МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«ДОНЕЦКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Сопоставительное изучение германских и романских языков и литератур

МАТЕРИАЛЫ

XXIII Межрегиональной студенческой научной конференции

20 марта 2025 года

ДОНЕЦК 2025

УДК 81-11:811.11’13:82(043.2)
ББК Ш04=43я431+Ш04=47я431
С645

Сопоставительное изучение германских и романских языков и литератур: Материалы XXIII Межрегиональной студенческой научной конференции (Донецк: 20 марта 2025 г.) / под общ. ред. С. Е. Кремзиковой, 2025. – 511 с.

Печатается по решению Ученого совета
ФГБОУ ВО «ДонГУ»
Протокол № 4 от 17 апреля 2025 г.

В сборник вошли материалы XXIII Межрегиональной студенческой научной конференции ***«Сопоставительное изучение германских и романских языков и литератур»****, посвященной исследованию актуальных вопросов современной лингвистики и мировой литературы.*

Сборник материалов рекомендован аспирантам, студентам старших курсов.

Все материалы публикуются в авторской редакции.

Редакционная коллегия:

доктор филологических наук, профессор В. Д. Калиущенко
доктор филологических наук, профессор О. Л. Бессонова
доктор филологических наук, доцент С. Е. Кремзикова (гл. ред.)
доктор филологических наук, профессор Л. Н. Ягупова
кандидат филологических наук, доцент И. М. Подгайская
кандидат филологических наук, доцент А. В. Попова

© ФГБОУ ВО «ДонГУ», 2025
© Авторы тезисов, 2025

СОДЕРЖАНИЕ

Лексические и фразеологические единицы германских, романских и славянских языков в сопоставительном аспекте

Акмалова В. Ю., Калиущенко В. Д. Семантика оценочных прилагательных в немецком и русском языках ***12***

Аллахвердян А. А. Структурно-семантические особенности устойчивых выражений с компонентом-колоронимом в английском и русском языках ***14***

Антонова А. А. Функции варваризмов в англоязычных и русскоязычных научных текстах ***18***

Антонова А. В., Ветрова Э. С. Речевой этикет семейного общения (на материале английского и русского языков) ***21***

Аргатюк А. О. Сравнительный анализ фразеологизмов с числовым компонентом в немецком и русском языках ***24***

Ачкасова В. О. Способы перевода на русский язык немецких лексем, обозначающих внешность человека ***26***

Барская Е. Ю. Полисемия наименований кухонной утвари в английском и русском языках ***29***

Безрук А. С. Структура афоризмов о любви в английском и русском языках ***31***

Бондарь Е. Р. Семантические особенности военных терминов в англоязычных и русскоязычных СМИ ***33***

Ващилина А. А. Сопоставительный анализ терминов изготовления одежды (на материале английского и русского языков) ***36***

Вяткина А. А. Структурно-семантическая характеристика глаголов нанесения определенного вреда объекту в немецком и русском языках ***39***

Гатикоева М. Г. Семантика устойчивых выражений со значением денег и богатства в английском и русском языках ***41***

Головецкая Н. Б. Семантика и структура фразеологических единиц с именем собственным в английском и русском языках ***43***

Гончарова С. А. Семантические особенности фразеологических единиц с компонентом «характеристика человека» в английском и русском языках ***46***

Гривцова А. В. Терминология микробиологии в английском и русском языках ***49***

Грицаненко Е. Р. Лингвистические особенности кулинарного рецепта (на материале английского и русского языков) ***52***

Гусева К. М., Подгайская И. М. Способы образования наименований цветов в английском и русском языках ***55***

Донцов А. С. Компаративные фразеологизмы с национально-культурной спецификой в немецком и русском языках ***58***

Дорошко Е. С. Структурно-семантическая характеристика глаголов падения в английском, немецком и русском языках ***61***

Драгой А. В. Немецкие и русские названия произведений искусства: структура, семантика и особенности перевода ***63***

Дубицкая М. М. Функционально-семантическая категория побудительности в английском, немецком и русском языках ***66***
Дудник В. Н. Структурно-семантический анализ лексических единиц, номинирующих внешнюю красоту в разговорном сегменте немецкого, английского русского языков ***69***
Евтушенко А. А. Экспрессивные этнонимы в немецком и русском языках ***71***
Заднепровская Д. К. Сопоставительный анализ этикетных формул приветствия в английском и русском языках (на материале эпистолярного стиля) ***74***
Заякина В. В. Фразеологические единицы с компонентом der Apfel/яблоко в немецком и русском языках ***76***
Зуева Т. М. Инвективная зоонимическая лексика английского, немецкого и русского языков ***79***
Карапетян О. А. Семантика фразеологизмов и паремий со значением «любовь» в английском и русском языках ***82***
Квашилава Т. З. Фразеологические единицы с компонентом "хлеб" в немецком и русском языках ***84***
Ким Н. В. Особенности происхождения английских и русских антропонимов: сопоставительный аспект ***86***
Коваленко Е. А. Семантика предлога *unter* в немецком языке ***89***
Коляда А. А. Частотные зоонимы в структуре немецких и русских фразеологизмов и пословиц ***91***
Кравцова А. Ю. Семантика лексических единиц, номинирующих внешнюю некрасоту в разговорном сегменте немецкого и русского языков ***93***
Кузнецова А. В., Ветрова Э. С. Неологизмы в текстах СМИ (на материале английского и русского языков) ***96***
Курило И. Д. О медицинских терминах в английском и русском языках ***99***
Лабецкая М. А. Глаголы приёма пищи и жидкости в немецком, английском и русском языках ***102***
Луценко А. И., Ветрова Э. С. Лексические заимствования в текстах СМИ (на материале английского и русского языков) ***105***
Мамонова А. А. Косвенные речевые акты извинения в английском и русском языках (на основе произведений художественной литературы) ***108***
Менякина А. В. Стилистический повтор в художественном дискурсе (на материале английского и русского языков) ***110***
Милохин Е. И. Семантика глаголов лексико-семантической группы «дружба» ***112***
Мирошник А. Г., Писарева В. В. Семантические особенности устойчивых выражений со значением еды/пищи в английском, немецком и русском языках ***114***
Михайлов М. М. Сопоставительный анализ терминосистемы электроники в английском и русском языках ***117***
Острянина А. А. Сопоставительный анализ терминосистемы финансовой сферы в английском и русском языках ***119***
Павлова А. И. Терминология производства обуви: специфика наименований в английском и русском языках ***122***

Панова А. В., Подгайская И. М. Тематическая классификация наименований птиц в английском и русском языках ***125***
Подкопаева А. Р. Структурно-семантические особенности бытовых реалий немецкого и русского языков ***128***
Пономарёва С. О. Способы выражения безличности в английском и русском языках: инфинитивные и пассивные конструкции ***130***
Попел В. А. Устойчивые выражения с компонентом «имя числительное» в английском и русском языках ***133***
Прогонюк И. А. Имена собственные в текстах политических статей (на материале онлайн-версий англоязычных и русскоязычных СМИ) ***136***
Прокопенко В. А. Лингвостилистические приемы в рекламных текстах русского и немецкого языков ***138***
Протопопов И. Е. Особенности текстовой семантики синонимического ряда со значением «доброта» в англоязычном оригинале и его переводе ***140***
Рзаева Э. Э. кызы Морфологические особенности персонификации в английском и русском художественном тексте ***143***
Селезень Е. А.Сопоставительный анализ переводов рассказа «Дама с собачкой» А.П. Чехова на немецкий язык ***145***
Силенко Е. С. Структура фразеологических единиц, обозначающих речевую деятельность человека в немецком и русском языках ***148***
Тедеева А. И. Онимные библеизмы в немецкой, русской и английской литературе: сравнительный анализ ***151***
Трухина Э. Д. Гендерная маркированность англоязычного и русскоязычного политического дискурса в аспекте гендерной коммуникации ***153***
Цыцаковская А. О. Семантические особенности устойчивых выражений со значением времени в английском и русском языках ***156***
Чупахина Е. И., Подгайская И. М. Лексические особенности англоязычного и русскоязычного устного академического дискурса ***160***
Шестопалова В. К. Лингвистические средства выражения противопоставления в английском и русском языках ***162***
Щербина О. А. Полисемия глаголов движения в немецком и русском языках ***163***

Языковые единицы и категории в лингвокультурологическом, лингвокогнитивном и социолингвистическом аспектах

Афонская Е. А. Репрезентация культурных кодов в английских фразеологизмах, обозначающих эмоции ***167***
Барабанщикова Д. Е., Крамаренко Е. К. Структурно-грамматические особенности фразеологических единиц с компонентом-наименованием природных стихий и явлений в английской языковой картине мира. ***170***
Баранчук В. Д. Положительно-оценочные высказывания в англоязычном драматургическом дискурсе 19-20 веков ***173***
Белова Е. И. Явление поликодовости в англоязычных медиатекстах качественной и желтой онлайн-прессы ***176***

Билищук П. В. Лингвопрагматические особенности негативно-оценочных речевых актов (на материале художественного дискурса конца XX в. - начала XXI в.) ***178***
Болдырева Д. А. Семантические особенности английских фразеологических единиц с компонентом модальности ***182***
Болотова М. С. Семантика антонимичных фразеологизмов и их роль в отражении языковой картины мира английского и русского языков ***185***
Будаева В. А. Семантика фразеологических средств репрезентации эмоционального концепта СЧАСТЬЕ в английском языке ***188***
Вельчев К. А. Эвфемизмы в американском политическом дискурсе XX-XXI веков ***189***
Виноградова М. А. Лингвопрагматические особенности англоязычного академического письменного дискурса ***192***
Вундер А. Э. Морфологические особенности в текстах туристической рекламы ***195***
Головин Д. Н. К вопросу о классификации фразеологических выражений в инаугурационной речи Д. Трампа 2025 г. ***197***
Данилина Ю. Б. Особенности выражения оценки окружающего мира в англоязычном художественном дискурсе XX в. ***200***
Дубова А. Д. Фразеологические единицы с компонентом-зоонимом в английском языке: структура и семантика ***202***
Еременко-Григоренко Ю. Н., Бессонова О. Л. Особенности выражения структуры конфликта в англоязычных медиатекстах ***205***
Жилина С. А. Особенности мужского коммуникативного поведения в произведениях Ф. С. Фицджеральда (на примере реализации стратегии сотрудничества) ***208***
Жуманова О. В. Средства реализации поликодовости в разножанровых англоязычных медиатекстах качественной и желтой прессы ***211***
Зимацкая М. И. Стилистические особенности заголовков немецкоязычного медиатекста (на примере новостных статей газеты Handelsblatt) ***214***
Зубова А. С. Стилистические средства реализации агрессии в американском политическом дискурсе XXI ст. ***217***
Иванова М. С. Семантика имен прилагательных с семой «характер» ***220***
Игумнова Н. Р. Специфика вербальной и невербальной коммуникации (на материале лекций по английскому языку Д. Кристала) ***223***
Карасёв Р. В. Карикатура в современных англоязычных медиа: особенности взаимодействия знаковых систем ***225***
Каширина Д. А. Семантические особенности образных наименований лица по роду деятельности с пейоративной оценкой в английском языке ***227***
Коврик Е. А. Декодирование угроз в заголовках англоязычных медиатекстов новостного жанра (на материале британских и американских СМИ) ***231***
Компаниец Ю. В. Семантико-стилистические функции поэтонимов в балладе «Der Handschuh» («Перчатка») Ф. Шиллера ***234***
Кошелева А. А. Реализация кодов культуры во фразеологических и паремиологических средствах вербализации концепта СТРАХ в английском языке ***236***

Кралина Е. А. Фразеологические и паремиологические средства вербализации концепта ЛЮБОВЬ в английском языке: особенности семантики ***239***
Кузьмина О. В. Явление поликодовости в англоязычных рекламных медиатекстах ***242***
Кулакова С. Д. Языковые средства реализации коммуникативной тактики одобрения в англоязычном художественном дискурсе XX века ***245***
Кулиева А. Э. гызы Структурно-семантические особенности заголовков англоязычных статей спортивной прессы ***247***
Лизарева А. Д. Семантические особенности женских личных имен с компонентом «природа» в английском языке ***250***
Лифанова В. Г. Семантические особенности фразеологизмов, описывающих поведение человека в английском языке ***252***
Лубинец К. Д. Семантика фразеологических единиц, выражающих эмоции (на материале произведений В. В. Набокова) ***255***
Любивая Е. С., Бессонова О. Л. Лингвокультурологические особенности реалий в романе Р.П. Уоррена «All the King's Men» ***258***
Маншилина Ф. С. Структурно-семантические особенности антропонимикона романа Ч. Диккенса «Лавка древностей» ***261***
Михачева С. П., Бессонова О. Л. Манипуляция в англоязычных медиатекстах, посвященных конфликтам ***264***
Мороз Е. М. Речевой конфликт: стратегии и тактики взаимодействия ***267***
Никитина А. И. Лингвокультурологические особенности диминутивов в американском варианте английского языка ***270***
Полтавская Д. А. Особенности языковой публичной личности принцессы Дианы ***273***
Прокудина И. Е. Оценочный характер паремий в английском языке ***276***
Просандеева Ю. В. Негативно-оценочные высказывания в англоязычном драматургическом дискурсе XX века: гендерный аспект ***277***
Пустовая В. М. Особенности глаголов с семантикой агрессии в англоязычных медиатекстах ***281***
Радионова Д. В. Семантические классы мужских англоязычных антропонимов с категорией оценки с дифференциальными семами «религия», «мужество», «власть», «природа», «род деятельности», «интеллект», «внешность» ***284***
Рудницкая К. А. Лингвокультурологические особенности английских фразеологических единиц со значением «внешность человека» ***286***
Семенова А. А. Адъективные фразеологические единицы в английском языке ***289***
Соловьев В. Е., Войтенко Е. Ю. Английские фразеологизмы с флористическим компонентом: структура и семантика ***291***
Таран Д. Е. Особенности реализации информационных угроз в структуре англоязычного медиатекста конфликтной тематики ***293***
Толочко А. Д., Гапотченко Н. Е. Особенности французских анекдотов ***296***
Уваров А. Е. Семантические особенности английских фразеологических единиц с компонентом «сила» ***298***

Узкая К. А. Структурно-семантические особенности английских неологизмов-блендов ***300***
Хиженкова А. В. Особенности семантики фразеологических единиц с компонентом ‘имя собственное’ в английском и русском языках ***303***
Хлынцева К. Н. Языковые средства реализации агитационной кооперативной стратегии в американском политическом дискурсе XXI в. (на материале речей президентов и вице-президентов США) ***306***
Яковлева Е. Н. Суффиксация как средство выражения диминутивности в романе Ш. Бронте «Джен Эйр» ***308***
Якушкина А. А. Культурно-маркированная лексика швейцарского варианта немецкого языка ***311***

Языковая номинация в германских, романских и славянских языках

Алехин Д. В. Топонимы в американском варианте английского языка ***315***
Белых Е. А. О стилистически маркированных именах существительных с суффиксом -ling в немецком языке ***318***
Гомилко О. В. Проблема классификации фразеологизмов с компаративным значением ***319***
Горошко Л. Д. Немецкие глаголы, выражающие скрытое отрицание ***323***
Ковткова Д. А. Вербальные и визуальные особенности обложек англоязычных журналов ***324***
Лысенко П. А. Способы образования квантификаторов неопределённого множества в немецком языке ***328***
Мерзликина М. А. Немецкие глаголы с модальным значением ***331***
Момот В. Б. Структурно-семантический анализ наименований группы «Женская верхняя одежда» в современном немецком языке ***332***
Потрахова М. Е. Словообразовательные особенности молодежного жаргона немецкого языка ***334***
Ребенкова П. А. Сокращения и аббревиатуры в молодежном сленге немецкоязычной Интернет-коммуникации ***336***
Шапранова Д. С. Функционально-семантическая характеристика предлога unter в немецком языке ***339***
Яковлев А. А. История и развитие существительного Handel в немецком языке ***341***

Актуальные проблемы переводоведения и межкультурной коммуникации

Алчиева Е. А. Особенности перевода афоризмов и крылатых выражений с русского на английский язык на примере романа Грибоедова «Горе от ума» ***343***
Асаул А. И. Способы перевода художественно-изобразительных средств в романах Нила Геймана ***344***

Бабута И. В. Переводческие трудности при переводе поэзии на русский и украинский языки (на материале стихотворения Дж. Г. Байрона “The Cornelian”) ***347***

Башилова В. А. Особенности перевода семантических неологизмов с английского языка на русский ***350***

Волкова Д. А. Специфика перевода советских реалий с русского языка на английский ***354***

Главацкая М. О. Гендерно обусловленные ошибки в переводе романа Р. Ф. Куанг «Yellowface» ***357***

Гончаров М. И., Усова Н. В. Экспрессивно окрашенная лексика в заголовках немецкоязычных СМИ ***360***

Гудилина А. М. Реалии в романе в стихах «Евгений Онегин» А. С. Пушкина и их переводы на немецкий язык ***362***

Даниленко А. Е. Лексические трансформации в переводе романа Вальтера Скотта «Айвенго» ***365***

Дорохин П. А. Особенности перевода поэзии Есенина С. А. на английский язык ***368***

Калентьева М. А. Трудности перевода феминитивов с немецкого языка на русский ***371***

Камышева Д. Д. Особенности ассимиляции русских заимствований в английском и немецком языках ***374***

Карайон С. Н. Особенности перевода стихотворения А. Ахматовой «Вечером» ***377***

Клещевников Е. А. Речевые средства воздействия на адресата в современной рекламе (на материале английского и русского языков) ***380***

Ковалева В. А. Прагматический аспект перевода заголовков англоязычных СМИ на русский язык ***383***

Коваль Д. А. Особенности перевода лексического повтора как средства когезии с английского на русский язык ***386***

Костоглодова Э. А. Сравнительный анализ переводов стихотворения А.Ахматовой «Муза» на английский и немецкий языки ***388***

Косякова А. О., Калиущенко В. Д. Заголовки англо-, немецко- и русскоязычных политических статей (на материале онлайн-версий СМИ) ***391***

Кравцова М. Ю. Способы перевода реалий в романах Джорджа Р. Р. Мартина ***394***

Крючкова В. Ю., Сысоева Е. С. Особенности передачи имен собственных при переводе с английского языка на русский (на материале романа Джорджа Р. Р. Мартина «Игра престолов») ***397***

Кулак В. А. Семантические особенности имен собственных в произведениях Дж. Р. Р. Толкина и способы их перевода на русский язык ***400***

Матвиенко В. А. Посвящение к роману в стихах А.С. Пушкина «Евгений Онегин» в немецком переводе ***403***

Матюрина А. И., Сысоева Е. С. Роль интралингвистических и экстралингвистических особенностей при переводе английских фильмонимов на русский язык ***406***

Неменущая А. С., Сысоева Е. С. Лингвистический статус политического эргонима ***410***

Петрова С. С. Особенности перевода гастрономических реалий с немецкого языка на русский ***413***
Погорелов Р. А. Бытовые реалии в американском варианте английского языка и особенности их перевода ***415***
Починко Е. В. Лексические и грамматические трансформации в переводе романа Германа Гессе «Steppenwolf» на русский язык ***418***
Прочухан М. С. Семантические пути формирования американских лексических инноваций и особенности перевода американизмов ***420***
Рыбак Д. Р. Лингвопрагматические и лингвокультурологические аспекты речевых актов отказа ***423***
Рыбалка В. И. Сленг и его функции (на материале русской версии романа Дэвида Митчелла «Black Swan Green») ***426***
Рябошапка Р. А. Художественное своеобразие лирики Р. Браунинга как переводческая проблема (на материале стихотворения “Two in the Campagna” и его русских переводов) ***428***
Самохина И. А. Особенности перевода технических терминов в химическом производстве ***431***
Скляренко Е. В. Способы перевода фантастических реалий с русского языка на немецкий (на материале повестей А. и Б. Стругацких) ***434***
Солодилова К. А. Стилистические особенности фильмонимов в немецком, английском и русском языках ***437***
Татарченко Б. А. Актуальные проблемы перевода текстов жанра «руководство» с английского языка на русский (на материале руководства к FPV-дронам) ***440***
Телевная Д. В. Немецкие императивные конструкции и их перевод на русский язык (на материале пьесы Б. Брехта "Die Dreigroschenoper") ***443***
Фадеева А. И. Сравнительный анализ коллокации в публицистическом дискурсе ***445***
Часовских В. И., Калиущенко В. Д. Проблемы перевода русских глаголов с имплицитным отрицанием на английский и немецкий языки ***446***
Шульга В. А. Способы перевода немецких междометий на русский язык ***449***

