а) *give smb a chase* – вовлечь кого-л. в погоню; *give smb a lecture* – читать кому-л. нотацию, *give smb a miss* – пройти мимо кого-л., избежать встречи с кем-л.; б) *give smb the bird* – уволить кого-л.; *give smb freeze* – облить кого-л. презрением и др.

Вариантность ФЕ в рамках данной грамматической модели весьма развита и разнообразна по характеру. В большинстве случаев варьированию подвергаются глагольные компоненты: *give smb a lecture/ read smb a lecture* или *give smb a chase/ lead smb a chase*. Анализируемые фразеологические единицы допускают также количественные варианты: *give smb a fine chase/ give smb a merry (pretty) chase*.

ФЕ рассматриваемой структурной организации обладают и морфолого- синтаксической вариантностью. Характерным для такого типа вариантности является изменение структуры фразеологизма в результате перестановки одного компонента и добавления предлога перед альтернативом, который указывает на кого/ что направлено действие:

give smb a back/ give a back to smb – поставить спину (в чехарде); *give smb the lie/ give the lie to smb* – уличать кого-л. во лжи; *give smb pause/ give pause to smb* – приводить в замешательство, поставить в тупик.

Приведенные выше и другие виды вариативности могут быть присущи и одному и тому же фразеологизму. Такая совокупность разнотипных вариантов определяется А.В. Куниным как тип смешенных вариантов. Например, у ФЕ *give smb the (cold) shivers = send a (cold) shiver* или *cold shivers down* или *up* (или *up and down*) *smb's back* или *spine* – нагнать страх (у) на кого-л., заставить кого-л. содрогнуться; ≅ мурашки по спине бегают – наблюдается сложное соотношение вариантов: 1) взаимозаменяемость глаголов *give* и *send*; существительных *back* и *spine*; 2) вариация словоформ единственного и множественного числа; 3) количественные варианты: прибавление слова *cold* к субстантивному компоненту в качестве варианта препозитивного определения; усечение элементов: *give cold shivers up* или *down smb's spine* вместо *up and down*. *In was curious that it should send a cold shiver down her back to think that people were talking about her.* (А.В.Кунин, 1998); 4) замена альтернанта, который выражается либо притяжательным местоимением, либо существительным в родительном падеже, при перестановке *the (cold) shivers* из положения постпозиции в положение препозиции по отношению к альтернанту, выражающему объект, на который направлено действие.

Активность ФЕ с компонентом *give* в речи делает перспективным изучение данных фразеологизмов как в отношении их структуры, так и их семантических особенностей.

1. Кунин А.В. Большой англо-русский фразеологический словарь. – 5-е изд., исправл. – М.: Живой язык, 1998. – 944 с.

Ausgewählte Aspekte einer lehrzielorientierten Didaktik des Übersetzens und Dolmetschens an Hochschulen

Bauer A.

Moskauer Staatliche Lomonosov-Universität

Im Gefolge der zunehmenden Globalisierung in allen Bereichen des Lebens hat der internationale Austausch sprunghaft zugenommen und mit ihm auch der Bedarf an qualifizierten ÜbersetzerInnen und DolmetscherInnen. Neu eingerichtete universitäre Bildungseinrichtungen bzw. Studienzweige versuchen diesen Bedarf bestmöglich zu decken; Lehrkräfte halten Ausschau nach adäquaten Unterrichtsmethoden. Vorliegender Beitrag will als Orientierungshilfe dienen und konkrete Anleitungen und Vorschläge zur Gestaltung von Übersetzungs- und/oder Dolmetschübungen geben.