Зарубежная литература: жанр, метод, стиль

Басов А. А. Трансформация образа библейского царя Саула в стихотворении Дж. Г. Байрона «My soul is dark». ***452***
Глушко И. Р. Стихотворение Джорджа Гордона Байрона «Vision of Belshazzar» в русском переводе А. И. Полежаева ***454***
Голик А. С. Символика розы в философской сказке Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц» ***457***
Дегальцева А. В. Стихотворение Д.Г.Байрона «Though the Day of My Destiny’s over» в переводе Б.Л. Пастернака ***458***
Дубницкая Д. В. Образ подростка в романе Дэвида Митчелла «Black Swan Green» ***460***
Завязкина С. О. Абсурдистские приемы в пьесе М. де Гельдерода «Проделка Великого Мертвиарха» ***461***

Звягинцева А. С. Особенности хронотопа в романе Н. Готорна «Алая буква» ***463***
Кэчула П. С. Мотивная структура дилогии А. Смит ("Осень", "Зима") ***466***
Оленина Е. А. Фольклорные мотивы в романтическом историческом романе В. Скотта «Ламмермурская невеста» ***468***
Подшивайло Т. Е. Библейский мотив в стихотворении Дж.Г.Байрона “All Is Vanity, Saith The Preacher” ***471***
Удовиченко Г. Р. Творческий диалог Шоу с Шекспиром и Ибсеном ***473***
Царенко В. В. Компаративный аспект женских образов: “Godiva” А. Теннисона и “The Blessed Damozel” Д. Г. Россетти ***475***
Якименко Д. А. Звук, ритм, смысл в стихотворении Дж.Г. Байрона “And Wilt Thou Weep When I Am Low?” ***478***

Языковое творчество в системе и дискурсе (синхронические и диахронические аспекты)

Баласанова К. Г. Переводческие трансформации в художественном тексте (на материале перевода повести Ж. Сименона «Maigret et le marchand de vin» с французского языка на русский) ***481***
Коротаева К. Р. Лексические трансформации при переводе обращений с французского языка на русский ***484***
Кравцов С. М., Филимонова В. О. Французские пословичные фразеологические единицы в лингвокультурологическом и социолингвистическом аспектах ***486***
Оверченко Ю. А., Масленкина Н. Г. Структура и семантика современного французского арго ***489***
Свиденко Е. Н. Лингвопрагматические особенности косвенного речевого акта в англоязычном диалогическом дискурсе ***491***
Скубченко А. В. Прозвищные наименования во французском языке, описывающие физические или моральные характеристики человека ***494***
Ткаченко В. В. Способы лексических заимствований в сфере «экономика» в современном французском языке ***497***
Токарчук К. А. Лингвопрагматические особенности фатического речевого акта в академическом дискурсе (на материале лекций по английскому языку Д. Кристала) ***499***
Туник К. А. Метафора как способ реализации интенции в ориентационном жанре американского политического дискурса XXI столетия (на материале выступлений президентов США) ***502***
Чулкова Е. И. Основные трансформации при переводе текстов французских СМИ на русский язык ***505***
Шевченко А. Д. Лингвопрагматические особенности речевого акта угрозы в англоязычном диалогическом дискурсе ***507***
Шолудько А. О., Гапотченко Н. Е. Основные стилистические аспекты военного дискурса ***509***

Лексические и фразеологические единицы германских, романских и славянских языков в сопоставительном аспекте

Акмалова В. Ю., Калиущенко В. Д.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантика оценочных прилагательных в немецком и русском языках

Работа посвящена изучению оценочного прилагательного (далее ОП) *gut* в немецком и *хороший* в русском языках.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью анализа оценочных прилагательных в немецком языке и их эквивалентов в русском языке, что позволит выявить особенности их использования в разных языковых и культурных контекстах. Понимание различий и сходств имеет важное значение для улучшения межкультурной коммуникации, а также для более точного перевода и обучения иностранным языкам.

В лингвистике оценочное значение лексических единиц представлено в работах Арутюновой Н. Д., Вольф Е. М., Беловой Н. Н., Ивиным А. А., Вригт Г. Х. и др. Вместе с тем, не все аспекты данной проблемы на сегодня изучены достаточно.

Цель исследования – анализ семантических и функциональных особенностей оценочного прилагательного *gut* в немецком и *хороший* в русском языке, а также выявление сходств и различий в их семантике в различных контекстах.

Оценка – это процесс или результат суждений в отношении языковых элементов, таких как слова, фразы, тексты и языковые высказывания. Главными составляющими оценки являются её предмет и объект, которые создают оценочное суждение.

Существует много мнений о классификации оценки. В основном лингвисты делят её на две категории – *хорошее и плохое* – соответственно на положительную и отрицательную оценку.

В лингвистике оценка выражается с помощью лексических единиц и имеет свое собственное название «оценочность».

Оценочность прилагательных является важным языковым ресурсом, который позволяет людям выражать свои эмоции, взгляды или отношение к определенным предметам или явлениям. Она также служит инструментом для создания контекста и передачи информации о чувствах говорящего (Сапаева 2023: 72).

Лексема *gut ‘хорошо’* характеризуется яркой семантикой и большой функциональной гибкостью. В смысловой структуре слова *gut* ключевую роль играет сема положительной оценки, которая реализуется по-разному в функциональных вариантах данной лексической единицы.

Согласно электронному словарю Digital Wörterbuch der deutschen Sprache прилагательное *gut* означает *etwas positives* (Dwds.de). Это прямое значение данной лексической единицы, синонимом которой является прилагательное positiv и словосочетание positive Bedeutung. В словаре немецкого языка Duden имеется значение 1) den Ansprüchen genügend; von zufriedenstellender Qualität, ohne nachteilige Eigenschaften oder Mängel (Duden, 2003).

Далее отмечены другие, лексико-семантические варианты (ЛСВ):

1) angenehm, erfreulich; sich positiv auswirkend: eine gute Nachricht, etwas zu einem guten Ende führen;

2) groß, reichlich: eine gut bezahlte Arbeit, eine gute Ernte, mit gutem (großem) Appetit essen;

3) tadellos, anständig: die Ärztin hat einen guten Ruf, ein Kind aus gutem Hause;

4) freundlich gesinnt: ein guter Freund, Kamerad, jemandem gut zureden;

5) nicht für den alltäglichen Gebrauch bestimmt: seinen guten Anzug anziehen;

6) leicht, mühelos geschehend: das Buch liest sich gut, kann man gut reden.

Толковый словарь С. И. Ожегова называет в качестве основного ЛСВ – 1) положительный по своим качествам (Ожегов, 1992). Другие значения ЛСВ данного прилагательного:

1) достойный, приличный: хороший тон, хорошее общество;

2) исполненный дружеских чувств, близкий: хороший приятель;

3) большой, значительный, добрый: съел хорошую порцию;

4) красив, миловиден: Она удивительно хороша;

5) при выражении иронического отношения к кому-, чему-либо (разг.): Хорош ученый!

6) Отметка, обозначающая сравнительно высокую оценку знаний: учиться на «хорошо»;

7) Частица, выражающая согласие: Так я тебя жду? – Хорошо.

В работе было рассмотрено 60 примеров предложений из Национального корпуса русского языка (Ruscorpora.ru). Пользуясь классификацией Н. Д. Арутюновой (Арутюнова, 1999), можно сравнить частоту использования разных типов оценочных прилагательных и распределить смысловые предложения по данным группам:

1) Сенсорно-вкусовые, или гедонические. Данные прилагательные оценивают впечатления от восприятия предметов или явлений посредством органов чувств.

2) Психологические оценки. Включают интеллектуальные и эмоциональные оценки.

3) Эстетические. Эти прилагательные характеризуют оценку внешнего вида или восприятие предмета с эстетической точки зрения.

4) Этические. Эти прилагательные оценивают моральные качества и нравственность человека или явления.

5) Утилитарные. Данные прилагательные оценивают полезность или вредность предмета или явления для человека или общества. Они помогают выразить отношение к практической значимости предмета или явления.

6) Нормативные. Эти прилагательные оценивают соответствие предмета или явления установленным правилам или стандартам. Они помогают выразить отношение к соответствию предмета или явления определенным требованиям или нормам.

7) Телеологические: Эти прилагательные оценивают целесообразность, эффективность или удачность с точки зрения достижения поставленной цели.

Использованные словари выделяют у лексемы *gut* 7 значений, у *хороший* 8 значений. Вместе с тем следует отметить, что немецкое *gut* может также обозначать согласие, как и русское *хороший*. Также, в немецком языке отмечено одно значение, не используемое в русском (см. ЛСВ 6 лексемы *gut*). В свою очередь у ЛСВ 4 лексемы *хороший* отсутствует эквивалент в немецком языке.

Количественный анализ показал, что прилагательное *gut* чаще всего выражает этическую и психологическую оценки. Русское *хороший* выражает чаще всего психологическую оценку.

Список литературы

1. *Арутюнова, Н. Д.* Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – 2-е изд. – Москва: Языки русской культуры, 1999. – 895 с.

2. Корпус параллельных переводов // Национальный корпус русского языка. – URL: https://ruscorpora.ru/ (дата обращения: 03.02.2025).

3. *Ожегов, С. И., Шведова, Н. Ю.* Толковый словарь русского языка: 72500 слов и 7500 фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – Москва, 1992. – 907 с.

4. *Сапаева, М. Х.* Стилистические характеристики медиажанра кинорецензии: автореф. дис. канд. фил. наук / М. Х. Сапаева. – Минск, 2023. – 72 с.

5. Das digitale Wörterbuch der deutschen Sprache. – URL: http://www.dwds.de (дата обращения: 11.02.2025).

6. Duden Deutsches Universalwoerterbuch. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zuerich: Dudenverlag, 2003. – 691 S.

Аллахвердян А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структурно-семантические особенности устойчивых выражений с компонентом-колоронимом в английском и русском языках

1. Введение. Устойчивые выражения, а именно фразеологические единицы (далее – ФЕ) и паремии (далее – ПЕ), представляют собой важный элемент в процессе изучения иностранного языка. ФЕ и ПЕ, содержащие колоронимы, наглядно демонстрируют выразительные возможности языка как средства отражения самосознания и эмоционального состояния народа. Как утверждает Н. Н. Амосова, «цвета представляют значительную роль

в создании языковых картин мира, поскольку с каждым цветом у различных лингвокультурных общностей объединены конкретные ассоциации, эти либо другие цветовые предпочтения» (Амосова 1958: 61).

Актуальность исследования определяется ростом межкультурных связей, а также необходимостью комплексного анализа фразеологизмов и условий, порождающих эквивалентность в сопоставляемых языках.

В качестве объекта исследования выступают фразеологические единицы и паремии с компонентом-колоронимом в английском и русском языках. Предметом исследования является структура и семантика устойчивых выражений с компонентом-колоронимом в английском и русском языках.

Цель исследования заключается в выявлении сходств и различий в структуре и семантике английских и русских устойчивых выражений, содержащих в своей структуре основные цветообозначения.

Материалом исследования послужили 514 ФЕ и ПЕ, содержащих в своей структуре компонент-колороним в английском и русском языках (англ. 314 ед.; рус. 200 ед.). ФЕ и ПЕ были отобраны путём сплошной выборки из авторитетных лексикографических источников: английского языка – LID (1998: 7), MEDAL (International Student Edition) (2002: 8), EIHUT (Seidl: 9), FISD (2017: 6); русского языка – АРФС (Кунин 1984: 5); СРСП (Жуков 2014: 2).

2. Семантические особенности английских и русских ФЕ и ПЕ с компонентом-колоронимом. По мнению А. В. Кунина, фразеологические единицы – это устойчивые сочетания лексем с полностью или частично переосмысленным значением (Кунин 1972: 160).

Паремия есть «краткое образное устойчивое высказывание, синтаксически оформленное как простое или сложное предложение, отражающее обобщенную формально закрепленную ситуацию, возведенную в формулу, излагающее важную истину, наставление, правила или принципы поведения, нравственные законы, сформулированные на основе жизненного опыта» (Кацюба 2013: 67).

В ходе исследования были выделены 11 лексико-семантических групп.

2.1. Наиболее продуктивной является группа «ФЕ с отрицательной оценочной характеристикой человека / предмета / события / места». Данная группа включает в себя 125 ед. (англ. 63 ед. (20,3%); рус. 61 ед. (30,5%)). В данной группе наиболее частотным колоронимом в английском языке является *red* ‘красный’ (14 ед.): (1) *a redneck* букв. <невежественный, бесчувственный человек>, напр. англ. *You assume that because I'm from Texas, that means I'm just a dumb redneck, huh?* ‘Ты решил, что раз я из Техаса, значит, я просто бестолковая деревенщина, да?’; в русском языке – *чёрный* (29 ед.): (2) *черная тоска* <очень грустное настроение> (рус. *Черная тоска как-то сразу подкатила к сердцу Маргариты* (М. А. Булгаков. Мастер и Маргарита, часть 2, 1929–1940).

2.2. Второй по продуктивности является группа «ФЕ с нейтральной оценочной характеристикой человека и предмета / события / места». Данная группа включает в себя 124 ед. (англ. 74 ед. (23,4%), рус. 50 ед. (25%)).

В данной группе наиболее частотным колоронимом в английском языке является *голубой / синий / blue* (12 ед.): (3) *blue-sky research* букв. – <исследования, которые проводятся без конкретной цели или применения>; в русском языке – *белый* (11 ед.): (4) *белый свет* <окружающий мир; земля со всем, что существует на ней>.

2.3. Наименее продуктивными ЛСГ являются «ФЕ, относящиеся к церковным терминам» и «ФЕ с темпоральным значением». Первая группа включает в себя 4 ед. (англ. 0 ед. (0%), рус. 4 ед. (2%)). Вторая группа включает в себя 4 ед. (англ. 1 ед. (0,3%), рус. 3 ед. (1,5%)). В первой группе наиболее частотным колоронимом в русском языке является *черный*: (5) *черное духовенство* – <часть православного духовенства, связанная монашеским обетом>, напр. рус. *Церковь возглавлял архимандрит, служило черное духовенство, и она была на высоком счету* (Зоя Масленикова. Близкие Бориса Пастернака, 1968–2000). Во вторую группу входит 1 ед. в английском языке: (6) *once in a blue moon* букв. <происходить крайне редко или только один раз в жизни>, напр. англ. *Peter only comes out for a drink once in blue moon now that he has kids.* ‘Теперь, когда у него есть дети, Питер очень редко выбирается пропустить стаканчик.’. В данной группе наиболее частотным колоронимом в русском языке является *белый* (3 ед.): (7) *средь бела дня* – <днем, т.е. когда светло>: рус. *Арестовать террористов средь бела дня, по месту жительства?* (Вера Белоусова. Второй выстрел, 2000).

2.4. В ходе исследования также была выделена остаточная группа ФЕ, в которую входят в английском языке 3 ед. (0,9%), ср. (8) *gray divorce* букв. <развод у пожилых пар>; в русском языке 2 ед. (1%): (9) *серебряная свадьба* <двадцатипятилетний юбилей бракосочетания>.

3. Структурные особенности английских и русских ФЕ и ПЕ с компонентом-колоронимом. Данная классификация основана на структурно-семантическом подходе А. В. Кунина, согласно которому ФЕ подразделяются на классы в зависимости от их коммуникативной функции (Кунин 1972: 160). В ходе исследования были выделены 9 структурных моделей ФЕ: 1) субстантивные ФЕ (англ. 154 ед.; рус. 135 ед.); 2) адъективные ФЕ (англ. 38 ед.; рус. 6 ед.); 3) адвербиальные ФЕ (англ. 10 ед.; рус. 2 ед.); 4) предложные ФЕ (англ. 1 ед.; рус. 1 ед.); 5) глагольные ФЕ (англ. 95 ед.; рус. 30 ед.); 6) междометные ФЕ (англ. 5 ед.; рус. 5 ед.); 7) пословицы (англ. 7 ед.; рус. 1 ед.); 8) поговорки (англ. 5 ед.; рус. 13 ед.); 9) модальные ФЕ немеждометного характера (англ. 1 ед.).

3.1. Наиболее продуктивной структурной моделью являются субстантивные ФЕ (англ. 154 ед. (49,04%); рус. 135 ед. (67,5%)). Они представляют собой устойчивые словосочетания или сложные именные конструкции, которые называют конкретные или абстрактные объекты. Они широко используются в языке и имеют устойчивую закрепленную внутреннюю форму: (10) англ. *red tape* <бюрократия>, (11) англ. *green belt* <зелёная зона>.

3.2. Наименее продуктивной моделью выступает модель «модальные ФЕ немеждометного характера» (англ. 1 ед. (0,3%). Модальные ФЕ выражают

отношение к высказыванию с точки зрения его достоверности, уверенности или предположительности. Они часто используются в речи для усиления высказывания или выражения субъективной оценки: (12) *sure as God made little green apples* букв. <абсолютно уверенный>.

4. Выводы. В ходе исследования были проанализированы 514 устойчивых выражений в сопоставляемых языках (англ. 314 ед., рус. 200 ед.).

4.1. Чёрный цвет занимает доминирующую позицию в фразеологии русского языка, придавая им в основном негативный оттенок. В английском языке, напротив, его использование более многообразно, включая как негативные, так и положительные значения. Красный цвет амбивалентен: в английском он ассоциируется с агрессией и стыдом, тогда как в русском языке может отражать положительные характеристики.

4.2. Наименее распространенные колоронимы, такие как *фиолетовый* и *коричневый*, насчитывают по 1 ед. в каждом языке, что демонстрирует их редкое использование в языковой практике. К наименее частотным цветам также относятся *серебряный / silver* (англ. 10 ед.; рус. 5 ед.) и *оранжевый / orange* (англ. 4 ед.; рус. 4 ед.).

4.3. В результате исследования были выделены 11 лексико-семантических групп. Наиболее частотной ЛСГ является группа «ФЕ с отрицательной оценочной характеристикой человека / предмета / события / места» (англ. 64 ед. (20,3%), рус. 61 ед. (30,5%.). Наиболее частотным колоронимом данной группы в русском языке является *чёрный*, в английском языке – *красный / red* (14 ед.).

4.4. ЛСГ с наименьшей продуктивностью является «ФЕ с темпоральным значением», отмеченная только в одном из сопоставляемых языков (англ. 1 ед.).

4.5. В результате исследования были выделены 9 структурных моделей образования фразеологизмов, наиболее продуктивной из которых является модель «субстантивные ФЕ» («имя прилагательное + имя существительное») (англ. – 154 ед. (49,04%), рус. – 135 ед. (67,5%). В данной модели наиболее частотным колоронимом в русском языке является *чёрный*, в английском языке – *blue* и *white* (14 ед.). Наименьшей по продуктивности структурной моделью стала модель «модальные ФЕ немеждометного характера», отмеченная только в одном языке (англ. 1 ед.).

Список литературы

1. *Амосова, Н. Н.* Слово и контекст // Очерки по лексикологии, фразеологии и стилистике / Н. Н. Амосова. – Ленинград, 1958, Учен. зап. ЛГУ им. Жданова. – № 243. Вып. 42. – 183 с.

2. *Жуков, В. П.* Словарь русских пословиц и поговорок / В. П. Жуков. – Москва: Русский язык – Медиа, 2014. – 656 с.

3. *Кацюба, Л. Б.* Определение паремии (лингвистический аспект дефиниции) / Л. Б. Кацюба // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2013. – № 1. – С. 65–67.

4. *Кунин, А. В.* Фразеология современного английского языка / А. В. Кунин. – Москва: Международные отношения, 1972. – 288 с.

5. *Кунин, А. В.* Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – Москва: Русский язык, 1984. – 944 с.

6. Farlex Idioms and Slang Dictionary: The Most Complete Collection of Idioms and Slang in the English Language – Farlex International, 2017. – 472 p.

7. Longman Idioms Dictionary // Pearson Education Limited. – Addison Wesley Longman Limited, 1998. – 297 p.

8. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners international student edition. – 2002. – 372 p.

9. *Seidl, J., McMordie, W.* English Idioms and How to Use Them / J. Seidl, W. McMordie. – Moscow, 1983. – 155 p.

Антонова А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Функции варваризмов в англоязычных и русскоязычных научных текстах

1. Настоящая работа посвящена анализу функций варваризмов в англоязычных и русскоязычных научных текстах. Исследование проводится на материале лексических единиц (ЛЕ), отобранных из научных статей, размещенных на интернет-порталах Digital Commons Network и КиберЛенинка. Объем проанализированной выборки составляют 163 ЛЕ (83 ЛЕ в английском языке и 80 ЛЕ в русском языке), выявленные путём сплошной выборки из 19 английских и 19 русских статей юридической, экономической, медицинской и исторической тематики.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью дальнейших исследований варваризмов как лексических единиц, играющих значительную роль в формировании научного дискурса в условиях глобализации. Варваризмы не только обогащают научный язык, но и выполняют ряд специфических функций, связанных с точностью терминологии, стилистикой, культурными особенностями и престижностью академического текста.

2. Заимствование представляет собой процесс переноса лексических единиц из одного языка в другой, что способствует расширению словарного запаса и терминологического аппарата (Головин, 1977). Варваризм – это тип заимствования, который сохраняет признаки иностранности и не полностью интегрируется в язык-приемник, что отличает его от освоенных заимствований (Алпатов, 2018).

3. В ходе исследования выявлены следующие основные функции варваризмов в английских и русских научных текстах:

3.1. Терминологическая функция состоит в использовании варваризмов для обозначения понятий, не имеющих эквивалентов в языке-реципиенте (Скребнев, 2005). Терминологическую функцию выполняют 68,67% ЛЕ в английских текстах (57 из 83) и 61,33% в русских текстах (46 из 80). Например, заимствование из французского языка *ex-officio ‘по должности’* используется в английском языке для обозначения человека, который

занимает должность в связи с его служебными обязанностями или должностным положением. Это выражение является важным юридическим термином, который часто встречается в контексте корпоративного управления.

(1) *An ex-officio board member is a person who holds a seat on the board by virtue of their position, usually because they need to have input into company decision making.* ‘Член совета директоров по должности – это человек, который занимает место в совете директоров в силу своего положения, обычно потому, что ему необходимо участвовать в принятии решений компании’.

В русском языке слово *фишинг* **‘интернет-мошенничество’**, заимствованное из английского языка (англ. *phishing)*, употребляется для обозначения специфической формы мошенничества в интернете:

(2) *Общий ущерб потерпевших от фишинговых схем, которыми мошенники атаковали весной 2020 г. пользователей сервисов объявлений Avito и «Юла», достигал 1 млн рублей в день*.

3.2. Экспрессивно-стилистическая функция ориентирована на усиление выразительности и стилистической окраски научного текста (Хохонин, 2017). Встречается в 58,06% случаев в английских текстах (48 ЛЕ) и 52,67% в русских (42 ЛЕ). Например, **слово *truce* ‘перемирие’, также заимствованное из французского языка, добавляет тексту историческую глубину, подчеркивая политическую или экономическую передышку**:

(3) *If you looked closely, would you see a deliberate strategy or the results of years and years of patches, workarounds, political truces, and shadow systems?* ‘Если бы вы внимательно присмотрелись, то увидели бы продуманную стратегию или результаты многолетних исправлений, обходных путей, политических перемирий и теневых систем?’

Слово *моддинг* ‘настройка, доработка’ (англ. *modding ‘модификация’)*, подчеркивает инновационность процесса:

(4) *Конечно, все вышеупомянутые системы еще ждет длительный процесс тестирования и моддинга, но уже точно можно заявить, что прорыв неизбежен*.

Этот варваризм придает тексту элемент современности и прогрессивности.

3.3. Культурная функция предполагает сохранение связи с историческими и культурными традициями (Соколова, 2021). Выявлена в 8,06% английских варваризмов (5 ЛЕ) и 2,67% русских (2 ЛЕ). Например, слово *junzi* ‘цзюньцзы’, заимствованное из китайского языка, обладает значительной культурной и этической нагрузкой, отражая традиционные китайские ценности, которые с течением времени были адаптированы к современным экономическим и социальным контекстам:

(5) *There are now a huge number of so-called junzi all over the world, who will always be able to help you with a problem in this field.* ‘Сейчас по всему миру существует огромное количество так называемых цзюньцзы, которые всегда смогут помочь вам с проблемой в этой области’.

Слово *тир* ‘уровень’, заимствованное из английского языка (*tier ‘ряд, класс, уровень’*), используется для классификации медицинских специалистов:

(6) *Данная статистика доказывает необходимость наличия современных методов диагностики рака кожи в кабинетах врачей первого тира (терапевт, уролог, врач УЗИ и т.д.)*.

3.4. Функция повышения престижа заключается в использовании варваризмов для подчеркивания научной значимости и статуса текста (Устинов, 2016). Выявлена только в английских текстах (3,23%, 2 ЛЕ), в русских текстах не зафиксирована. Например, использование французского слова *soirée* ‘вечер’ придает тексту изысканность и престиж, создавая атмосферу культурного и элитарного мероприятия:

(7) *The exclusive restaurant offers a soirée every month, attracting celebrities and high society.* ‘Эксклюзивный ресторан проводит soirée каждый месяц, привлекая знаменитостей и высшее общество’.

3.5. Эвфемистическая функция направлена на смягчение выражений, использование нейтральных терминов вместо резких (Хохонин, 2017). Характерна только для русского языка (5,33%, 4 ЛЕ). Примером эвфемистического использования варваризма является термин *джанк-экономика* (буквально ‘ненужная экономика’), который применяется для деликатного выражения критического отношения к определенным экономическим процессам.

(8) *Современная финансомика: насколько правомерно её трактовать как «джанк-экономику»*?

4. Таким образом, количественный анализ материала показывает, что варваризмы широко используются в научных текстах сопоставляемых языков, прежде всего для точного обозначения понятий и создания экспрессивности научного текста (терминологическая и экспрессивно-стилистическая функции). Культурная функция представлена в проанализированных английских текстах значительно чаще, чем в русских, что связано с сохранением традиционных латинских и французских терминов. В русском языке наблюдается тенденция к адаптации варваризмов, преимущественно англицизмов, что свидетельствует о влиянии процессов глобализации на формирование современного научного дискурса. В проанализированном материале функция повышения престижа обнаруживается только в английских текстах, тогда как эвфемистическая функция оказывается характерной только для русских текстов. Несмотря на отличия, в обоих языках варваризмы играют важную роль в академической коммуникации, обогащая научный дискурс и способствуя его интернационализации.

Список литературы

1. *Алпатов, В. М.* Языкознание: от Аристотеля до компьютерной лингвистики / В. М. Алпатов. – Москва: Альпина нон-фикшн, 2018. – 253 с.

2. *Головин, Б. Н. Введение в языкознание / Б. Н. Головин. – Москва: Высшая школа, 1977 – 311 с.*

3. *Скребнев, Ю. М.* Варваризмы в русском языке: лексикографический и стилистический аспекты / Ю. М. Скребнев. – Москва.: Наука, 2005. – 276 с.

4. *Соколова, А. А.* Французские заимствования в английском языке / А. А. Соколова // Цифровая наука. – 2021. – № 4. – С. 20–25.

5. *Устинов, В. А.* Заимствованные русские слова в английском языке / В. А. Устинов, С. В. Сырескина // Молодой ученый. – 2016. – № 12 (116). – С. 1033–1035.

6. *Хохонин, Д. Е.* Специфика функционирования варваризмов в русской речи / Д. Е. Хохонин, К. В. Овсянникова // Актуальные вопросы современной филологии и журналистики. – 2017. – № 2 (25). – С. 10–15.

Антонова А. В., Ветрова Э. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Речевой этикет семейного общения (на материале английского и русского языков)

Данная работа посвящена сопоставительному анализу речевого этикета семейного общения в английской и русской лингвокультурах.

Актуальность работы обусловлена повышенным интересом ученых (Заботкина, 1989; Земская, 1981) к проблемам речевой коммуникации, а также необходимостью изучения речевого этикета в семейном общении для предотвращения коммуникативных сбоев и укрепления взаимопонимания, что особенно актуально в контексте глобализации и тесного межкультурного взаимодействия.

Цель работы – изучение особенностей речевого этикета семейного общения в англо- и русскоязычной культурах, выявление сходств и различий.

Объектом исследования является речевой этикет семейного общения, предметом – его коммуникативные и лингвокультурологические особенности в английском и русском языках.

Семейное общение рассматривается как жанровая разновидность разговорной беседы в семейном кругу, направленная на формирование и поддержание атмосферы эмоционального благополучия, взаимопонимания, уважения, передачу социально-культурного опыта от старших к младшим. Важную роль в реализации данных задач играет речевой этикет, под которым понимается «система устойчивых формул общения, принятых обществом и предписываемых им для установления, поддержания и прерывания речевого контакта между собеседниками в избранной тональности» (БРЭ). Речевой этикет отражает социально-психологические особенности взаимодействия в сфере семейного общения, что непосредственно связано с традициями общества, его социальной структурой, обстоятельствами исторического развития.

Установлено, что в семейном общении сопоставляемых языков реализуются как общие, так и различные речевые стратегии. Для обеих лингвокультур характерно использование речевых средств, направленных на поддержание гармонии и благоприятной атмосферы. При этом в англоязычном семейном общении реализуются принципы негативной

вежливости (свобода действий, сохранение личного пространство, право быть независимым, не испытывать давления со стороны других, не принимать на себя нежелательных обязательств), в русскоязычном – позитивная (желание коммуникантов сблизиться, быть положительно принятым и оцененным собеседником).

Неотъемлемым компонентом семейного общения являются обращения. Для речевого этикета обоих языков характерно использование сокращенных форм имени, которые указывают на близкие отношения между коммуникантами, например: (1) *Pete, you're always so serious*; (2) *Наташа, душенька, пойдем-ка чай пить!* В русском языка часто используются диминутивные формы личных имен, в образовании которых принимают участие суффиксы: *-к, -ок/-ек, -ик, -оньк/-еньк, -очк/-ечк, -ушк: Машенька, солнышко, доченька*).

В английском языке арсенал уменьшительно-ласкательных суффиксов более ограничен, при этом чаще всего используются аффиксы *-ie/-y*: *doggie, Granny*). Маркерами нежных и близких взаимоотношений между коммуникантами являются прилагательные с положительной коннотацией: *little, sweetheart, dear* и др.

Характерной особенностью семейного общения является традиционное распределение семейных ролей, семейная иерархия. В соответствии с данным критерием были выделены следующие группы:

1. Этикетные формулы, обсуживающие взаимоотношения между супругами. В русской лингвокультуре в отношениях между супругами наблюдается большая эмоциональность, ориентация на сокращение коммуникативной дистанции семью и родственников, открытость и экспрессивность в конфликтах. В англоязычном семейном общении супруги стремятся к независимости друг от друга и от семьи, предпочитают равноправное распределение ролей, в русском семейном общении сохраняются гендерные асимметрии. Напр.: (3) *What do you want for dinner? – Anything, honey. Make something for yourself;* (4) *Ты баба – молчи! Не твоего ума дело. – Как знаешь, Гриша…*

Фамильярно-грубые формы, более распространенные в русскоязычном речевом общении, в англоязычной семейной коммуникации встречаются реже, например: (5) *Чего тебе, Олька?*; (6) *Эй, баба! Аль оглохла, черт старая?*; (7) *Hey, woman! Where's my dinner?*

В обеих лингвокульутрах часто используются ласковые обращения, ориентированные на личность собеседника и установление с ним теплых взаимоотношений, напр.: (8) *Oh, my dear, don't be so dramatic,* (9) *Где же ты была, душечка моя?*; (10) *Let's not get emotional, love;* (11) *Аксиньюшка… Ты одна у меня на всем белом свете…*

2. Этикетные формулы, обсуживающие взаимоотношения между братьями и сестрами. Речевой этикет проявляется в поддержании как близких, так и конкурентных отношений, где выбор обращения (уменьшительно-ласкательные варианты имен, прозвищ) и тональность (поддержка, подшучивание, упрек) отражают баланс между эмоциональной близостью и

соперничеством, причем в русском языке эмоциональная составляющая выражена сильнее, чем в английском языке: (12) *А ты опять, Николенька, в облаках летаешь?* – легкое подшучивание, типичное для общения между братьями и сестрами, особенно при разнице в возрасте; (13) *It's so interesting! Meg, do you think she'll say yes to him? – Jo, you are acting like such a child!* – демонстрируются аналогичные отношения, но с меньшей экспрессивностью на лексическом уровне.

3. Этикетные формулы, обсуживающие взаимоотношения между родителями и детьми – отражают характер взаимоотношений между данными категориями родственников. В российских семьях между матерью и детьми устанавливаются максимально близкие и теплые отношения, в то время как англоязычном общении они имеют более формальный характер, что свидетельствует об их большей самостоятельности: (14) *Can I go to the library, Mum? – What? The library? What do you want to go there for? Watch telly like normal people;* (15) *Ах, Илюша, Илюша! Что из тебя будет? Все лежишь да мечтаешь. – А что же мне делать, маменька? Мне так хорошо с тобой.*

Стратегии дистанцирования отражаются и в стремлении старшего поколения англичан к самостоятельности в то время, как в русских семьях старшие продолжают помогать детям или внукам на протяжении всей жизни. Особенно нежны отношения внуков с бабушками и дедушками: (16) *Ну, не ври, Алешенька. Я же вижу, что у тебя на душе. Расскажи бабушке, легче станет.*

Как отмечалось ранее, фамильярные формы обращения в английском языке менее распространены, в русском языке они нередко выступают маркерами неуважительного отношения к собеседнику: (17) *Это романтизм, папаша, а теперь это уже старость.* В английском языке обращения к старшим подчеркнуто вежливые, несмотря на фамильярный тон беседы: (18) *"I intend to be a barrister, aunt. – A what? – A barrister. A lawyer".*

Проведённое исследование позволило выявить ряд значимых особенностей речевого этикета в англо- и русскоязычном семейном общении. В то время как для английского речевого этикета характерны сдержанность, уважение к личным границам и акцент на индивидуальной ответственности, русский речевой этикет демонстрирует большую эмоциональность, стремление к близости, акцент на взаимопомощи и более выраженную иерархию в отношениях между поколениями. Сходства, такие как стремление к поддержанию гармонии, проявляются по-разному: англоязычные семьи больше ориентированы на равноправие и рациональное решение конфликтов, в то время как русскоязычные семьи склонны к более эмоциональному выражению чувств и поиску компромиссов на основе близости и общих ценностей.

Список литературы

1. Большая российская энциклопедия: электронная версия. – URL: https://old.bigenc.ru/linguistics/text/3508153 (дата обращения: 24.02.2025).

2. *Заботкина, В. И.* Новая лексика современного английского языка / В. И. Заботкина. – Москва: Высшая школа, 1989. – 126 с.

3. *Земская, Е. А., Китайгородская, М. В., Ширяев, Е. Н.* Русская разговорная речь. Общие вопросы. Сборник научных трудов / Е. А. Земская, М. В. Китайгородская, Е. Н. Ширяев. – Москва: Наука, 1981. – 279 с.

Аргатюк А. О.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Сравнительный анализ фразеологизмов с числовым компонентом в немецком и русском языках

Данное исследование посвящено сравнительному анализу структурных и семантических особенностей фразеологических единиц (далее ФЕ) с числовым компонентом в немецком и русском языках.

Актуальность исследования обусловлена повышенным интересом к фразеологизмам с числовым компонентом в немецком и русском языках, поскольку числовые значения часто несут уникальные символические и культурные значимости. Анализ таких фразеологизмов позволяет выявить сходства и различия в восприятии чисел двумя народами, что способствует более глубокому пониманию культурных кодов и менталитета.

Объект исследования – ФЕ с числовым компонентом в немецком и русском языках. Предмет – структурные и семантические аспекты этих фразеологизмов.

Цель работы – сравнительный анализ фразеологических единиц с числовым компонентом в немецком и русском языках, а также выявление сходств и различий в их структуре и семантике.

Материалом исследования послужили ФЕ в немецком и русском языках, имеющие в своем составе числовой компонент, извлеченные путем сплошной выборки из словарей немецкой и русской фразеологии «Немецко-русский фразеологический словарь» Л. Э. Биновича (Бинович, 1995), «Duden Band 11. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik» (Duden Band, 2013), «Фразеологический словарь русского литературного языка» А. И. Федорова (Федоров, 1984) и «Большой фразеологический словарь русского языка» (Супп, 2003).

Общий объем выборки данных ФЕ в немецком языке составил 77 единиц и 136 единиц в русском языке.

Сравнительный метод концентрируется на выявлении аналогий и различий между немецкими и русскими фразеологизмами, уделяя особое внимание значению чисел в семантике (Илюшкина, 2015). Это способствует более глубокому пониманию влияния культурных и концептуальных факторов на использование числовых компонентов и выявлению особенностей структурных элементов фразеологизмов.

Структурные особенности ФЕ варьируются в обоих языках. В русском числовые компоненты могут выступать как количественные, так и порядковые числительные. Они часто функционируют в роли существительных и создают различные фразеологические конструкции. Например, «*в один голос»* и «*два*

сапога пара» показывают, как число может подчеркивать единство или схожесть между предметами или идеями.

Более того, в русском языке числа могут сочетаться с другими выражениями, образуя сложные фразы, что добавляет выразительности и богатства в язык.

В немецком языке структура фразеологизмов, содержащих числовые компоненты, также характеризуется разнообразием, однако они часто принимают более фиксированную форму. Например, *eins zu eins* ‘один к одному’ или *zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen* ‘убить двух зайцев одним выстрелом’ демонстрируют, как числовые компоненты становятся частью устойчивого выражения, придавая им четкость и определенность. Структурная устойчивость часто помогает передать конкретные действия или идеи.

Когда речь идет о частях речи, в русском языке числовые компоненты могут представлять собой как количественные, так и порядковые числительные. Примеры, такие как *«первый блин комом»* или *«в три погибели»*, иллюстрируют использование чисел в различных ситуациях, создавая разнообразие в образных выражениях. В то время как в немецком языке числовые компоненты зачастую образуют устойчивые конструкции, такие как *drei auf einen Streich* ‘три в одном’, что демонстрирует более ограниченное использование чисел в гибкой конструкции.

Семантические особенности фразеологизмов в обоих языках также имеют интересные параллели и различия. В русском языке числовые компоненты нередко связываются с глубокими культурными ассоциациями. Например, число «семь» в выражении *«семь потов сойдёт»* воспринимается как символ значительных усилий. Число «три» часто имеет мифологическое значение, как в выражении *«третий лишний»*, которое указывает на ненужность чего-либо или кого-либо в данной ситуации. Сами числа не только выполняют количественную функцию, но и несут определенную эмоциональную нагрузку, что придает языку выразительность.

В немецком языке также существуют определённые культурные ассоциации с числами, хотя они могут быть не столь ярко выражены, как в русском. Например, число «два» в фразе *zwei Seelen und ein Gedanke* ‘две души, одна мысль’ только подтверждает единство между людьми. Таким образом, несмотря на то что оба языка содержат фразеологизмы с числовыми компонентами, эмоциональная окраска может варьироваться.