Zunächst soll der Frage nachgegangen werden, welche Materialien als Grundlage von Übersetzungs- und/oder Dolmetschübungen geeignet sind, welche weniger oder gar nicht. Hönig und Kußmaul stellen die an Universitäten gängige Übersetzungspraxis kritisch wie folgt dar: Verwendet werden mit Vorliebe Texte, die feuilletonistisch, humorvoll, geistreich und witzig kulturkritische, historische, soziologische oder philosophische Themen zum Gegenstand haben. Es sind dies Texte, mit denen der/die BerufsübersetzerIn relativ selten in Berührung kommt. Diese Praxis scheint davon auszugehen, dass man das Übersetzen an jedem Text üben kann und dass es außerdem eine recht langweilige Angelegenheit ist, weshalb Lehrende sozusagen als Gefälligkeit gegenüber den Studierenden zumindest Texte unterhaltender Art auswählen sollten. Überdies bieten Texte, die gespickt sind mit kulturellem Wissen, literarischen Anspielungen und Wortspielen jeder Art, dem/der Lehrenden den Vorteil, mit einem beträchtlichen Informationsvorsprung in die Unterrichtsstunde zu gehen und das Erarbeiten dieses Hintergrunds zum eigentlichen Gegenstand der Stunde zu machen²⁹. Als Antwort auf diese Kritik wollen wir in Anlehnung an Kautz³⁰ folgende Kriterien der Textauswahl zur Diskussion stellen: Didaktische Eignung, Authentizität, Thematik, Schwierigkeitsgrad, Textsorte, Länge, Interessantheit, Aktualität.

Mit der Auswahl eines Übungstexts ist es freilich noch nicht getan; entscheidende Rolle kommt des Weiteren der Didaktisierung von Texten für den Übersetzungs- bzw. Dolmetschunterricht zu. Wir werden versuchen, mögliche Übungstypologien und Unterrichtsmodelle zu skizzieren, anhand derer die zuvor festgelegten und angestrebten Lehrziele – Entwicklung von translatorischer Kompetenz, Verbesserung von Kenntnissen (mutter- und fremdsprachliche, sozio- und interkulturelle, sachlich-fachliche), Entwicklung von Haltungen (u. a. Loyalität gegenüber Ausgangstextautor, Auftraggeber und Zieltextadressat) – erreicht werden können.

1. Hönig, Hans G./Kußmaul, Paul (1991) *Strategie der Übersetzung. Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. 3. durchges. Auflage. Tübingen: Narr (Tübinger Beiträge zur Linguistik 205)

2. Kautz, Ulrich (2002) *Handbuch Didaktik des Übersetzens und Dolmetschens*. 2. Auflage. München: Iudicium, Goethe-Institut

3. Nord, Christiane (2001) *Lernziel: professionelles Übersetzen Spanisch-Deutsch: ein Einführungskurs in 15 Lektionen*. Wilhelmsfeld: Egert

4. Rodrigues, Cassio (2000) „Warum hast du das so und nicht anders übersetzt? Übersetzen als Übungsform: Praktische Beispiele aus dem brasilianischen Deutschunterricht“, in: *Fremdsprache Deutsch* 23/2000, 25-32

5. Rösler, Dietmar (2000) „Kooperativ statt lehrerzentriert! Ein Beispiel für kooperativen Übersetzungsunterricht“, in: *Fremdsprache Deutsch* 23/2000, 19-24

УДК 800-37.022

Role play as an effective way of teaching a foreign language

Mussagaliyeva A.T.

L.N. Gumilyov Eurasian National University

A role play is when students take the part of a particular person: a customer, a manager, a shop assistant, for example. As this person they take part in a situation, acting out a conversation. Role play can be used to:

- remind the students of situations they might be in;
- give the students an opportunity to try out language recently introduced or revised and practice it in a more controlled way;
- give the students the opportunity to improve their fluency, through a wide range of language, in a variety of situations and with different speakers; help you plan which areas to work on through the diagnosis of the strengths and weaknesses of the students' English.

The chosen topic observes the problem of role play usage among students of junior courses through the mentality of post-Soviet language learners. I found out two sides of this problem: on the one hand, role play can be very effective tool in accordance with modern technologies, on the other hand, it may sound quite strange for students who are not accustomed to pretend to be someone else, even through theatre plays or in imaginative situations.

²⁹ Vgl. Hönig/Kußmaul, *Strategie der Übersetzung*. Tübingen, 1991, S. 28.

³⁰ Kautz, *Handbuch Didaktik des Übersetzens und Dolmetschens*. München, 2002, S. 147ff.

During my research work I conducted several 'open' lessons to try out the real potential and effectiveness of role play, and to my satisfaction, lessons were very communicative, student-centred, imaginative; helped every learner to feel himself at ease. On the contrary, 4th course students were quite tired and sometimes shy even to present dialogues from the book (not of their own!), though they agreed that this technique should be involved in speech exercises as a modern and communicative one.