Эмоциональная окраска фразеологических выражений в русском языке демонстрирует глубокую связь с национальной идентичностью и культурой. Например, выражение *«на семи ветрах»* может отражать чувство тоски и беспокойства о будущем, в то время как *«пятое колесо в возу»* подчеркивает ненужность. В немецком языке аналогичные фразы могут носить более прагматичный и положительный характер, как в случае с выражением *das ganze neun Yard* ‘все девять ярдов’, которое указывает на высокую степень удовлетворенности или полноты.

Результаты исследования позволяют сделать следующие выводы.

Сравнивая обе языковые системы, можно заметить, что, несмотря на наличие одинаковых числовых компонентов, их семантическое содержание и эмоциональная окраска могут значительно отличаться. Это подчеркивает, что языки, хотя и пересекаются в фразеологических выражениях, имеют уникальные культурные особенности и способы восприятия.

Список литературы

1. *Илюшкина, М. Ю.* Теория перевода: основные понятия и проблемы: учеб. пособие / М. Ю. Илюшкина. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 84 с.

2. Большой фразеологический словарь русского языка / под ред. Е. И. Супп – Москва: ОЛМА-Пресс, 2003.

3. Немецко-русский фразеологический словарь / под ред. Л. Э. Бинович. – Москва: Аквариум, 1995. – 768 с.

4. Фразеологический словарь русского литературного языка / под ред. А. И. Федоров – Москва: Русский язык, 1984. – 672 с.

5. Duden Band 11. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik. – Berlin: Dudenverlag, 2013. – 929 S. – URL.: https://h.fimsschools.com/duden-band-11-redewendungen-und-sprichwortliche/ (дата обращения: 12.02.2024).

Ачкасова В. О.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Способы перевода на русский язык немецких лексем, обозначающих внешность человека

Перевод лексем, описывающих внешность человека, представляет собой важную часть художественного и литературного перевода. Немецкий язык богат сложными композитами и уникальными описаниями, которые часто требуют от переводчика гибкости и креативного подхода. Исследование фокусируется на пяти основных способах перевода: эквивалентный перевод, описательный перевод, замена, опущение и добавление.

Материалом исследования послужил корпус немецких лексем в количестве 324 единиц и 109 примеров их употребления, полученных из словарей различного типа и из параллельного немецко-русского корпуса.

Целью исследования является выявление наиболее частотных и эффективных методов перевода немецких лексем на русский язык.

Рассмотрим основные способы перевода немецких лексема названной семантики на русский язык.

1. Эквивалентный перевод (46 ед.)

Эквивалентный перевод оказался самым частотным методом перевода, поскольку он позволяет сохранить стилистическое богатство оригинала. Этот метод обеспечивает максимальное соответствие между оригинальным текстом и переводом, сохраняя семантическую и стилистическую идентичность (Жинкин, 2001). Примеры из произведений Ф. Кафки, Г. Грасса и других

показывают, как эквивалентный перевод передает внешний вид героев, используя более простые конструкции в русском языке, например:

(1) Ihre ***Glanzaugen*** funkelten im Kerzenlicht *Ее **сияющие глаза*** сверкали в свете свечей (Франц Кафка, «Превращение» (“Die Verwandlung”)).

В примере (1) полная эквивалентность наблюдается **лишь** в **семантическом (смысловом)** плане, а **с формальной** точки зрения наблюдается расхождение, т.е. немецкому композиту ***Glanzaugen*** соответствует в русском, однако, словосочетание – *сияющие глаза*, что объясняется высокой продуктивностью словосложения в сфере именного (субстантивного) словопроизводства.

2. Описательный перевод (8 ед.)

Частота этого метода перевода невысокая, но он играет важную роль при переводе сложных и метафорически насыщенных выражений. Данный метод используется для передачи значений лексем, не имеющих прямых аналогов в русском языке. Он помогает передать культурные и эмоциональные особенности текста:

(2) Ihre ***Schattenaugen*** verrieten Traurigkeit Ее ***глаза***, словно ***затуманенные печалью***, выдавали тоску (Герман Гессе, «Нарцисс и Гольдмунд»).

Описательный перевод в (2) немецкого композита Schattenaugen (дословно "теневые глаза") позволяет метафорически раскрыть душевное переживание героини произведения.

3. Замена (27 ед.)

Замена является вторым по частоте способом перевода и часто используется для адаптации текста под культурные особенности целевой аудитории. При этом заменяются элементы оригинала на более понятные для русскоязычного читателя аналоги. Например:

(3) Sie hatte ein junges Gesicht mit graugrünen Augen und einer ***Stups**nase,* und als er sie so ungeniert musterte, verzog sie den schmallippigen Mund zu einem Lächeln, das für Augenblicke den Ausdruck der Verderbtheit aus ihrem Gesicht fortwischte. Лицо совсем юное, с зелено-серыми глазами и ***вздернутым носиком***. Под бесцеремонным взглядом Хольта девушка растянула тонкие губы в улыбку, смахнувшую на какой-то миг отпечаток порока с ее лица. (Dieter Noll, “Die Abenteuer des Werner Holt. Roman einer Heimkehr”, 1963 / Дитер Нолль, «Приключения Вернера Хольта»).

Композит *Stupsnase* переведен словосочетанием *вздернутый носик*, в котором именной компонент выражен уменьшительно-ласкательным суффиксом. Добавим, что первый компонент *Stups* дословно означает *пинок, толчок*, но метафорически переосмыслен в вздернутый в структуре коллоквиализма. Данные замены придают описанию внешности девушки в целом привлекательный характер.

4. Опущение (17 ед.)

Данный метод перевода применяется для упрощения текста без потери основного смысла. При этом опускаются элементы оригинала, которые могут показаться избыточными или неуместными в переводе:

(4) Seine **Schlangen**augen funkelten kalt und berechnend Его ***глаза*** сверкали холодом и расчетом (Томас Манн, «Тонио Крёгер»).

При переводе композита *Schlangenaugen* **(**досл. змеиные глаза**)** переводчик опускает трансляцию первого компонента сложного слова, т.е. компонента **Schlange** (змея). В немецком примере есть явная ассоциация со змеями, которым свойственна коварность, хитрость и опасность. В русском переводе утрачивается метафорическая образность и выразительность.

5. Добавление (11 ед.)

Используются дополнительные описания, которые уточняют и усиливают визуальный эффект:

(5) Sie hatte ***schöne, blaue Augen***. У нее были ***красивые, глубокие голубые глаза, полные нежности***. (Гёте, «Фауст»).

Добавление встречается реже (11 случаев), но помогает усилить эмоциональную окраску перевода.

Обобщая выше сказанное можно сделать следующие выводы:

1. Перевод лексем, обозначающих внешность человека, осуществляется с помощью различных методов: эквивалентного, описательного, замены, опущения и добавления. Каждый метод имеет свои особенности и применяется в зависимости от контекста и целевой аудитории.

2. Частотность способов перевода неодинаковая: эквивалентный перевод является самым частотным, за ним следует замена, опущение и добавление, а описательный перевод встречается реже.

Список литературы

1. *Жинкин, Н. И*. Теория и практика перевода / Н. И. Жинкин. – Москва: Издательство РГГУ, 2001. – 184 с.

2. *Комиссаров, В. Н*. Теория перевода / В. Н. Комиссаров. – Москва: Высшая школа, 1990. – 290 с.

3. Национальный корпус русского языка. – URL.: https://ruscorpora.ru/ (дата обращения: 07.02.2025).

4. Duden. Deutsches Universalwörterbuch // Wissenschaftlichen Rat und den Mitarbeitern der Dudenredaktion unter der Leitung von G. Drosdowski. – 3., völlig neu bearb. u. erw. Aufl. – Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Dudenverlag, 1996. – 1816 S.

5. Wahrig. Das Standardwerk zur deutschen Sprache beschreibt den Grundwortschatz des Deutschen in mehr als 25000 Stichwörtern und 120000 Anwendungsbeispielen. “Der kleine Wahrig” ein deutsches Wörterbuch zu allen Fragen der Bedeutung, Rechtschreibung, Worttrennung, Grammatik und Aussprache, der Wahrig unter der Leitung von Renate Wahrig-Burfeind. – München, 1978. – 1151 S.

6. Wörterbuch der deutschen Umgangssprache. – URL.: https://www.mundmische.de/ (дата обращения: 07.02.2025).

Барская Е. Ю.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Полисемия наименований кухонной утвари в английском и русском языках

Настоящая работа посвящена анализу наименований кухонной утвари в английском и русском языках. Материал исследования отобран путем сплошной выборки из англоязычных и русскоязычных словарей. Объем выборки составляет 450 наименований (240 наименований в английском языке и 210 – в русском языке) (Collins Online Dictionary; Macmillan Dictionary; Oxford Russian Dictionary, 2019).

Объектом исследования являются лексические единицы (ЛЕ), именующие предметы кухонной утвари в английском и русском языках.

Предметом исследования выступают семантические особенности наименований кухонной утвари в сопоставляемых языках.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью дальнейших исследований семантики лексических единиц разных тематических групп.

Цель данной работы состоит в выявлении особенностей полисемии наименований кухонной утвари в английском и русском языках.

Семантика слова представляет собой сложную систему, включающую различные компоненты значения (Кронгауз, 2020). В структуре значения слова взаимодействуют основные и дополнительные семы, формируя его целостное значение (Гируцкий, 2005).

Анализ семантической структуры наименований кухонной утвари в английском и русском языках показывает, что с точки зрения количества значений в семантической структуре слова изучаемые единицы делятся на наименования, имеющие моносемантическую или полисемантическую структуру.

1. По данным количественного анализа, в английском языке преобладают полисемантические наименования (56%), а в русском языке – моносемантические (59%), что может быть объяснено культурными, историческими и языковыми факторами.

2. К моносемантическим наименованиям относятся лексические единицы, имеющие только одно значение. Данную группу составляют 106 английских (44%) и 124 русских (59%) единиц. Например, *salt-cellar* ‘солонка’ (‘a small container for salt with a hole or holes in the top for shaking salt onto food’), *teapot* ‘заварочный чайник’ (‘a container with a spout, handle, and lid, in which tea is brewed and from which it is poured’), *cruet* ‘графинчик для специй’ (‘a small glass bottle containing a condiment’). Среди моносемантических наименований в обоих языках преобладают: новые заимствования (*wok* ‘вок’, *tagine* ‘тажин’), узкоспециальные термины (*colander* ‘дуршлаг’, *grater* ‘терка’), составные наименования (*egg cup* ‘подставка для яиц’).

3. Полисемантические наименования образуют более многочисленную группу в английском языке (134 единицы, 56%) по сравнению с русским

языком (86 единиц, 41%). По количеству значений такие наименования распределяются следующим образом:

– наименования с двумя значениями (35 англ. и 32 рус. единицы): англ. *bowl*: 1) ‘чаша для еды’; 2) ‘углубленная круглая посуда’; рус. *миска*: 1) ‘столовая посуда для еды’; 2) ‘количество пищи, вмещающееся в такую посуду’;

– наименования с тремя значениями (29 англ. и 25 рус. единиц): англ. *pot*: 1) ‘кастрюля’; 2) ‘горшок для растений’; 3) ‘сосуд для хранения’; рус. *кастрюля*: 1) ‘металлическая посуда для варки’; 2) ‘содержимое этой посуды’; 3) ‘количество пищи, вмещающееся в нее’;

– наименования с четырьмя значениями (21 англ. и 17 рус. единиц): англ. *cup*: 1) ‘чашка’; 2) ‘содержимое чашки’; 3) ‘призовой кубок’; 4) ‘мера объема’; рус. *чашка*: 1) ‘небольшой сосуд’; 2) ‘содержимое этого сосуда’; 3) ‘часть весов’; 4) ‘анатомическое образование’;

– наименования с пятью значениями (16 англ. и 14 рус. единиц): англ. *dish*: 1) ‘блюдо’; 2) ‘пища’; 3) ‘углубление’; 4) ‘тарелка’; 5) ‘антенна’; рус. *блюдо*: 1) ‘большая тарелка’; 2) ‘кушанье’; 3) ‘еда’; 4) ‘поднос’; 5) ‘музыкальный инструмент’;

– наименования с шестью значениями (15 англ. и 12 рус. единиц): англ. *pan*: 1) ‘сковорода’; 2) ‘кастрюля’; 3) ‘таз’; 4) ‘чаша весов’; 5) ‘часть механизма’; 6) ‘углубление’; рус. *котел*: 1) ‘большой металлический сосуд’; 2) ‘аппарат’; 3) ‘источник тепла’; 4) ‘яма’; 5) ‘окружение’; 6) ‘общий фонд’;

– наименования, имеющие семь значений (12 англ. и 9 рус. единиц): англ. *glass*: 1) ‘стакан’; 2) ‘стекло’; 3) ‘зеркало’; 4) ‘линза’; 5) ‘барометр’; 6) ‘час’; 7) ‘спиртное’; рус. *стакан*: 1) ‘сосуд’; 2) ‘мера объема’; 3) ‘деталь механизма’; 4) ‘гильза’; 5) ‘футляр’; 6) ‘часть растения’; 7) ‘часть прибора’;

– наименования, имеющие восемь значений (8 англ. и 5 рус. единиц): англ. *plate*: 1) ‘тарелка’; 2) ‘блюдо’; 3) ‘пластина’; 4) ‘металл’; 5) ‘гравюра’; 6) ‘фотопластинка’; 7) ‘броня’; 8) ‘награда’; рус. *чаша*: 1) ‘сосуд’; 2) ‘сооружение’; 3) ‘углубление’; 4) ‘часть весов’; 5) ‘сосуд для питья’; 6) ‘судьба’; 7) ‘полнота чувств’; 8) ‘чашечка цветка’.

4. Анализ количественного распределения значений в семантической структуре полисемантических наименований кухонной утвари показывает значительное сходство в обоих языках:

4.1. Наибольшую группу составляют моносемантические наименования (39,2% в английском и 41,0% в русском языках). Наименования с двумя и тремя значениями также представлены примерно одинаково (26,7% в английском
и 27,1% в русском). Сходные пропорции сохраняются и для наименований с четырьмя-шестью значениями (21,8% в английском и 20,5% в русском языках). Группы наименований с семью и более значениями немногочисленны в обоих языках (12,5% в английском и 11,5% в русском).

4.2. Основное отличие заключается в том, что в английском языке зафиксировано одно наименование с 26 значениями (*cover* ‘куверт’), тогда как

в русском языке максимальное количество значений у наименования не превышает 15. Однако это единичный случай, не влияющий на общую картину распределения значений, которая демонстрирует в целом одинаковую способность наименований кухонной утвари образовывать новые значения в сопоставляемых языках.

5. Детальный анализ семантической структуры наименований кухонной утвари в сопоставляемых языках позволяет выявить некоторые закономерности развития полисемии:

5.1. В английском языке наблюдается тенденция к развитию технических и специализированных значений. Например, слово *pan* помимо основного значения ‘сковорода’ развивает значения ‘часть механизма’, ‘чаша весов’, что отражает процесс терминологизации бытовой лексики. В русском языке, напротив, преобладает развитие бытовых и метафорических значений: *кастрюля* → ‘количество еды’, ‘содержимое’.

5.2. Важной особенностью является и развитие оценочных значений. В английском языке это часто связано с профессиональной деятельностью: *pot* ‘горшок’ → ‘неудачник’ (в спорте), *dish* ‘блюдо’ → ‘привлекательный человек’. В русском языке оценочные значения чаще отражают бытовые ситуации: *котел* → ‘место скопления людей’, ‘суматоха’; *горшок* → ‘простак’, ‘недотепа’.

Список литературы

1. *Гируцкий, А. А.* Лексическое значение и его типы / А. А. Гируцкий // Введение в языкознание. – 3-е изд. – Минск: ТеатраСистемс, 2005. – 238 с.

2. *Кронгауз, М. А.* Семантика: учебник для студ. лингв, фак. высш. учеб. заведений / М. А. Кронгуаз – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательский центр «Академия», 2020. – 352 с.

3. Collins Online Dictionary. Definitions, Thesaurus and Translations. – URL: https://www.collinsdictionary.com/ (дата обращения: 27.02.2025).

4. Macmillan Dictionary. – URL: https://www.merriam-webster.com/ (дата обращения: 27.02.2025).

5. Oxford Russian Dictionary. – Oxford: Oxford University Press, 2019. – 896 p.

Безрук А. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структура афоризмов о любви в английском и русском языках

1. Введение. Афоризмы представляют собой лаконичные, но выразительные формы вербализации человеческого опыта, ценностей и мировоззрения (Иванов 2020: 1). Их использование в речи способствует передаче глубоких смыслов и эмоциональных оттенков, что делает их важным объектом изучения в лингвистике. Афоризмы о любви, будучи одним из значимых жанров афористики, отражают особенности национального

восприятия данного чувства и демонстрируют языковую картину мира носителей английского и русского языков (Калашникова 2001: 2).

Актуальность исследования обусловлена возрастающим интересом к изучению афористики как средства выражения культурных ценностей и особенностей языковой личности.

Объектом исследования являются афоризмы и пословицы о любви в английском и русском языках. Предмет исследования составляют их структурные характеристики.

Цель исследования заключается в выявлении сходных и отличительных черт в построении афоризмов о любви в двух языках, анализ их синтаксической структуры.

Материалом исследования послужили 297 афоризмов о любви (159 ед. в английском языке; 138 ед. в русском языке) Афористические единицы были отобраны из лексикографических источников по ключевым словам *love* ‘любовь, любить’, *любовь*, *любить*, и пр.

2. Структурные типы афоризмов. На основе анализа выборки афоризмов о любви в английском и русском языках было выделено два основных структурных типа афористических единиц: афоризмы, состоящие из одного предложения (простые, сложные (сложноподчиненные и сложносочиненные) и афоризмы, состоящие из нескольких предложений.

2.1. Афоризмы, состоящие из одного предложения – 147 ед. / 92% в английском языке; 131 ед. / 95 % в русском языке.

2.1.1. Простые предложения. Данная структурная группа включает 69 ед. (38 ед. / 24% в английском языке; 31 ед. / 22% в русском языке). Примером данного структурного типа в английском языке является: *The best proof of love is trust* ‘Лучшая проверка любви – это доверие’ (Дж. Бразерс); в русском языке: *Любовь к женщине – трагическая обязанность мужчины* (М. Горький).

2.1.2. Сложные предложения. Данный структурный тип включает 109 ед. / 69% в английском языке; 100 ед. / 72% в русском языке. Сложные предложения также делятся на следующие подгруппы:

– сложноподчиненные предложения: 135 ед. (63 ед. / 39% в английском языке; 72 ед. / 52% в русском языке): *U know you're in love when you can't fall asleep because reality is finally better than your dreams* ‘Вы знаете, что влюблены, когда не можете уснуть, потому что реальность наконец-то лучше ваших снов’ (Доктор Сьюз); *В миг, когда любовь исчезает, наше сердце еще лелеет ее воспоминание* (А. С. Пушкин);

– сложносочиненные предложения: 74 ед. (46 ед. / 29% в английском языке; 28 ед. / 21% в русском языке): *Being deeply loved by someone gives you strength, loving someone deeply gives you courage* ‘Быть любимым кем-то придает вам сил, а любить кого-то придает вам смелости’ (Лао-Цзы); *Любить – значит верить, а верить – значит жить* (В. Г. Белинский).

2.2. Афоризмы, состоящие из нескольких предложений. К данному структурному типу афоризмов относятся 19 ед. (12 ед. / 8% в английском языке; 7 ед. / 5% в русском языке). Примером рассматриваемого типа

в английском языке является: *There is something infinitely healing in the repeated refrains of nature – the assurance that dawn comes after night, and spring after winter. Love for nature is a source of healing.* ‘Есть что-то бесконечно целебное в повторяющихся звуках природы – уверенность в том, что рассвет приходит после ночи, а весна – после зимы. Любовь к природе – источник исцеления’ (Р. Карсон); в русском языке: *Тот, кто любит, не замечает мелких обид. Тот, кто не любит, находит обиды даже там, где их нет.* (К. Г. Паустовский).

3. Выводы. Сопоставительный анализ структуры английских и русских афоризмов о любви позволяет сделать следующие выводы:

3.1. Афоризмы о любви в сопоставляемых языках представлены одинаковыми структурными типами. Они могут состоять из одного или нескольких предложений. Афоризмы, состоящие из одного предложения, в свою очередь имеют форму простого или сложного предложения (сложноподчиненного или сложносочиненного).

3.2. Наиболее распространенным структурным типом проанализированных афоризмов в двух языках являются сложные, в частности, сложноподчиненные предложения. Данный структурный тип в русском языке более распространен по сравнению с английским языком.

3.3. Среди английских афоризмов, в отличие от русских, чаще встречаются афоризмы, состоящие из нескольких предложений.

3.4. Количество афоризмов, относящихся к структурному типу простого предложения и сложносочиненного предложения в сопоставляемых языках, является примерно равным.

Список литературы

1. *Иванов, Е. Е.* Афоризм как объект лингвистики: основные признаки / Е. Е. Иванов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2020. – Т. 11. № 4. – С. 659–706.

2. *Калашникова, Н. М.* Афористичность как черта идиостиля В. Токаревой: автореф. дис. канд. филол. наук: 10.02.01 / Н. М. Калашникова. – Рост. Гос. ун-т. – Ростов-на-Дону, 2004. – 26 с.

Бондарь Е. Р.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантические особенности военных терминов в англоязычных и русскоязычных СМИ

В данной работе изучаются семантика и особенности функционирования военных терминов в англоязычных и русскоязычных СМИ.

Актуальность исследования обусловлена повышенным интересом современных ученых к военной терминологии в связи со сложившейся в мире геополитической ситуацией. Чрезвычайная востребованность военной лексики, ее активное проникновение в СМИ – один из маркеров настоящего времени, указывающий на милитаристский характер современной политики.

Объект исследования – военная терминология, предмет – семантические особенности военных терминов в англоязычных и русскоязычных СМИ.

Материалом исследования послужили 200 военных терминов (110 – в русском языке и 90 – в английском языке), извлеченные путем сплошной выборки из англоязычных («The Guardian», «The Independent», «The New York Times») и русскоязычных («РИА Новости») новостных интернет-источников за 2014-2025 гг.

В лингвистике под «термином» традиционно понимается «слово или словосочетание специального (научного, технического и т.п.) подъязыка, создаваемое для точного выражения специальных понятий и обозначения специальных предметов» (Ахманова, 2004). По мнению многих ученых, главным признаком термина является его однозначность (Суперанская, 2003). Вместе с тем, как показывает практика, термины, как и общеупотребительные слова, склонны к полисемии.

В результате анализа установлено, что в англо- и русскоязычных СМИ многозначные термины преобладают над однозначными: военная терминология активно развивается, адаптируется к новым условиям, что приводит к расширению значений слов. Приведем несколько примеров. В русском языке термин *батарея* имеет два значения: 1) артиллерийское подразделение из нескольких орудий и средств управления; 2) позиция, которую занимает такое подразделение. Напр., *Батарея «Мста-С» уничтожила украинские силы на Запорожском направлении* (РИА Новости, 2023). В приведенном примере данный термин используется в первом значении. Английский термин *bomb* также является многозначным: 1) a weapon that explodes and is used to kill or hurt people or to damage buildings; 2) something that has failed. Напр., англ. *David Cameron: leave vote would be economic bomb for UK* (The Guardian, 2016). В текстах СМИ он чаще используется во втором значении.

Переносные значения у военных терминов формируются в результате метафорических и метонимических переносов. Чаще всего в обоих языках наблюдается процесс метафоризации, который основывается на сходстве формы и функции. Напр., русск. *гусеница танка* – гусеница (насекомое) – сходство по форме – зооморфная метафора: *Гусеницы для «Арматы» и других танков теперь производят круглосуточно* (РИА Новости, 2020). В русской военной терминологии для наименования боевой техники часто используются названия цветов, напр.: *гвоздика* – самоходная артиллерийская установка (САУ) 2С1, известная своей эффективностью и мощью: *В Минобороны рассказали, как расчеты «Гвоздик» уничтожают укрепрайоны ВСУ* (РИА Новости, 2024); *гиацинт* – 152-мм самоходная пушка 2С5, которая также ассоциируется с мощными ударами по противнику: *Расчет «Гиацинта» уничтожил гаубицу ВСУ американского производства* (РИА Новости, 2024). В данных примерах метафорический перенос осуществляется по признаку сходства формы: пламя огня таких орудий при выстреле из него напоминает соответствующий цветок.

Термины, образованные в результате метафорического переноса, зафиксированы и в английском языке. Интересны в этом плане цветовые

метафоры (по сходству цвета), связанные с символическим восприятием реальности: красный цвет – цвет огня, опасности, жестокости; синий цвет – цвет неба и воды, спокойствия, надежности, умиротворения. Именно поэтому красный цвет часто ассоциируют с врагом и его действиями, а синий – со «своими». Напр.: *red alert* – высшая степень готовности к бою: *Politics on Red Alert*; *blue helmets* – свои войска: *From Rwanda to Bosnia, Haiti to Congo, failures raise questions about future of United Nations blue helmets* (The Guardian, 2015).

Менее продуктивным в обоих языках является метонимический перенос – перенос значения по смежности понятий. Напр., англ. *Boots on the ground* – означает размещение войск, военнослужащих на земле, а не в воздухе или на море: «*Boots on the ground» needed to make the most of NSW national park land purchases* (The Guardian, 2021); русск. *Зелёные береты* – элитные подразделения Армии США, предназначенные для ведения партизанской войны. В данном случае перенос осуществляется с элемента военной формы на подразделения – солдат, которые носят эту форму: русск. *Главная задача «зеленых беретов» – проникать на оккупированные врагом территории и вместе с местными силами вести скрытную борьбу* (РИА Новости, 2022).

Установлено, что между элементами военной терминологической системы существуют синонимические отношения. Синонимы могут различаться аффиксами (*командир – командующий, attack – the attacker*), напр.: русск. *Генерал-лейтенант Сергей Кобылаш назначен командующим Военно-воздушными силами России, сообщили в Минобороны*; «*Командир с позывным Лысый рассказал, как артиллеристы напугали ВСУ*» (РИА Новости, 2022); англ.: *France salutes ‘backpack hero’ who challenged Annecy knife attacker*; *Driver who hit union rally in ‘suspected attack’ in Munich is Afghan asylum seeker, police say* (The Guardian, 2025), а также синтаксической структурой (*отряд разведчиков – разведывательный отряд, scouting party – a party of scouts*), напр., русск. *Отряд разведчиков «Черные гусары» захватил пять пленных без единого выстрела. – Бойцы бригады «Терек» и казачьего диверсионно-разведывательного отряда «Енисей» бригады «Сибирь» разбили группу украинских десантников в районе Соледара на Артемовском участке фронта*» (РИА Новости, 2025); англ. *Australian scouting party eye up the Ashes*; *Jonathan Attwell, the youngest of a party of 12 scouts from Bristol, fell from Mount Snowdon in North Wales* (The Independent, 2014).

Помимо синонимов, среди военных терминов были обнаружены антонимы. В текстах СМИ они являются эффективным средством привлечения внимания читателей к транслируемой информации и создания выразительности текста, что способствует более яркому и эмоциональному его восприятию и лучшему запоминанию. Антонимы чаще всего выражают качественную противоположность, образуя градуальные оппозиции. Напр.: русск. *Качественное короткоствольное оружие ценится во всех армиях мира. – Предусматривается, что лицензию на приобретение охотничьего огнестрельного длинноствольного оружия с нарезным стволом имеют право получать россияне, которые имеют охотничий билет…* (РИА Новости, 2020); англ. *Today’s rule makes clear that firearm manufacturers, dealers, and individuals*

cannot evade these important public safety protections simply by adding accessories to pistols that transform them into short-barreled riffles, Garland said. *– One holds a ferocious-looking, long-barreled rifle* (The Independent, 2023). Часто встречаются также комплементарные антонимы – противопоставление реализуется с помощью компонентов, которые дополняют друг друга до целого, так что отрицание одного компонента дает значение другого (*ядерные силы – неядерные силы, combatant – non-combatant*). Напр., русск. *Стратегические ядерные силы обновлены на 95 процентов, заявил Путин*; *Зеленский предложил разместить на Украине неядерные силы сдерживания* (РИА Новости, 2024); англ. *Finland charges a combatant with war crimes allegedly committed in 2014 in Ukraine*; *More than 2,600 Yazidi non-combatants remain unaccounted for, a decade after their capture* (New York Times, 2024).

Результаты исследования позволяют сделать вывод о том, что военная терминология в текстах англо- и русскоязычных СМИ представляет собой сложную систему, между элементами которой устанавливаются разные виды отношений – полисемия, синонимия, антонимия и др.

Список литературы

1. *Ахманова, О. С*. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – 2-е изд., стереотип. – Москва: Едиториал УРСС, 2004. – 576 с.

2. *Суперанская, А. В., Подольская, Н. В., Васильева, Н. В*. Общая терминология: Вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. – Москва: URSS, 2023. – 248 с.

3. РИА Новости. – URL: https://ria.ru/?ysclid=m7anb06gwf575918844 (дата обращения: 12.02.2024).

4. The Guardian. – URL: https://www.theguardian.com/international (дата обращения: 10.02.2024).

5. The Independent. – URL: https://www.independent.co.uk/ (дата обращения: 11.02.2024).

6. The New York Times. – URL: https://www.nytimes.co?ysclid=m7an-deiy1v957102375 (дата обращения: 10.02.2024).

Ващилина А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Сопоставительный анализ терминов изготовления одежды (на материале английского и русского языков)

1. Терминологический «сектор» языка нацелен на выражение социально организованных областей действительности, таких как наука, техника, искусство, политика, право и т.д. А. В. Суперанская также считает, что полисемия термина «терминология» является явлением, отмеченным в терминологической практике как в России, так и за ее пределами (Суперанская, 2012). Все терминологические системы постоянно эволюционируют и обогащаются новыми терминами, а устаревшие постепенно выходят из употребления. Новые термины появляются

в зависимости от потребностей и развития сферы, к которой они относятся, и становятся обычными терминами.

Актуальность данного исследования обусловлена растущей значимостью точной и унифицированной терминологии в швейной индустрии, которая продолжает развиваться и адаптироваться к современным требованиям рынка. В условиях глобализации и интеграции различных культур и технологий, правильное понимание и использование профессиональных терминов становится необходимым для эффективного общения между специалистами из разных стран.

Объектом исследования выступает терминология изготовления одежды в английском и русском языках.

Предметом исследования являются термины, связанные с процессами производства одежды в английском и русском языках.

Цель работы: исследовать и сопоставить термины изготовления одежды в английском и русском языках.

Материал работы был получен из книги «Иллюстрированная история стиля и моды с древнейших времен» (Готтенрот, 2009). Всего было проанализировано 289 терминов, из них 196 на английском языке и 93 на русском.

2. Тематическая классификация включает следующие лексико-семантические группы (ЛСГ): термины общего типа, типы швов, детали изделия, швейное оборудование.

2.1 ЛСГ «Термины общего типа» охватывает широкий спектр терминов, относящихся к конструированию и пошиву одежды и включает наибольшее количество единиц, например: *англ.: attach, bottom-leg, collar; русск.: прикреплять, нижняя часть брюк, воротник.*

2.2 ЛСГ «Типы швов». Данная группа включает в себя термины, созданные для описания различных видов швов. Эта группа делится на несколько подгрупп:

2.2.1 Основные виды швов: *англ. plain seam, bound seam; русск. накладной шов, стачной шов.*

2.2.2 Швы для обработки срезов деталей: *англ. felled seam; русск. краевой шов в подгибку.*

2.2.3 Декоративные швы: *англ. honey-comb seam; русск. шов-сота.*

2.2.4 Специальные швы для определенных изделий: *англ. crotch seam; русск. шаговой шов;*

2.2.5 Термины, связанные с подготовкой к шитью: *англ. seam allowance; русск. припуск на шов.*

2.3 ЛСГ «Детали изделия» описывает различные составляющие части изделия. Эти термины важны для понимания конструкции и разработки лекал при проектировании одежды. Например: *англ. shoulder strap, русск. стежок.*

2.4 ЛСГ «Швейное оборудование» включает в себя термины, описывающие оборудование и технику, которая используется при изготовлении одежды. Например: *англ. embroidery machine, presser; русск. швейная машина, лапка.*

3. Перевод швейных реалий подразумевает передачу уникальной терминологии. В швейной литературе представлены конкретные термины, инструменты, техники и процессы. Межъязыковая передача этих реалий на английский язык может быть выражена через различные переводческие трансформации, включая следующие методы:

3.1 Калькирование: это процесс, при котором слово или фраза переводится дословно с одного языка на другой. Например, *bias binding переводится как косая бейка.*

3.2 Прямой перевод: в некоторых случаях термины переводятся напрямую, *как button или coat.*

3.3 Заимствование: некоторые термины могут быть заимствованы без перевода, но с адаптацией к русскому языковому контексту. Например, grommet может использоваться в оригинале, хотя и может быть переведено как люверс. Заимствования могут происходить из различных языков, таких как английский, французский и немецкий.

3.4 Контекстуальная адаптация: некоторые термины могут быть адаптированы с учетом специфики языка и культуры. Например, *fly-front zipper* переводится как потайная застёжка-молния.

4. В работе были рассмотрены сходства, такие как использование заимствованных слов и функциональная природа терминов, а также различия, касающиеся структуры слов и методов перевода.

4.1 В обоих языках наблюдается использование заимствованных терминов. Например, слова, такие как *suit (костюм) и dress (платье)*, имеют общие корни и используются в аналогичном контексте.

4.2 Многие термины в обоих языках описывают функциональные аспекты одежды и швейного производства. Например, *seam (шов) и fastener (застежка)* используются для обозначения конкретных элементов конструкции.

4.3 В обоих языках существует схожая классификация терминов по категориям, таким как типы швов, детали изделий и швейное оборудование. Это упрощает понимание и коммуникацию между специалистами.

4.4 В русском языке часто используются сложные слова и сочетания, состоящие из нескольких корней, что может приводить к более длинным и описательным терминам. Например, *fly-front zipper (потайная застёжка)* может быть выражена одним словом в английском языке.

4.5 Некоторые термины в английском языке могут быть основаны на культурных или исторических контекстах, которые отсутствуют в русском. Например, термины, связанные с традиционной одеждой или специфическими техниками, могут иметь уникальные названия в одном языке и отсутствовать в другом.

4.6 При переводе терминов могут использоваться различные методы. В английском языке часто применяется калькирование, тогда как в русском языке может быть предпочтительнее использовать адаптацию или контекстуальный перевод, чтобы сохранить смысл и звучание.

4.7 В английском языке часто используются аббревиатуры и сокращения (например, *T-shirt* для *T-shirt*), в то время как в русском языке такие сокращения встречаются реже.

5. В ходе исследования было установлено, что терминология в области швейного производства постоянно развивается и обогащается новыми терминами, что в значительной степени обусловлено потребностями и изменениями в соответствующих секторах.

Список литературы

1. *Суперанская, А. В., Подольская, Н. В., Васильева, Н. В.* Общая терминология: вопросы теории / А. В. Суперанская, Н. В. Подольская, Н. В. Васильева. – Москва: ЛИБРОКОМ, 2012. – 248 с.

2. *Готтенрот, Ф.* Иллюстрированная история стиля и моды с древнейших времен / Ф. Готтенрот. – Москва: Эксмо, 2009. – С.240–255.

Вяткина А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структурно-семантическая характеристика глаголов нанесения определенного вреда объекту в немецком и русском языках

Изучение глаголов нанесения вреда в сопоставительном аспекте является значимым для лингвистики, так как позволяет выявить межъязыковые сходства и различия в репрезентации деструкции и нанесения определенного ущерба объекту (Апресян, 1995; Булыгина, 1997).

В русском и немецком языках данная категория глаголов отражает не только особенности лексико-семантической системы, но и культурно-обусловленные способы концептуализации негативного воздействия.

Необходимость углублённого сопоставления типологически различных языков (славянского и германского) играет большую роль для выявления универсальных и специфических черт в передаче вреда. Такие глаголы, как *разрушать* (рус.) и *zerstören* (нем.), не только описывают физическое воздействие, но и участвуют в формировании метафорических значений (*разбить сердце – das Herz brechen*).

Объектом исследования являются глаголы нанесения вреда в русском и немецком языках, которые выражают семантику деструктивного воздействия на объект. В исследовании рассматриваются глаголы, обозначающие физический вред, моральный и материальный ущерб.

Материалом исследования послужили глаголы вреда (далее – ГВ), полученные из толковых и переводных словарей, а также из специальных исследований (Лю Яньчунь, 2018). Общий объем немецких ГВ составил 145 единиц, а русских ГВ – 130 единиц.

Сравнивая структурные и семантические особенности ГВ в русском и немецком языках отметим, что данная ЛСГ глаголов в русском языке представляется в форме видовой оппозиции несовершенного вида (*ломать*) и совершенного *(сломать*) (Маслов, 2004) тогда как в немецком языке

категория вида отсутствует, а результативное действие обычно передается через префиксальные глаголы инструментального типа *erstechen* «заколоть», *erschießen* «расстрелять».

В работе ГВ определяются как лексемы, выражающие семантику деструктвного воздействия на объект, включая физический (*разрушать* / *zerstören*), моральный (*оскорблять / beleidigen*) и материальный ущерб (*портить / verderben*).

В русском языке ГВ часто образуются посредством приставок, которые уточняют характер воздействия: ***с****ломать* (завершённость действия), ***ис****портить* (необратимость результата). Видовая парадигма (*ломать/сломать*) играет ключевую роль в дифференциации процесса и результата. Синтаксически такие ГВ являются переходными, управляя винительным падежом: *разбить что-л. (*например, *окно), испортить что-л.* (например, *репутацию)*.

В немецком языке префиксация служит основным способом выражения вреда: *zerbrechen* ‘разбить*’, beschädigen* ‘повредить’. При этом приставки *(ver-, zer-)* часто указывают на разрушение целостности / уничтожение объекта: ***ver****brennen* ‘сжигать’, ***ver****gasen* ‘отравлять’ / ‘умерщвлять газом’, ***zer****pflücken* ‘разорвать на кусочки’, *zertreten* ‘растоптать’. Синтаксическое управление ГВ зависит от семантики данного глагола, ср.: ***etwas*** *zerstören* ‘разрушить **что-л.**’ **(**аккузативный объект)**, *jemandem*** *schaden* ‘навредить **кому-то**’ (дативный объект).

В плане семантики ГВ в немецком и русском языках обозначают следующие сходные действия

1) нанесение неодушевленному объекту определенного физического вреда, часто связанного с изменением его структуры: ср.: рус. *разрушать*; аналогично: нем. *zerstören;*

2) нанесение одушевленному объекту определенного морального вреда, ср.: рус. *оскорблять* кого-л, аналогично: нем. jmdn. *beleidigen*;

3) нанесение телесного повреждения или лишение жизни кого-л., ср.:

рус. *избить / ударить кого-л., застрелить / повесить кого-л*., аналогично: нем. *jmdn. verprügeln / schlagen, jmdn. erschießen / erhängen.*

Список литературы

1. *Апресян, Ю. Д.* Избранные труды. Том II: Интегральное описание языка и системная лексикография / Ю. Д. Апресян. – Москва: Школа «Языки русской культуры», 1995. – 767 с.

2. *Булыгина, Т. В., Шмелёв, А. Д.* Языковая концептуализация мира (на материале русской грамматики) / Т. В. Булыгина, А. Д. Шмелёв. – Москва: Школа «Языки русской культуры», 1997. – 576 с.