Role play exercises, with a teacher who likes them and believes in their potential, and with a reasonably uninhibited class, can show excellent results. But even the most apparently attractive activities often do not work. There are two major problems here, one concerned with the nature of role play itself, and one with a dimension missing from many such exercises. The first is the problem of student inhibition. Many students, unused to this type of exercise, particularly more mature ones with a non-Western-cultural background, find it difficult to pretend to be someone else. This problem can be overcome by unremitting efforts on the part of a dedicated teacher, coupled with explanation of what he / she is going to do.

The second problem is the question of purpose. In most role play exercises, students are given a stimulus-situation and / or roles, but they are given no final objective to aim for. The situation is left open to them to interpret and develop as they see fit. Put into a foreign language learning context, this lack of specific direction and purpose sometimes results rather in confusion and uncertainty what to do next; partly because our students are not all relaxed and imaginative enough, partly because they are relatively limited in their technical ability to express themselves [1].

Role play is a step up from 'talk about x'; it is now 'talk about x in role situation y'; but we need one final step: 'talk about x in role situation y in order to achieve z'.

Video role playing.

If learners are to use language appropriately in situations, it is important that they understand what the situation is about as quickly as possible. Video presentations of scenes that learners should use as a model provide an excellent way of explaining all the aspects of a communicative situation.

The presentation of the scene on video has two other important advantages, compared with conventional explanations of a proposed role play. After seeing a model acted out in front of them, all the learners have a clear idea of what is required. The constraints that operate, or the limits within which the action should be contained, can be made quite explicit by reference to the video model. The second major advantage concerns the learners' self-assurance. For a wide variety of reasons, many learners are shy of role playing in front of their fellow learners. The video model provides a cover for these learners. Rather than trying – and possibly failing – to act the scene in their own way, learners can consciously act like the actors in the video presentation.

This element of mimicry means that their own personalities are distanced from the role play, which increases the learners' confidence [2].

And, finally, making conclusion, I can state that role play is not a way of preparing learners to cope with specific communicative needs. Rather, it is a way of encouraging general confidence and fluency in foreign language use, by allowing the learners to explore and exploit their communicative repertoire in any ways they wish. It also encourages them to express their own imagination and individuality through the foreign language. This in turn helps them to relate the new language to their own personality and to increase their sense of emotional security in handling the foreign medium.

Role play is a way of taking the students out of the classroom for a while to show them how English can be useful to them in certain situations.

1. Penny Ur Discussions that work. Task-centred fluency practice. Cambridge University Press, 1993, pp. 9-11
2. Gillian Porter Ladousse Role play. Oxford University Press, 1987, pp. 5-13

УДК 820-3.18:830-3.18

Variability of biblical idioms

Popova S.P.

Pomorsky State University named after M.V. Lomonosov

The object of the given research is English idioms of biblical origin. The theoretical basis of this paper is the conception of Professor A.V. Kunin. About 400 English phraseological units of biblical origin were chosen from Kunin's "English-Russian phraseological dictionary" [1] for the analysis.

In the sixties V.L. Arkhangel'ski offered variation method of studying phraseological units, and later A.V. Kunin in his book "A Course of Phraseology of the Modern English Language" also pointed out that special attention should be paid to constant and variable components [2]. The study of the variability problem in biblical idioms and other phraseological units of biblical origin enable me to classify them in accordance with the type of variants they belong to:

grammatical variants which may be subdivided into:

a) morphological variants: make broad one's phylactery / make broad one's phylacteries, the power of darkness / the powers of darkness, every fool will be meddling / every fools will be meddling, the valley of the shadow / the valley of shadows, open the door to something / open the doors to something, be in deep waters / be in deep water, etc.;

b) morphologo-syntactical variants: Solomon's wisdom / the wisdom of Solomon, serpentine wisdom / the wisdom of the serpent, the land of promise / the promised land, lie at somebody's door / lie at the door of somebody, clay in somebody's hand / clay in the hands of somebody, stink in somebody's nostrils / stink in the nostrils of somebody, etc.;

lexical variants which may be subdivided into:

a) verbal variants: throw / cast in one's lot with somebody, put / set somebody's teeth on edge, drain / drink the cup to the dregs, bear / carry one's cross, one's hour had struck / come, give / lay down one's life, put / set one's hand to the plough, bind / tie somebody hand and foot, cast / throw in one's lot with somebody, hide / keep / lay up / wrap up in a napkin, etc.;

b) substantive variants: a drop in the bucket / a drop in the ocean, as white as milk / as white as snow / as white as wool, scarlet whore / scarlet woman, find favour in smb's eyes / find favour in smb's sight, the four corners of the earth / the four corners of the world, eat the bread of affliction / eat the bread of humiliation / eat the bread of sorrows, as hard as flint / as hard as a stone, poor as a church mouse / poor as the rat / poor as Job / poor as a bandicoot, etc.;

c) adjectival variants: a shining light / a leading light, the great enemy / the last enemy, a double-edged sword / a two-edged sword, etc.;

d) prepositional variants: by / with the skin of one's teeth, take on / upon one's own shoulders, be a law into / to / unto oneself, beyond / within the veil, a millstone about / round / around somebody's neck, shake off the dust of / from one's feet, etc.;

quantitative variants: bring smb.'s gray hairs to the grave / bring smb.'s gray hairs with sorrow to the grave; be weighed and found wanting / be weighed in the balance and found wanting; to the four winds / to the four winds of heaven; sell one's birthright / sell one's birthright for a mess of pottage; with all one's heart / with all one's heart and soul; the narrow path / the straight and narrow path, etc.;

mixed variants: bury / hide one's talent(s) in a napkin; put words in smb's mouth / put words into the mouth of smb; with a strong arm / by the strong hand; stolen pleasures are sweet / stolen waters are sweetest; proclaim upon the house-tops / declare from the roof tops, etc.

Quantitative analysis gives me an opportunity to state that the widest group of variable phraseological units is represented by the verbal variants. According to the number of varied verbs I can classify the phraseological units under study into those having:

- A) TWO VARIANTS: pluck / take BY THE BEARD, bind / tie SMB HAND AND FOOT, ETC.;
- b) three variants: eat / swallow / take back one's words, eat / live on / live off the fat of land, etc.;
- c) four variants: hide / keep / lay up / wrap up in a napkin, etc.

The problem of variability studied in the paper is considered to be very important, because variability is a display of the asymmetry, and the asymmetry is one of the ways of the language development. So, structural and component analysis enables me to single out the following types of variants in biblical phraseological units: morphological, lexical, quantitative and mixed ones with their subdivisions.

1. Кунин А.В. Англо-русский фразеологический словарь / Лит. ред. М.Д.Литвинова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М., 1984, 944 с.

2. Кунин А.В. Курс фразеологии современного английского языка. М., 1996, с. 31.

УДК 820-3.18:830-3.18

Phraseological units of business English: the problem of polysemy

Shirjaeva J.

Pomorsky State University named after M.V. Lomonosov

While working on classification or systematization of economic terms it's important to take into consideration their semantic structure. A term is a word or word-combination of a special language of specific domains (such as manufacturing, science technique and others) created, borrowed, or adopted for the exact expression of the concepts of that science and the denotation of its special objects [1]. The most important characteristic features of terms are: 1) definability; 2) monosemantic character within the bounds of exact terminological subclass; 3) independence from the context; 4) lack of stylistic colouring. But some of these points are not equally treated by different scientists (see e.g.: [2]). Our research proves that economical terminology can include polysemantic terms, synonymic terms, terms with stylistic colouring and etc. The system of business English terminology consists not only of simple and combinatory terms, there also exist quite a number of terms of phraseological character in the language. As far as phraseological terminology is concerned, some of PU-terms do not meet these requirements either. Such phenomenon as polysemantic phraseological unites in the business English language is the object of study in the given article.

The semantic analysis of "Oxford Dictionary of Business English" [3] shows that terms can be divided into monosemantic and polysemantic ones.

The majority of phraseological terms is of a monosemantic character, e.g.:

dead capital *noun* (accounting) – money that is not invested, or not invested profitably: *Unless you invest wisely you will end up with too much money as dead capital* (Tuck 2000: 118).

But, nevertheless, there are approximately 3-5 % of PU-terms that can derive more than one meaning. For example, the dictionary under analysis includes 67 polysemantic terms of phraseological character. The majority of them has two meanings, e.g.: **grey market** *noun* (stock exchange): 1) a situation where goods are in short supply, but are traded legally: *buy and sell on the grey market* or *pay grey market prices*; 2) a situation where shares are traded before they are officially issued: *Water company shares gained up to 24p in grey market trading* (Tuck 2000: 187).