3. *Лю Яньчунь* Лексико-семантическое поле «вред» в русском языке: Структурно-семантический и мотивационный аспекты: автореф. дис… канд. филол. наук / Яньчунь Лю. – Томск, 2018. – 24 с.

4. *Маслов, Ю. С.* Избранные труды: Аспектология. Общее языкознание / Ю. С. Маслов. – Москва: Языки славянской культуры, 2004. – 840 с.

Гатикоева М. Г.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантика устойчивых выражений со значением денег и богатства в английском и русском языках

1. Введение. Данная работа посвящена исследованию семантики устойчивых выражений со значением «деньги, богатство» в английском и русском языках.

Фразеологические единицы (далее – ФЕ) являются важным элементом в изучении иностранного языка, так как их использование значительно увеличивает выразительность речи и способствует лучшему пониманию национальной культуры страны, язык которой изучается.

По мнению А. Н. Шевченко, «фразеологизмы – это важная часть жизни народа. Фразеологическая единица, выступая как компонент любого текста, тесно связана с контекстом произведения» (Шевченко 2018: 217–220).

Паремии (далее – ПЕ) есть «особые единицы и знаки языка, необходимые элементы общения людей. Эти знаки передают специфическую информацию, обозначают типичные жизненные и мысленные ситуации или отношения между теми или другими объектами» (Котова 2010: 170).

Актуальность исследования связана с возросшим интересом к фразеологизмам различной семантики. Устойчивые выражения, отражающие финансовое благосостояние, требуют детального изучения, так как несут символический и культурный смысл, отображая определённые реалии. Это касается не только названий денежных единиц, но и более широкого спектра семантических аспектов, входящих в базовый словарь языка.

В качестве **объекта** исследования выступили фразеологические единицы и паремии со значением денег и богатства в английском и русском языках.

Предметом исследования является семантика ФЕ и ПЕ со значением денег и богатства в английском и русском языках.

Материалом исследования послужили 372 ФЕ и ПЕ (220 ед. в английском языке и 152 ед. в русском языке), отобранных методом сплошной выборки из лексикографических источников английского языка – «Longman Idioms Dictionary» (1998), «Macmillan English Dictionary for Advanced Learners (International Student Edition)» (2002); русского языка – «Англо-русский фразеологический словарь» (Кунин, 1984), «Словарь русских пословиц и поговорок» (Жуков, 2014).

2. Семантика устойчивых выражений со значением «деньги, богатство» в английском и русском языках. В сопоставляемых языках были выделены 18 лексико-семантических групп, среди которых наиболее продуктивными являются ФСГ «Характеристика денег» (28 ед. в английском языке, 31 ед. в русском языке) и «Расходы и платы».

2.1. В английском языке наибольшую частотность обнаруживает ЛСГ «Характеристика денег» (28 ед. (12,73%)), в то время как в русском языке эта группа насчитывает 31 ед. (20,39%). Примерами ФЕ данной группы являются

такие единицы, как англ. *money is power* <having money gives influence> букв. ‘деньги – это власть’, т.е. деньги имеют огромное влияние*;* англ. *pin money* <a small amount of money that is used for minor expenses> букв. ‘деньги на булавки’, т.е. карманные деньги; рус. *кровные деньги* <деньги, заработанные трудом>; рус. *мёртвый капитал* <деньги, которые не приносят дохода>. Рассмотрим примеры употребления единиц данной группы: англ. *Flowers, candy, jewelry, seemed the principes thinndy, which the elegant dames were interested. And she - she had scarcely enough pin money to indulge in such outings as this a few times month.* (Th. Dreiser, “Sister Carrie”, ch. XXXII) ‘Цветы, драгоценности, сласти – вот что, казалось, наполняло жизнь всех этих элегантных дам. А она! У нее едва хватало карманных денег, чтобы сделать покупки здесь, на Бродвее, хотя бы два раза в месяц’; рус. «*Так что готовься, на первой же ярмарке придется у него выкупать жеребчиков наших за свои же кровные деньги — доказать-то ничего нельзя»* (Михаил Успенский «Там, где нас нет») (Кунин 1972: 288).

2.2. Второй по продуктивности является ЛСГ «Расходы и платы» (27 ед. (12.27%) в английском языке и 21 ФЕ (13.82%) в русском языке). В её состав вошли такие устойчивые выражения как англ. *a blank check* <to have as much money that is wanted or needed to spend> букв. ‘пустая чековая книжка’, т.е. возможность тратить столько, сколько хочется; англ. *pay a king’s ransom* <to pay greatly for something> букв. ‘заплатить королевский выкуп’, т.е. заплатить много за что-то; рус. *разориться до нитки* <потерять все свои деньги>; рус. *беситься с жиру* <неразумно тратить деньги на ненужные вещи>.

2.3. ЛСГ «Управление финансами» (англ. 2 ед. (0.91%); рус. 2 ед. (1.32%) демонстрирует наименьшую частотность. Устойчивые выражения данной группы имеют семантику ответственного управления ресурсами; например, фразеологизмы и паремии англ. *cut your coat according to your cloth* <to adapt to one's circumstances> букв. ‘резать пальто по ткани’, т.е. адаптировать планы к финансовым возможностям; англ. *pay as you go* <a payment system that allows you to pay before a service> букв. ‘плати по мере использования’, т.е. система оплаты перед использованием услуги; рус. *золотая середина* <оптимальное решение в финансах>; рус. *принять кассу* <взять на себя ответственность за финансовые средства предприятия, проверить и учесть все денежные поступления и расходы>. Рассмотрим также примеры употребления единиц данной группы: англ. *In terms of implementation, it is a pay as you go feature* ‘С точки зрения реализации, это система оплаты услуги’ (Rundell, 2002); рус. *Важно найти золотую середину между экономией и разумными тратами, чтобы не упустить возможности для инвестиций.*

3. Выводы.

3.1. Английские и русские фразеологические единицы, и паремии со значением денег и богатства представляют собой устойчивые выражения, обладающие разнообразной семантикой и эмоциональной окраской.

3.2. В сопоставляемых языках были выделены 18 лексико-семантических групп, среди которых наиболее продуктивными являются ФСГ «Характеристика денег» (28 ед. в английском языке, 31 ед. в русском языке)

и «Расходы и платы». В английском языке наибольшую частотность обнаруживает ЛСГ «Характеристика денег» (28 ед.), в то время как в русском языке эта группа насчитывает 31 ед.

3.3. В обоих языках преобладают устойчивые выражения с нейтральной и отрицательной коннотацией, в то время как единицы с положительной оценкой демонстрируют наименьшую частотность. Это подчеркивает общий подход к восприятию финансовых реалий в сопоставляемых лингвокультурах.

3.4. Результаты количественного анализа демонстрируют, что в русском языке имеется больше выражений, отражающих низкую стоимость предметов по сравнению с английским языком, что может свидетельствовать о культурных различиях в восприятии ценности и богатства.

Список литературы

1. *Котова, М. Ю.* Лекции по сопоставительной славянской паремиологии: учебное пособие для магистрантов / М. Ю. Котова. – Санкт-Петербург: Филологический факультет СПбГУ, 2010. – 170 с.

2. *Кунин, А. В.* Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – Москва: Русский язык, 1984. – 944 с.

3. *Кунин, А. В.* Фразеология современного английского языка / А. В. Кунин. – Москва: Международные отношения, 1972. – 288 с.

4. *Шевченко, А. Н., Сейджелиева, С. Ш.* Типы фразеологизмов по степени семантической слитности в М. Е. Салтыкова-Щедрина «Богатырь» и «Ворон-челобитчик» / А. Н. Шевченко, С. Ш. Сейджелиева // Крымский академический вестник. – 2018. – № 6. – С. 217–220.

5. Национальный корпус русского языка. – 2003–2025. – URL: https://ruscorpora.ru/ (дата обращения: 18.02.2025).

6. Longman Idioms Dictionary / K. Stern. – Harlow: Longman, 1998. – 297 p.

7. Macmillan English Dictionary for Advanced Learners. International Student Edition / M. Rundell, G. Fox. – Oxford: Macmillan Education, 2002. – 372 p.

Головецкая Н. Б.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантика и структура фразеологических единиц с именем собственным в английском и русском языках

Данная работа посвящена исследованию семантических, и лингвокультурологических, структурных особенностей фразеологических единиц (ФЕ) с именем собственным (ИС) в английском и русском языках. Примерами фразеологических единиц данного типа могут служить: англ. *to dine with Duke Humphrey* – ‘остаться без обеда’; рус. *Филькина грамота* – ‘пустая ненужная бумажка или документ, силы не имеющий’.

Актуальность исследования обусловлена тем, что обращение к семантике и структуре идиом с именем собственным в английском и русском языках, их анализ и сопоставление позволяет интерпретировать особенности, сходства и отличия национальных картин мира разных лингвокультур.

Объект исследования являются английские и русские идиомы с именами собственными.

Предметом исследования являются семантические и структурные особенности фразеологизмов с именами собственными в английском и русском языках.

Цель исследования заключается в установлении и описании семантических и структурных особенностей идиом с именем собственным на материале английского и русского языков.

Материалом исследования послужили 200 фразеологических единиц английского языка и 150 фразеологических единиц русского языка, отобранные методом репрезентативной выборки из таких справочников и словарей, как Большой англо-русский фразеологический словарь А. В. Кунина, A Dictionary of English Idioms with Proper Names, The Oxford Dictionary of Idioms, Фразеологический словарь русского языка под ред. Молоткова А. И. Фразеологический словарь русского литературного языка Федорова А. И.

В данной работе под фразеологической единицей понимается устойчивое сочетание лексем с полностью или частично переосмысленным значением (Кунин 2005: 160).

В след за Амосовой Н. Н. имя собственное трактуется как уникальный знак, который обозначает конкретный объект или явление в реальности (Амосова 2010: 109).

В ходе исследования было установлено, что фразеологические единицы с именами собственными классифицируются на антропонимы и топонимы. Антропонимы преобладают в обоих языках (73% в английском и 62% в русском), что свидетельствует о значимости человеческого фактора в лингвокультуре и антропоцентричности мышления носителей языка. Примерами единиц могут служить, англ. *to be a good Samaritan* ‘помогать другим, особенно тем, кто в нужде, из добросердечных мотивов и без мысли о награде’; рус. *Кондрашка хватил* ‘кто-либо внезапно разбит параличом; кто-либо скоропостижно умер, скончался’.

Топонимы, в свою очередь, подразделяются на астионимы, хоронимы, гидронимы, ойконимы, годонимы и оронимы, при этом астионимы (названия городов) наиболее распространены. Преобладают астионимы в обоих языках, примерами единиц могут служить, англ. *New York minute* ‘если что-то происходит in a New York minute, значит это происходит очень быстро’; рус. *как швед под Полта́вой* ‘окончательно пропал’. Астионимы чаще встречаются среди фразеологизмов с ФЕ, т. к. фразеологизмы с названиями городов привилегируют как в английском, так и в русском языке, что свидетельствует о важности упоминания городов, как части лингвокультуры.

Источники возникновения ФЕ с именами собственными включают исконные и заимствованные выражения. Исконные ФЕ оказываются более распространенными в обоих языках (72% в английском и 60% в русском), что указывает на важность сохранения собственной истории, традиций и культурного наследия, именно исконные выражения более распространены

в фразеологическом фонде английского языка, чем заимствованные. Примером исконных фразеологизмов могут служить англ. *when Queen Ann was alive*, что значит ‘при царе Горохе’; рус. *хитрый Митрий* ‘хитрец, пройдоха’. Такая тенденция указывает на то, что английский язык ориентирован на свою собственную историю, имена, традиции, что отражается в предпочтении исконных фразеологических единиц перед заимствованными. Заимствованные ФЕ, в свою очередь, часто связаны с библейскими сюжетами, греческой и римской мифологией, а также арабскими сказками. В качестве примера заимствованных ФЕ можно привести англ. *Jacob’s ladder* ‘Лестница Иакова – лестница, ведущая в небо’; рус. *судьба как у Синдбада* ‘применяется, когда кто-то сталкивается с множеством опасностей и приключений’.

Лингвокультурологические особенности подчеркивают связь ФЕ с именами собственными с культурной спецификой, историей и традициями народа, а также их значимость для отражения менталитета и образа мышления. Сравнительный анализ показывает как общие черты в отражении культурных ценностей, так и национальные особенности в использовании конкретных имен собственных и исторических реалий. В качестве примеров можно привести фразеологизмы англ. англ. *set the Thames on fire* – ’сделать что-либо необычное, из ряда вон выходящее’; рус. *вот тебе, бабушка, и Юрьев день* ‘ироничное высказывание о несбывшихся надеждах, внезапных переменах к худшему’.

Национальная специфика ФЕ с именами собственными проявляется в культурных ассоциациях, историческом контексте, идентичности и характере, а также в связи с популярной культурой, что подчеркивает их уникальность и культурное наследие. Анализ внутри языка и между языками позволяет выявить как универсальные концепты, так и специфические для каждой культуры способы их выражения во фразеологии. Национальная специфика ярко отражена в фразеологизмах англ. *to send someone to Coventry* ‘пошлите его в Ковентри – чтобы сказать, что вы отказываетесь с кем-то сотрудничать’; рус. *наварить как на Маланьину свадьбу* ‘сделать много еды или напитков, обычно в избытке, это связано с традицией щедро угощать на свадьбах’.

При анализе структуры ФЕ с ИС в обоих языках номинативные фразеологизмы являются наиболее распространенными (40% в английском и 50% в русском). Это подчеркивает их важность в обозначении конкретных лиц, объектов, мест или ситуаций, выступая в роли своеобразных «ярлыков» для определенных концептов. Все три типа структуры ФЕ (номинативные, адъективные и глагольные) представлены как в английском, так и в русском языках, что указывает на разнообразие способов использования имен собственных в составе фразеологических единиц. Номинативные фразеологизмы в английском языке наиболее распространены, например англ. *the Jolly Roger* ‘пиратский флаг’. В русском языке также номинативных фразеологизмов больше всего, например: рус. *Колумбово яйцо* ‘в трудной задаче остоумное решение, смелый и неожиданно простой выход из затрудненной ситуации’. Глагольные ФЕ встречаются реже (22,5% в английском и 13% в русском), например англ. *rob Peter to pay Paul* ‘занять

у одного, чтобы расплатиться с другим, т. е. все так же в долгу’; рус. *Служить Ваалу* ‘быть алчным, стремиться к наживе, жить в погоне за материальными благами’. Это может указывать на то, что имена собственные чаще используются для обозначения объектов и их характеристик, чем для описания действий, связанных с ними.

Наиболее продуктивными способами перевода фразеологизмов с именами собственными являются: дословный перевод, калькирование, перефразирование, эквивалентный перевод. Изучение фразеологических единиц с именами собственными позволяет погрузиться в культурные и исторические аспекты языка, узнать больше о менталитете различных народов и оценить влияние культурных особенностей на формирование языковой среды.

Список литературы

1. *Амосова, Н. Н.* Основы английской фразеологии / Н. Н. Амосова. – Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2010. – 216 с.

2. *Арсентьева, Е. Ф.* Фразеология и фразеография в сопоставительном аспекте (на материале русского и английского языков) / Е. Ф. Арсентьева // Казань: Изд-во Казан. гос. ун-та, 2006. – 172 с.

3. *Кунин, А. В.* Курс фразеологии современного английского языка: учеб. пос. для институтов и фак. иностр. яз. / А. В. Кунин. – 3-е изд., стереотип. – Дубна: Феникс+, 2005. – 488 с.

4. Словарь английского языка: в 4 т. / под ред. А. В. Кунина // Большой англо-русский фразеологический словарь: ок. 20000 фразеол. единиц / А. В. Кунин. – 6-е изд., испр. – Москва: Живой язык, 2005. – 942 с.

Гончарова С. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантические особенности фразеологических единиц с компонентом «характеристика человека» в английском и русском языках

1. Введение. Под фразеологической единицей (ФЕ) в современной лингвистике подразумевается «устойчивое сочетание слов со сложной сематической структурой, которое не образуется по порождающим структурно-семантическим моделям переменных сочетаний» (Кунин 1996: 67). ФЕ с компонентом «характеристика человека» – объемный и устойчивый национально самобытный пласт языка, который служит эффективным инструментом для выражения различных оценок и характеристик личности.

Актуальность темы исследования обусловлена повышенным интересом современных лингвистов к фразеологизмам как к этнокультурным маркерам, играющим важную роль в реконструкции и экспликации национальной картины мира в целом и ее отдельных фрагментов.

Объектом данного исследования выступают английские и русские ФЕ с компонентом «характеристика человека», **предметом** – их семантические особенности.

Цель исследования – изучить семантику ФЕ с компонентом «характеристика человека» в английском и русском языках, выявить их этнокультурную специфику.

Материалом исследования послужили ФЕ, отобранные путем сплошной выборки из англоязычных и русскоязычных словарей. Общий объем материала составляет 400 примеров, из них 200 в английском языке и 200 в русском языке.

2. ФЕ с компонентом «характеристика человека» – это устойчивые выражения, которые описывают физиологические и психологические особенности человека, его поведение, моральные качества и социальный статус (Амосова 1963:74). По степени семантической слитности ФЕ можно поделить на три группы: фразеологические единства, фразеологические сращения и фразеологические сочетания.

2.1. *Фразеологические единства* – лексически неделимые языковые обороты, общая семантика которых отчасти мотивируется значением входящих в них слов. В сопоставляемых языках данная группа относится к наиболее многочисленным: англ. – 123 ед. (61,5%); русск. – 117 ед. (58,5%). В отличие от других видов, фразеологические единства «обладают свойством потенциальной образности», что позволяет некоторым ученым (В. М. Мокиенко, А. Н. Баранов и др.) называть их метафорическими сочетаниями: *a bull in a china shop* ‘неуклюжий’, ‘бестактный’; *a closed-fisted man* ‘скупец’; *белая ворона, кровь с молоком*.

2.2. Второе месте по частоте использования занимают *фразеологические сочетания*: англ. – 58 ед. (29%); русск. – 95 ед. (47,5%). К данным ФЕ относятся устойчивые в своем составе и не свободные в употреблении обороты, общее значение которых полностью выводится из значений входящих в них слов: *a cold fish* ‘холодный’, ‘бесчувственный человек’; а *heart of gold* ‘золотое сердце’; *a man of action ‘человек* действия’; *толстый как бочка, золотое сердце, львиное сердце*.

2.3. Самую немногочисленную группу в обоих языках образуют *фразеологические сращения:* англ. – 19 ед. (9,5%); русск. – 12 ед. (6%). Фразеологические сращения являются абсолютно неделимыми и неразложимыми единицами, значение которых не зависит от значения компонентов и так же условно и произвольно, как и значение немотивированного словесного знака: *a basket case* ‘сумасшедший’; *a fuddy-duddy* ‘старомодный’; *остаться на бобах*.

Обнаружено, что в английском языке количество фразеологических сращений и единств больше, тогда как в русском языке более распространены фразеологические сочетания. Данный факт обусловлен структурными особенностями сопоставляемых языков. Фиксированный порядок слов и ограниченная морфология английского языка способствуют формированию семантически неделимых выражений, тогда как система склонений и гибкий синтаксис русского языка позволяют компонентам сохранять свою семантическую автономность, что создает благоприятные условия для образования большего количества фразеологических сочетаний.

3. По семантическому критерию ФЕ с компонентом «характеристика человека» в английском и русском языках можно поделить на 5 фразео-семантических групп (ФСГ): 1) характер человека; 2) социальный статус; 3) материальное положение; 4) внешность; 5) уровень интеллекта. Установлено, что в английском языке доминируют группы: социальный статус и материальное положение, что отражает практицизм и рациональность представителей англоязычной культуры. В русском языке доминируют ФЕ с семами «личностные качества» и «внешность» человека, что свидетельствует о приоритете духовных ценностей и доброжелательных межличностных отношений в русской культуре.