Only six terms of phraseological character have more than two meanings, e.g.: **service charge** *noun*: 1) a sum, usually 10% or 15%, added to a bill in a hotel or restaurant for serving customers: *No tip is necessary as a service charge is included*. 2) (*finance*) a fee paid for the arrangement of a loan; 3) (*administration*) a fee paid by tenants of a block of flats or offices to cover the cost of repairs, redecorating, etc: *The cost of cleaning is included in the service charge*. 4) a fee paid to a supplier for regular checks, repairs, etc of goods bought: *pay an annual service charge for a central heating system* (Tuck 2000: 383).

Sometimes different meanings of terms of phraseological character can be referred to different branches of the science of economics, e.g.:

material fact *noun*:

(insurance) any fact that, by law, must be declared by a person applying for insurance: *All material facts must be supplied before the underwriter will accept the risk*.

(stock exchange) any fact about a company that must, by law, be made known on the issue of a prospectus: *No material facts about the company should be suppressed*;

(law) information given by a witness at a trial, important enough to influence the court's decision: *The witness induced a new material fact* (Tuck 2000: 259).

The polysemy of some terms may be also explained by the existence of different meanings in different economic realities, e.g.:

third market *noun* (stock exchange):

(in the UK) one of the trading sections of the International Stock Exchange. It deals in securities that are less strictly listed than for the main market, and are therefore more risky: *invest in the third market* or *buy on the third market*;

(in the USA) the market in which listed securities are bought and sold privately, without using a stock exchange: *I bought the shares from a broker on the third market* (Tuck 2000: 429).

Other problems of particular character in phraseological units of Business English will be exposed and discussed in the report.

1. Theory and Method / Edited by O. Akhmanova and G. Agarova. MGU, 1974, p. 7.

2. Грищенко И.А. Требования к термину как к единице, именующей понятие (на материале нем. юрид. терм.) // Языки профессиональной коммуникации: Материалы междунаро. науч. конф., Челябинск, 2003, с. 94-95.

3. Tuck A. Oxford Dictionary of Business English. Oxford, 2000, 491 p.

Teaching university non-linguistic students speech interaction in a foreign language

Smashnaya S. M

Belarusian State Pedagogical University named after M. Tank

Key words: speech interaction, interactive strategies, strategic competence and speech strategy of a teacher, rules and speech conventions, speech tactics, principles of modern teaching process, conventional, compensatory and cooperative exercises based on techniques of neuro-linguistic programming (NLP- techniques), cognitive styles and patterns.

The aim of the investigation is to find theoretical ground, practical implementation and to test NLP-methods of teaching university non-linguistic students speech interaction in a foreign language (intermediate and upper-intermediate level).

The object of the research is speech interaction in the process of oral communication in a foreign language during NLP-training.

The subject of the research: NLP-methods of teaching non-linguistic students interaction in a foreign language.

As a result of the research the process of communication in a foreign language is presented as speech interaction based on impact having speech strategy as an inseparable component. The *innovation* of the research comprises the substantiation of the structure and content of strategic competence based on cognitive styles and patterns as a necessary ingredient in the process of mastering skills of speech interaction.[1;5] The criteria of selection of communicative minimum for foreign language interaction were formulated and a set of conventional, compensatory and cooperative exercises, based on NLP- techniques, has been developed and experimentally tested.[2;3]

The experimental research has revealed *8 main principles* of effective teaching non-linguistic students speech interaction in English language:

the intensive program in English for non-linguistic students which is based on NLP- techniques and cognitive styles and patterns provides fast, easy and natural learning;

the program should be worked out taking into account modern findings of developmental psychology;

complex studying is preferred through all language stages: speaking, listening, reading and writing. And it craves for consistent work on grammar, phonetics and spelling;

using non-traditional forms and methods of teaching is essential (NLP-technique, suggestology tactics, intensive learning means);

alternation of different kinds of activity – working individually and in small groups (role-play games, dialogues; discussions);

information is supposed to be logically structured from simple to complicated issues;

the material is regularly revised on a high level;

lessons should be given in English only[5].