3.1 ФСГ «Характер человека»: англ. – 64 ед. (32%); русск. – 60 ед. (30%) включает ФЕ, которые описывают как положительные (благородство, доброта, приветливость, решительность, смелость, мужество, честность и др.): *the salt of the earth*, ‘надёжный и честный человек’, *as good as gold* ‘доброжелательный’; *мухи не обидит, душа нараспашку, широкая натура*, так и отрицательные (высокомерие, жадность, жестокость, несдержанность, подлость, трусость, хитрость и др.) качества человека: *bag of wind* ‘болтун’, ‘хвастун’, *a cold fish* ‘отстранённый’, ‘недружелюбный’, *a scapegoat* ‘козел отпущения’, *змея подколодная, волк в овечьей шкуре, гусь лапчатый, подсадная утка*.

3.2 ФСГ «Положение человека в обществе»: 62 ед. (31%) и 50 ед. (25%) включает ФЕ, которые содержат характеристику и оценку:

– социального статуса: *big fish in a small pond* ‘важная персона’, *top dog* ‘лидер’, *everyman* ‘простой человек’, *большая шишка, темная лошадка, своя рубашка ближе к телу*;

– поведения человека в обществе: *make waves* ‘создавать проблемы своим поведением’, *пускать пыль в глаза, ходить по струнке*;

– характера взаимоотношений: *a lone wolf* ‘человек, предпочитающий одиночество’, *играть первую скрипку*;

– репутации: *a man of his word* ‘человек, который держит свое слово’, *на хорошем счету, звезд с неба не хватать*.

3.3 ФСГ «Материальное положение»: англ. – 40 ед. (20%); русск. – 40 ед. (20%) – объединяет ФЕ со значением:

– богатство: *rolling in money* ‘купаться в деньгах’, *как сыр в масле кататься, денег куры не клюют*;

– бедность: *down-and-out* ‘человек, оказавшийся в крайне бедственном положении’, *остаться у разбитого корыта, ходить в лаптях*;

– финансовую нестабильность: *make ends meet* ‘сводить концы с концами’*, то густо – то пусто, на мели сидеть*.

3.4 ФСГ «Внешность» – 17 ед. (8,5%) и 32 ед. (16%) – объединяет ФЕ со значением:

– «цвет лица»: *red as a cherry; as pale as death*, *бледный как поганка, красный как рак, красный как помидор*;

– «красота» и «уродство»: *pretty as a picture* ‘как картинка’*; fair as a lily (rose); ни кожи, ни рожи, страшен как смертный грех, красивый как Аполлон*;

– «рост»: *tall as a maple; Tom Thumb*, *коломенская верста, каланча пожарная, от горшка два вершка, от земли не видать, с ноготок*;

– «одежда» и «внешний вид»: *dressed to kill, mutton dressed as a lamb*; *с иголочки, при параде, как ясный сокол*;

– «особенности телосложения»: *thin as a lath*, *толстый как бочка, кожа да кости*.

3.5 ФСГ «Уровень интеллекта» – 17 ед. (8,5%) и 18 ед. (9%) объединяет ФЕ, содержащие в своем составе соматизмы: *head* ‘голова’, *shoulder* ‘плечо’, например: *a clear head* ‘светлая голова’, *to have one’s head screwed on* ‘быть разумным’, *без царя в голове, голова садовая, голова два уха*.

4. Выводы. Проведённый анализ свидетельствует о том, что ФЕ с компонентом «характеристика человека» обладают яркой национальной спецификой, что обусловлено, с одной стороны, структурными особенностями сопоставляемых языков, с другой – особенностями национального менталитета.

Список литературы

1. *Амосова, Н. Н.* Основы английской фразеологии / Н. Н. Амосова– Ленинград: Изд-во Ленингр. гос. ун-та, 1963. – 208 с.

2. *Арутюнова, Н. Д*. Типы языковых значений. Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова – Москва: Наука, 1988. – 337 с.

3. *Баранов, А. Н.* Аспекты теории фразеологии / А. Н. Баранов. – Москва: Знак, 2008. – 656 с.

4. *Кунин, А. В.* Курс фразеологии современного английского языка / А. В. Кунин. – Москва: Высшая школа, Дубна: Изд. центр «Феникс», 1996. – 381 с.

5. *Мокиенко, В. М.* Образы русской речи: Историко-этимологические очерки фразеологии / В. М. Мокиенко. – Санкт-Петербург: Фолио-Пресс, 1999. – 464 с.

Гривцова А. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Терминология микробиологии в английском и русском языках

Микробиология — это наука, изучающая микроорганизмы, такие как бактерии, вирусы, грибы, простейшие и водоросли (Логинова 1989: 59). Микроорганизмы встречаются практически везде: в почве, в воде, на растениях, животных и человеке. Микробиология находится на стыке фундаментальных и клинических дисциплин. От экологии микробов зависит санитарное благополучие населения.

Терминология микробиологии играет важную роль в описании микроорганизмов, методов исследования, а также обмене знаниями в международном научном сообществе.

В частной микробиологии английского и русского языков используются множество терминоэлементов латинского и греческого происхождения для описания микробиологических процессов и наименования микроорганизмов.

Латинские терминоэлементы играют ключевую роль в терминологии микробиологии, образуя основу для многих терминов. Например, fungi- / fungo- (фунги- / фунго-) связаны со всем, что касается грибов (микроорганизмов); -bacillus (-бацилл) обозначает форму бактерий, которая является прямоугольной или цилиндрической, а также сравнительно длинной по сравнению с её шириной, палочка.

Греческие терминоэлементы также, как и латинские, играют важную роль в микробиологии, описывая микроорганизмы, процессы и их характеристики. Например, bacteri- / bacterio- (бактери- / бактерио-) обычно связаны с бактериями или бактериальными микроорганизмами; viro- / viri- (виру- / вири-) используются в микробиологии для описания того, что связано с вирусами; -myco (мико-) относится к грибам, -phag- (фаг-) к клеткам; -plasm (плазма-) к определённому состоянию; proto- (прото-) означает прародителя или первоначальное состояние (Кожевникова 1986: 256). Также термины, такие как: an-aero- (ан-аэро-), который связанные с условиями или организмами, которые функционируют или выживают без доступа кислорода или в отсутствие кислорода; micro- (микро-) в микробиологии обычно указывает на что-то, что относится к малым формам; coccus (-кокк) обозначает сферическую форму бактерий; scope (скоп-) к приборам для наблюдения и т.д. Они служат основой для формирования микробиологической терминологии как на русском, так и на английском языках, обеспечивая единое и точное понимание в научном сообществе.

Греческие и латинские терминоэлементы помогают создать единый и точный язык для обмена знаниями и информацией в микробиологии, что является ключевым фактором для развития этой науки и понимания микробиологических явлений. Английский и русский языки активно используют эти терминоэлементы. Мы проводим сравнительный анализ микробиологической терминологии в английском и русском языках, представляя примеры терминов и их греческие и латинские корни, чтобы продемонстрировать их единообразие.

Лексические особенности перевода терминов микробиологии с английского языка на русский могут быть связаны с различиями в лексических единицах, выборе эквивалентных слов и специфической лексике.

Отсутствие точного соответствия между терминами в микробиологии на английском и русском языках может создавать сложности при переводе. Вот несколько примеров, иллюстрирующих эту проблему:

Например, английский термин *antibiotic resistance*: англ.: “*Antibiotic resistance is becoming a major global health concern*” (Корниенко 2016: 174); русск.: *‘Проблема резистентности к антибиотикам становится серьезной мировой проблемой в области здравоохранения’.*

Сложность перевода заключается в том, что термин *antibiotic resistance* не имеет прямого соответствия в русском языке. При этом необходимо избегать калькирования, поэтому термин *antibiotic resistance* переводим не *антибиотик резистанс*, а *резистентность к антибиотикам*. А термин *microbial ecology* – это не *микробная экология*, а – *экология микроорганизмов*.

В случаях, когда нет устоявшегося русского термина, может использоваться транслитерация или транскрипция английского, чтобы передать его звуковую оболочку и сделать его более узнаваемым для русскоязычных пользователей.

Пример использования транслитерации при переводе терминов с английского языка на русский: англ.: *pathogen; virulence; toxin*; русск.: *патоген; вирулентность; токсин*.

Это касается, прежде всего, интернациональных терминов, образованных с использованием греко-латинских терминоэлементов.

Контекстуальный перевод терминов микробиологии важен для передачи точного смысла, учитывая их использование в конкретной ситуации. Так, английский термин *culture* внутри системы приобретает новый теминологический оттенок значения: англ.: *Bacterial cultures were grown in nutrient agar plates*; русск.: ‘*Бактериальные культуры выращивались на питательных агаровых плашках’*.

Грамматические особенности перевода терминов микробиологии могут включать изменения форм слов, согласование числа и падежа, а также структурные особенности предложений. Вот некоторые примеры:

1. Согласование числа и падежа: англ.: *microbial communities;* русск.: ‘*микробные сообщества’*.

2. Использование соответствующих предлогов и союзов: англ.: *Antibiotics are used to treat bacterial infections*; русск.: ‘*Антибиотики используются для лечения бактериальных инфекций’*.

3. Соответствие времени и залога: англ.: *Microbes play a crucial role in nutrient cycling*; русск.: ‘*Микроорганизмы играют ключевую роль в обмене питательными веществами’*.

Таким образом, в образовании терминов микробиологии активно используются греко-латинские терминоэлементы, что подтверждает высокую степень их интернационализации. При этом необходимо учитывать важность точного и адекватного перевода терминологии микробиологии, особенно при публикации научных статей и обмене информацией в международной научной среде. Корректный перевод способствует пониманию и обмену знаниями между исследователями.

Список литературы

1. *Кожевникова, Л. М., Жданова, Н. С., Шамрай, В. А.* Терминология современной микробиологии / Л. М. Кожевникова, Н. С. Жданова, В. А. Шамрай. – Москва: Медицина, – 1986. – 256 с.

2. *Корниенко, А. А*. Английский язык для микробиологов: Учебное пособие / А. А. Корниенко. – Москва: МГУ им. М. В. Ломоносова, – 2016. – 174 с.

3. *Логинова, Н. Н.* Микробиологическая терминология / Н. Н. Логинова. – Москва: Высшая школа, – 1989. – С. 59–160.

Грицаненко Е. Р.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвистические особенности кулинарного рецепта (на материале английского и русского языков)

Данная работа посвящена изучению языковых особенности англо- и русскоязычных кулинарных рецептов как жанра гастрономического дискурса.

Актуальность исследования объясняется повышенным интересом ученых (Аронов, 2013; Буркова, 2004 и др.) к гастрономическому дискурсу в связи с необходимостью изучения его структуры и языковых особенностей на материале различных языков, в том числе и в сопоставительном аспекте.

Цель исследования – сопоставительный анализ языковых особенностей англо- и русскоязычных кулинарных рецептов, выявление сходств и различий.

Глюттонический дискурс является сложным коммуникативным явлением, которое соотносится с языковым отражением физиологических потребностей человеческого организма в области пищевых предпочтений.

Кулинарный рецепт считается малоформатным типом текста (20-25 строчек), при этом он вмещает большой объем передаваемой информации. Рецепт из поваренной книги относится к научно-популярному стилю, который предполагает изложение информации, доступное и ясное неспециалисту.

Установлено, что лексическое наполнение кулинарных рецептов в английском и русском языках неоднородно. Обязательными их компонентами являются: глюттонимы – наименования продуктов питания растительного и животного происхождения (рус. *рыба, печень*; англ. *pork, salmon*); локативы – названия, относящиеся к определенному географическому объекту (рус. т*орт "Пражский*"; англ. *Scottish Sauce*); инструментативы – названия различных кухонных приспособлений (рус. *мясорубка, ложка*; англ. *oven, knife*), квалификаторы – лексемы, характеризующие вкусовые качества блюда (рус. *мясистый, пряный*; англ. *sour, tasty)*; персоналии – лица, производящие определенные манипуляции с объектом с целью его подготовки к дальнейшему потреблению (рус. *шеф, повар*; англ. *chef, buyer*); дескрипторы – лексемы, указывающие на способ приготовления (рус. *жарка, заморозка*; англ. *peeling, stewing*); комментативы – комментарии к процессу приготовления (рус. *приготовить тесто и оставить в холодильнике на 30 минут*; англ. *bring to the boil and simmer for 5 minutes*); регулятивы – лексемы, содержащие дополнительную информацию для создания более качественного блюда (рус. *можно добавить кленовый сироп на вафли, так будет вкуснее*; англ. *if cheese is added to soup, it would be tastier)*; пермяссивы – лексемы, указывающие на альтернативные продукты и способы их приготовления (*рус. если нет ванилина, то можно без него приготовить;* англ. *if basil is unavailable, use parsley)*; лимитаторы – фразы-ограничители, запрещающие какие-то действия (рус. *Не ставить в холодильник*; англ. *Don't boil!* и др.).

Установлено, что базовыми для англо- и русскоязычных рецептов являются глюттонимы, инструментативы, дескрипторы и комментативы, которые используются в сопоставляемых языках одинаково часто. Второе

место по частотности занимают регулятивы и лимитаторы. Английские рецепты содержат более точную информацию, поэтому пермяссивы в них практически не используются. К наименее распространенным в обоих языках относятся локативы и персоналии.

На морфологическом уровне в текстах рецептов двух языков используются различные части речи: существительные, прилагательные, глаголы, причастия, числительные.

На первом месте по частоте использования в обоих языках стоят существительные, поскольку в кулинарной инструкции они являются носителями основной информационной нагрузки, обозначая ингредиенты, инструменты, оборудование и др.: англ. *bake a pie in oven*; рус. *порезать филе курицы ножом*. В тексте рецептов сопоставляемых языков преобладают конкретные, вещественные, а также собирательные существительные, входящие в семантические блоки: «Ингредиенты» и «Способ приготовления»: англ. *2 tomatoes, olive oil… tomatoes*; *olive oil*; рус. *болгарский перец, 1 пачка сыра Фета, огурец»*.

В названиях русскоязычных рецептов чаще используются родовые наименования продуктов (*мясо, рыба, сыр)*, тогда как в англоязычных рецептах – видовые (*beefsteak, pork*).

Второе по частотности использования место занимают глаголы, с помощью которых описывается алгоритм приготовления блюда для исполнителя рецепта. Чаще всего в англо- и русскоязычных рецептах для этой цели употребляются глаголы со значением действия в форме инфинитива, что сближает рецепт с инструкцией: англ. *wash vegetables; chop the pork; mince greens;* рус. ***Подготовить*** *тыкву к запеканию:* ***очистить*** *от кожуры и семян,* ***нарезать*** *крупными кубиками и* ***посыпать*** *сахаром.*

Способ осуществления действия уточняется с помощью наречий и существительных: рус. *slice* – ‘нарезать ломтиками’*;* англ. *chop* – ‘порубить, мелко нарубить’; *finely cut* – ‘мелко порубить’.

Для русского рецепта характерно использование глаголов совершенного и несовершенного видов (в английской грамматике аналогов нет), которые указывают на завершенность процесса или его протяженность во времени, что облегчает восприятие текста. Примечательно, что глаголы несовершенного вида настоящего времени часто используются в значении инфинитива, акцентируя внимание на последовательности действий: ***нарезаем*** *кубиками колбасу (все виды),* ***разрезаем*** *пополам маслины,* ***ссыпаем*** *все на сковороду,* ***обжариваем****. Затем, после того как* ***обжарили****,* ***заливаем*** *томатом.*

Неотъемлемой частью рецепта в обоих языках являются числительные. В списках ингредиентов встречаются количественные числительные, обеспечивающие точность в описании процесса приготовления: рус. *1 луковица, 1 морковь среднего размера, 0,5 кг картофеля…* англ. *3 egg, 5 tbsp of sugar, 500g of milk…* Сокращенные названия мер измерений также являются обязательными компонентами «продуктового» блока: рус. *кг, г, мл, л*; англ. *tsp, g, tbsp, oz.*

Третье место по частоте употребления в рецептах двух языков занимают прилагательные – как качественные, так и относительные. Первые часто встречаются в названиях блюд, указывая на ключевой ингредиент в приготовлении: англ. *Chicken roll* – ролл из курицы; рус. *грушевый компот*– компот из груш. В англоязычном рецепте качественные прилагательные обычно стоят на последнем месте в разделе «процесс приготовления», поскольку они указывают, на какие свойства продукта стоить обращать внимание: англ. *Cook bacon under the broiler or on the upper grill until* ***brown*** *and* ***crispy***. Прилагательные *brown* и *crispy* выражают степень готовности продукта.

В русских рецептах наблюдается тенденция к использованию большого количества страдательных причастий, указывающих на предшествующее действие: ***Очищенный*** *картофель нужно положить в кастрюлю* – сначала почистили картофель, затем положили в кастрюлю.

В результате анализа установлено, что в кулинарных рецептах сопоставляемых языков используется узкоспециальная лексика, к которой относятся: глюттонимы, локативы, инструментативы, квалификаторы, персоналии, дескрипторы, комментативы, регулятивы, пермяссивы, лимитаторы. Базовыми для англо- и русскоязычных рецептов являются глюттонимы, инструментативы, дескрипторы и комментативы. К наименее распространенным в обоих языках относятся локативы и персоналии.

На морфологическом уровне чаще всего используются существительные, прилагательные, глаголы и числительные. Основным носителем информации выступают существительные. На свойства и качество продуктов указывают прилагательные.

В обоих языках широко используются глаголы с семантикой действия, которые описывают алгоритм приготовления блюда. Для русскоязычных рецептов характерно использование глаголов несовершенного вида настоящего времени в значении инфинитива – для воспроизведения последовательности действий, а также страдательных причастий. В англоязычных рецептах данные приемы не используются, что обусловлено грамматическими особенностями английского языка.

Список литературы

1. *Аронов, С. А.* Устный кулинарный рецепт как жанр, сохраняющий народную философию питания / С. А. Аронов // Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 21 (275). Филология. Искусствоведение. – Вып. 68. – С. 68–88.

2. *Буркова, П. П.* Кулинарный рецепт как особый тип текста: дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19, 10.02.01 / П. П. Буркова. – Ставрополь, 2004. – 212 с.

Гусева К. М., Подгайская И. М.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Способы образования наименований цветов в английском и русском языках

Данная работа посвящена анализу особенностей образования наименований цветов в английском и русском языках.

Под наименованиями цветов или фитонимами понимается лексическая категория, включающая в себя названия растительного мира, представляющая собой важную и богатую часть языкового сознания человека. Изучение фитонимов позволяет увидеть, как язык и культура взаимодействуют, формируя образный мир растительного мира, и как это влияет на современную языковую личность и языковой феномен народной культуры (Алешина 2009:35).

Актуальность исследования обусловлена устойчивым интересом лингвистов к изучению лексических единиц (ЛЕ), способных «кодировать» в себе культурно значимую информацию.

Материалом исследования послужили 298 ЛЕ (151 ЛЕ в английском языке и 147 ЛЕ в русском языке), отобранные путем сплошной выборки из ботанических словарей английского и русского языков.

Цель исследования состоит в определении общих и отличительных особенностей образования наименований цветов в английском и русском языках.

В результате проведенного исследования было выявлено, что фитонимы подразделяются на однословные и составные или композитные наименования.

1. Однословные фитонимы – это единицы, состоящие из одного лексического компонента. Данный тип насчитывает 102 примера (67,5%) в английском языке и 132 примера (89,8%) в русском. Однословные наименования делятся на две группы: простые и сложные

1.1 К простым однословным фитонимам относятся наименования, которые образованы в результате заимствования из других языков, субстантивации, универбации, аффиксальным способом (англ. 52 ЛЕ (34,4%); рус. 117 ЛЕ (79,6%)).