1. Бэндлер Р. Используйте свой мозг для изменения. Нейро-Лингвистическое Программирование. СПб.: Ювента, 1994.

2. Дилтс Р. Изменение убеждений с помощью НЛП. М.: Класс, 1999.

3. Alder H. NLP for Trainers. McGraw Hill, 1996.

4. Герасимов А., Плигин А. Руководство к курсу НЛП-Практик. М.: КСП+, 2000.

5. J.T. Waterson. Working Effectively With People. Former State Leader 4-H Youth University of Hawaii.1996.

Lexical variability of English phraseological units with the component 'make'

Tsyrcul T.G.

Pomorsky State University named after M.V. Lomonosov

The object of the research is phraseological units including the verbal constituent 'make'. The cause of our attention to these phraseologisms is that the verb 'make' possesses a significant phrase-building potential. "English-Russian Phraseological Dictionary" by A. V. Kunin registers about two hundred and sixty phraseological units with the component 'make'.

By means of the contextual-variational analysis we get the following results.

About 66% of phraseological units have constant or constant-changeable dependence of the components, which means that they do not have any variants: make a day of it – *not fml* to spend the whole of a day enjoying oneself; make mincemeat of – *not fml* to defeat or to destroy (opposition) completely; e.g.:

"On our way home after the ball game Miss Cranshaw said, 'Look here, let's make a day of it... What do you say, we take in a movie?" (*W. Saroyan, "Mama, I Love You", ch. 25*).

"In any case, he was an extremely dangerous antagonist – a man who had made mincemeat of all his literary opponents..." (*L. Strachey, "Biographical Essays", "The President de Brosses"*).

More than 33% of analyzed phraseological units are characterized by different types of variability. The most frequent type is the verbal variability, which embraces two-component, three-component and poly-component variants: make/ earn/ turn an honest penny – to get money by fair labour; make/ do/ go/ take/ walk one's way – to visit, to evade; make/ stage a come-back – *not fml* to get well after the defeat, to find the past popularity; e.g.:

"Well, Mrs. Gamp," observed Mould, 'I don't know any particular objection to your earning an honest penny under such circumstances." (*Ch. Dickens, "Martin Chuzzlewit"*).

"Tom was available wherever an honest penny could be turned." (*J. O'Hara, "From the Terrace"*).

"I shall go downhill... and I shall try to make a come-back." (*L. P. Hartley, "My Fellow Devils"*).

"Now is the time to hit the tottering Tories... They should be given no chance to stage a come-back." (*'Daily Worker', Jan. 19, 1963*).

There is also prepositional type of variability: make a good fist at/ of smth – *not fml* to have a good try to do smth successfully, to be able to do smth; make a run for/ of it – to run away, to bolt; e.g.:

"I thought of making a run of it. But he would have caught me up... I couldn't give him the slip." (*J. Conrad, "Chance"*).

"Just a minute," Tragg said. 'I'm going to put some bracelets on this boy so he won't make a run for it.'" (*E. S. Gardner, "The Case of the Hesitant Hostess"*).

Substantival constituents are varied not so often; which shows a high stability degree of phraseological units, having such components in their composition. Substantival variability could be illustrated by the following examples: make fun/ mock/ sport of smb/ smth – to laugh at smb/ smth; make a hog/ pig of oneself – to overeat, to be stuffed; make a hash /a mess/ a muddle of smth. – to confuse, to mix up, to tangle, e.g.:

"I hate the idea of Larry making such a mess of his life." (*W. S. Maugham, "The Razor's Edge"*).

"Not one man in a hundred can sharpen a quill properly...you must have good hands. I usually make a mess of them myself." (*J. Aldridge, "The Diplomat"*).

"...you've made such a hash of that painting, haven't you, Michael?" (*L. Urdang, "Longman Dictionary of English Idioms"*).

“He spent some time in the army but made a muddle of his chances of becoming an officer by arguing with the capitan.” (*L. Urdang, “Longman Dictionary of English Idioms”*).

Summing it up, we can say that the phraseological units which contain the verb 'make' have a strong tendency to verbal variation. It has been also noticed that they have variants of one, sometimes two constituents. It should be pointed out that the majority of the phraseological units under study don't admit variability at all, so they possess a strong stability and their usage needs exactness.