1.1.1 Заимствование является наиболее продуктивным способом образования простых наименований цветов в обоих сопоставляемых языках (англ. 39 ЛЕ (25,8%); рус. 72 ЛЕ (49%)). Анализ языков-источников для английских и русских наименований цветов позволяет сделать вывод, что большинство фитонимов имеют корни в греческом и латинском языках, так как именно эти языки были основой научной номенклатуры, принятой учеными для классификации растений:

– греческий (англ. 16 ЛЕ (10,6%); рус. 25 ЛЕ (17%)): англ. *narcissus* ‘нарцисс’ ← *narcissus* (лат.) ← *narkissos* (греч.); рус. *азалия* ← *azaleos* ‘сухой’;

– латинский (англ. 16 ЛЕ (10,6%); рус. 30 ЛЕ (20,3%)): англ. *gladiolus* ‘гладиолус’ ← *gladiolus*; рус. *примула* ← *primula* ‘первая’.

Менее продуктивными языками-источниками для английского и русского языков являются следующие языки:

– французский (англ. 11 ЛЕ (7,3%); рус. 5 ЛЕ (3,4%)): англ. *pansies* ‘анютины глазки’ ← *pensée* ‘*мысль*’; рус. *резеда* ← *réséda*;

– итальянский (англ. 2 ЛЕ (1,3%); рус. 2 ЛЕ (1,4%)): англ. *belladonna* ‘красавка’ ← *belladonna* ‘букв. прекрасная дама’; рус. *капуцин* ← *capucino*;

– персидский (англ. 1 ЛЕ (0,6%); рус. 1 ЛЕ (0,7%)): англ. *jasmine* ‘жасмин’ ← *jasmine* (фр.) < *yas(a)min* (араб.) ← перс. *yasmin* (перс.); рус. *жасмин jasmine* (фр.) < *yas(a)min* (араб.) ← перс. *yasmin* (перс.);

– турецкий (англ. 1 ЛЕ (0,6%); рус. 1 ЛЕ (0,7%)): англ. *tulip* ‘тюльпан’ ← *tulpe* (нем.) ← *tulipe* (фр.) ← *a tulip* ← *tülbent* (тур.); рус. *тюльпан* ← *tulipan* ← *tulipano* (ит.) ← *Tülbend* ‘тюрбан’ (тур.);

– тюркские языки (рус. 7 ЛЕ (4,8%)): рус. *кандык* ← *kandyk.*

1.1.2 Только в английском языке представлены фитонимы, образованные в результате: субстантивации (3 ЛЕ (2%)): *everlasting* ‘цмин’; *pink* ‘гвоздика’ и универбации (2 ЛЕ (1,3%)): *lily* ‘лилия’ ← *water lily*; *elder* ‘бузина’← *elder berry tree*.

1.1.3 В английском языке не зафиксированы фитонимы, образованные в результате аффиксального способа, в отличие от русского языка, в котором данный способ достаточно распространен (рус. 45 ЛЕ (30,6%)).

В проанализированном материале аффиксальный способ образования фитонимов представлен прежде всего суффиксацией (40 ЛЕ (27,2%)). К наиболее распространенным суффиксам относятся:

– *-ник-* (*пустырник* ← *пустырь*; *ладанник* ← *ладан*);

– *-к-* (*солянка* ← *соляной, ноготки* ← *ноготь*);

– *-ик-* (*желтушник* ← *желтушный, язвенник* ← *язвенный)*;

– *-ниц-* (*купальница* ← *купаться, медуница* ← *мед*).

В русском языке также выделены единицы, образованные приставочно-суффиксальным способом, однако данный способ оказывается менее продуктивным, чем суффиксальный в чистом виде (5 ЛЕ (3,4%)): ***по****ручей****ник*** ← ручей, ***пере****леска* ← лес; ***без****врем****енник*** ← время; ***бес****смерт****ник*** ← смерть; ***под****солн****ечник*** ← солнце.

1.2 В сложных однословных фитонимах (англ. 50 ЛЕ (33,1%); рус. 15 ЛЕ (10,2%)) выделяются следующие способы соединения компонентов:

1.2.1 Словосложение основ/корней является наиболее многочисленным способом образования сложных однословных фитонимов в английском языке, в отличие от русского (англ. 47 ЛЕ (31,1%); рус. 1 ЛЕ (0,7%)): англ. *henbane* ‘белена’ (*hen* ‘курица’ + *bane* ‘отрава’); *larkspur* ‘живокость’ (*lark* ‘жаворонок’ + *spur* ‘шпора’); *hawthorn* ‘боярышник’ (*haw* ‘ограда’ + *thorn* ‘колючка’); рус. *иван-чай* (*иван* + *чай*).

1.2.2 Словосложение с помощью служебных частей речи является малочисленным для образования сложных фитонимов в обоих сопоставляемых языках (англ. 5 ЛЕ (2%); рус. 2 ЛЕ (1,3%)): англ. *Jack-in-the-*

pulpit ‘аризема трехлистная’; *lily-of-the-valley* ‘ландыш’, *love-in-idleness* ‘анютины глазки’; рус. *мать-и-мачеха; иван-да-марья.*

1.2.3 Примеры фитонимов, образованных в результате словосложения с помощью интерфикса, зафиксированы только в русском языке в количестве 6 ЛЕ (4,1%): *солнцецвет* ← *солнце* + *цвет*; *страстоцвет* ← *страсть* + *цвет*.

1.2.4 Аналогичная ситуация наблюдается и с фитонимами, образованными с помощью производного словосложения (рус. 6 ЛЕ (4,1%): *зимолюбка* ← *зима* + *любить*; *камнеломка* ← *камень* + *ломать*.

2. Составные наименования цветов представляют собой фитонимы, состоящие из двух и более лексических компонентов. Составные фитонимы (англ. (49 ЛЕ (32,5%)); рус. 15 ЛЕ (10,2%)) были разделены на следующие структурные модели в зависимости от присутствующих в них компонентов:

2.1 Двухкомпонентные модели более распространены в английском языке, чем в русском (англ. 38 ЛЕ (25%); рус. 15 ЛЕ (10,2%)):

англ. N+N (15 ЛЕ (9,9%)): *water lily* ‘водяная лилия’; *lemon verbena* ‘вербена’; N’s+N (13 ЛЕ (8,6%)): *lady's smock* ‘сердечник’; *hound’s tongue* ‘собачий клык’; adj.+N (9 ЛЕ (5,8%)): *sensitive plant* ‘мимоза’; *sweet chamomile* ‘ромашка’; Num+N (1 ЛЕ (0,7%)): *four o’clock* ‘мирабилис’.

рус. прил.+сущ. (13 ЛЕ (8,8%)): *пастушья сумка; раковые шейки;* сущ.+прил. (2 ЛЕ (1,4%)): *мирт болотный; козлобородник луговой.*

2.2 Трехкомпонентные модели более малочисленны в английском языке в сравнении с двухкомпонентными (9 ЛЕ (5,8%)).

англ. adj.+N’s+N (7 ЛЕ (4,5%)): *Saint Bridget’s anemone* ‘анемон’; *Saint Bruno’s lily* ‘парадизея’; adj.+ adj.+N (2 ЛЕ (1,3%)): *great northern aster* ‘астра умеренная’; *weet scented bush* ‘каликантус’.

В русском языке данная модель образования фитонимов не зафиксирована.

3. Таким образом, структурные особенности фитонимов в английском и русском языках демонстрируют как сходства, так и отличия. В обоих языках однословные фитонимы более распространены, чем составные. Русский язык демонстрирует преобладание простых однословных наименований над сложными, в отличие от английского языка. В обоих сопоставляемых языках заимствование является самым продуктивным способом образования простых наименований цветов. Английский язык отличается большим многообразием структурных моделей сложных фитонимов, в отличие от русского языка.

Список литературы

1. *Алешина, Е. К.* Исследование наименований растений и национальная языковая картина мира: к постановке проблемы / Е. К. Алешина // Вестник НГУ: история, филология. – 2009. – № 2. – С. 34–37.

2. *Ягумова, Н. Ш.* Фитонимическое пространство в языковой картине мира: словообразовательный и аспекты (на материале мотивационный английского и адыгейского языков): автореф. дис. … канд. филол. наук / Н. Ш. Ягумова. – Майкоп, 2008. – 32 с.

Донцов А. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Компаративные фразеологизмы с национально-культурной спецификой в немецком и русском языках

Одной из самых древних форм языковой номинации является компаративная фразеология, так как через сравнение люди издавна постигали окружающий их мир и самих себя. В. В. Виноградов утверждал, что содержание устойчивых сравнений «определяется традиционной национальной характеристичностью образа, его испытанной меткостью, бытовым реализмом и экспрессивной внушительностью» (Маслова 2008: 115). Компаративные фразеологические единицы наглядно отражают национальную самобытность языка через систему образов-эталонов, в которых дается оценка человеку (русскому и немцу), отображаются его культурные реалии.

Немаловажной особенностью КФ как единиц с образной основой является указание на эталонного носителя того признака, с которым сравнивается референт (Маслова 2008: 44). Поэтому такая особенность помогает понять смысл компаративных единиц как носителям языка, так и людям, изучающим язык. Национально-специфичные образы, закрепленные в сознании носителей языка в виде эталонов и отображающие национальные представления об окружающем мире (Долгова 2011: 100–103), даны в правых частях устойчивых сравнений. Именно они формируют этнокультурное своеобразие компаративного фразеологизма.

Для компаративной фразеологии сопоставляемых языков присущи общие черты в оценке человеческих качеств, где преобладают КФЕ с отрицательным оценочным компонентом. Ср. следующие КФЕ:

(1) нем. *frech wie Oskar* ‘дерзкий как Оскар’;

dastehen wie ein lackierter Affe ‘стоять как выряженное пугало’.

(2) русск. *наглый как танк;*

как пугало огородное.

Существуют КФЕ с положительным оценочным компонентом, но они малочисленны. Например:

(3) нем. *kühn wie ein Adler* ‘смелый как орел’;

(4) русск. смелый как сокол.

В данных языках можно выделить продуктивные лексемы тематических групп. В русском языке это слова тематической группы «конь» (*ржать как конь*, *как ни в коня корм*, *работать как лошадь*); в немецком языке – слова *Bohnenstroh* ‘как бобовая солома’, *Affe* ‘обезьяна’ (*grob wie Bohnenstroh* ‘грубый как бобовая солома’, *dumm wie Bohnenstroh* ‘глупый как бобовая солома’, *dastehen wie ein lackierter Affe* ‘стоять как выряженная обезьяна’).

Сопоставляя компаративные фразеологизмы русского и немецкого языков, мы наблюдаем, что с точки зрения эквивалентности они делятся на полные и неполные структурно-семантические и функционально-семантические эквиваленты.

Примером полного эквивалента русских и немецких компаративных фразеологизмов может служить следующая пара КФЕ:

(4) нем. *er ist fest [stark] wie eine Eiche*;

русск. *‘он сильный (крепкий) как дуб’.*

Образ дуба в обоих языках является олицетворением силы и могущества.

Приведем другие примеры перевода с полным фразеологическим эквивалентным переводом.

(5) нем. *er ist stumm wie ein Fisch*;

русск. ‘*он нем как рыба’.*

(6) *sich fühlen wie ein Fisch im Wasser* ‘ чувствовать себя как рыба в воде’;

(7) *schwatzen wie eine Elster* ‘трещать как сорока’;

(8) *blind wie ein Maulwurf* ‘слепой как крот’;

(9) *Wie der Herr, so's Gescherr* ‘Каков поп, таков и приход’;

(10) *Wie mann sich bettet, so liegt* ‘Как постелишь кровать, так и поспишь’;

(11) *listig wie eine Schlange* ‘коварный как змея’.

Помимо эквивалентных фразеологизмов в каждом из рассматриваемых языков можно выделить группу устойчивых сравнений, в состав которой входят единицы, отличные от соответствующих единиц другого языка. Отметим следующие разновидности.

1. Фразеологизмы, построенные на иных образах или отражающие разные стороны и явления.

(12) нем. *wie ein Bär gesund sein’* (*букв.* ‘быть здоровым как медведь’), т.е. ‘быть здоровым’.

Компонент фразеологизма *Bär* (медведь) связан с представлением о силе. На гербе Берлина медведь, как и все хищники, изображается с открытой пастью, где чётко видны зубы и язык. Зверь является эмблемой не только Берлина, но и всего прилегающего края.

Фразеологический образ немецкого компонента *Bär* совпадает с его русским эквивалентом «*медведь»* в переносном значении, обозначая неуклюжего, неловкого, человека, однако, в русское слово не вложено понятие, связанное со здоровьем.

В данном случае фразеологические единицы полностью совпадают по значению и стилистической окраске, но имеют в своем основании разные образы сравнения, которые являются специфичными для каждого языка.

2. Фразеологизмы, связанные с конкретным обычаем, событием и содержащие в своем составе имена собственные. Например:

(13) нем. *rangehen wie Blücher* (букв. ‘действовать как Блюхер’), т.е. действовать решительно.

Данный фразеологизм понятен только самим носителям языка, поэтому требует расшифровки: Блюхер – прусский фельдмаршал времен войн против Наполеона, отличался необыкновенной решительностью и храбростью. Как правило, первым атаковал противника, несмотря ни на что.

Следующий фразеологизм тоже требуют расшифровки:

(14) нем. *erschossen sein wie Robert Blum* (букв. ‘быть расстрелянным как Роберт Блум’), т.е. ‘измотаться’, ‘выдохнуться’.

Р. Блум – известный политический деятель XIX в., который был неожиданно арестован и расстрелян. Революционер был застигнут врасплох, попался глупо. Поэтому более правильным представляется перевод фразеологизма: попасться; погибнуть (глупо); фразеологизм передает момент неожиданности и непоправимости ситуации.

3. Самыми продуктивными компаративными фразеологическими единицами по сравнению с другими разновидностями являются устойчивые сравнения, которым в другом языке соответствуют те же структуры, но с иной лексической наполняемостью.

В них наиболее ярко проявляется специфика и своеобразие формы в каждом языке при выражении единой семантики.

(15) *Er wurde weiß wie die Wand* ‘Он стал бледен как полотно’.

В данном примере структурная организация немецкого и русского сравнений идентична, но образ *die Wand (‘стена’)* заменяется узуальным для русского языка образом *полотно*.

Проведенный сопоставительный анализ установил преобладание национально-культурной специфики в компаративной фразеологии немецкого и русского языков, так как у каждого народа существует свое восприятие картины мира, которое определяется различием национальных культур, образа жизни, традиций и обычаев.

Список литературы

1. *Бинович, Л. Э.* Немецко-русский фразеологический словарь / Л. Э. Бинович. – Москва: Аквариум, 1995. – 768 с.

2. *Виноградов, В. В*. Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины / В. В. Виноградов // Избранные труды. Лексикология и лексикография. − Москва: Просвещение, 1977. – 570 с.

3. *Долгова, А. О.* Лингвокультурологическая значимость компаративной фразеологии / А. О. Долгова // Славянская фразеология в синхронии и диахронии: сб. науч. ст. Вып. 1. – Гомель: ГГУ, 2011. – С. 100–103.

4. *Маслова, В. А*. Когнитивная лингвистика / В. А. Маслова. – Москва: Т. Системс, 2008. – 256 с.

5. *Мизин, К. И.* Компаративные фразеологические единицы современного немецкого языка: пути образования и идеография: автореф. дис. ... канд. филол. наук / К. И. Мизин. – Киев, 2004. – 20 с.

6. *Молотков, А. И*. Фразеологический словарь русского языка / А. И. Молотков. – Москва: Русский язык, 1978. – 543 с.

Дорошко Е. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структурно-семантическая характеристика глаголов падения в английском, немецком и русском языках

Представленная работа посвящена изучению структуры и семантики глаголов падения (ГП) в английском, немецком и русском языках, и нацелена на выявление общих и дифференциальных черт, отражающих особенности лексической системы каждого из этих языков.

Актуальность предлагаемого исследования обусловлена общей тенденцией современной лингвистики к изучению различных лексико-семантических групп глаголов (движения, состояния, говорения и т.д.), в том числе и ГП как выражения реальной действительности в соотнесении с её отражением в содержании языковых форм, недостаточной изученностью структуры и семантики данных глаголов в сопоставительном аспекте.

Материал исследования составляют 94 английских, 126 немецких и 111 русских ГП, отобранных путем сплошной выборки из научных статей, электронных словарей и национальных корпусов.

1. «Структура слова – это совокупность взаимосвязанных элементов слова, обеспечивающих его целостность и тождественность самому себе, т.е. сохранение основных свойств при различных внешних и внутренних изменениях» (Абрегова 2004: 163). Исследователи выделяют три основных типа структуры глаголов: простая, сложная и производная (Егорочкина 2011: 1–3).

1.1 Простая структура характеризуется наличием корня, как основной и значимой части слова, а также флексией. Такая структура наиболее характерная для ГП в английском языке (90 ед.). В немецком языке их продуктивность ниже (15 ед.). В русском языке этот структурный тип малопродуктивен (5 ед.). Ср.: англ. *to fall* ‘падать’*, to drop* ‘падать, опускаться’*, to flop* ‘плюхнуться’, нем. *fallen* ‘падать’*, kippen* ‘опрокидывать’*, stürzen* ‘опрокидывать, ронять’, рус. *падать, рухнуть*).

1.2 Производная структура формируются путём добавления морфем к корню, таким образом создавая новые слова. В отличие от простой структуры, производная структура включает в себя как корень, так и аффиксы (приставки, суффиксы, постфиксы и т.д.), которые могут изменять или уточнять значение исходного глагола. В немецком языке (63 ед.) ГП продуктивно образуются префиксальным способом: ***um****kippen* ‘опрокинуть’*,* ***ab****fallen* ‘опадать’), в русском языке – префиксально-постфиксальным способом (***рас****падать****ся***). В английском языке (*to* ***re****lapse* ‘впадать’*, to imp****ing*** ‘выпадать (об осадках)’) аффиксальный способ словообразования малопродуктивен (4 ед.).

1.3 Кроме того, в немецком языке у ГП существует сложная структура (10 ед.). Эти глаголы состоят из нескольких полнозначных слов, объединенных в один композит. Например: *zusammenfallen* ‘обрушиваться’, *zusammenbrechen* ‘обваливаться’.

Некоторые исследователи рассматривают такие глаголы как префиксальные образования. Значение каузации падения в немецком языке передается через сочетание смыслового глагола со вспомогательным глаголом lassen типа *sinken lassen* ‘опускать’. В английском языке обнаружен лишь один ГП со сложной структурой: *to faceplant* ‘упасть лицом вниз’. В русском языке композитные ГП не выявлены.

2. В плане семантики ГП распадаются на три группы и обозначают способ падения; причины и характер падения; последствия падения (Резникова 2020: 49–55).

2.1 Существует несколько способов падения: свободное падение или падение с высоты вниз, падение со звуком, падение в воду, падение как болезненное состояние или смерть, падение с разрушением и падение в переносном смысле. Ср.:

(1) нем. *herunterfallen* <aus höherer Position nach unten fallen> ‘упасть с высокой позиции вниз’. *Die Vase ist heruntergefallen* ‘ваза упала (вниз)’;

(2) рус. *бахнуться* <упасть с характерным звуком> *Девочка каталась на велосипеде и неожиданно бахнулась на пол*;

(3) англ. *to flop* < fall with a sound > ‘плюхнуться’. *He flopped on the sofa without even taking his shoes off* ‘он плюхнулся на диван даже не снимая обуви’.

2.2 Причины падения могут быть разные: нарушение равновесия, снижение устойчивости, падение с разрушением, неблагоприятные погодные условия, неправильное использование предмета, медицинские причины. Ср.:

(1) нем. *umkippen* <das Übergewicht bekommen und [zur Seite] kippen> ‘превысить допустимый вес, и опрокинуться [на бок]’. *Die Vase kippt leicht um* ‘ваза легко опрокидывается’;

(2) рус. *рухнуть* <обрушиться, когда объект или структура быстро и внезапно опускается> *Стена рухнула*;

(3) англ. *to give way* <to break or fall down suddenly> ‘внезапно сломаться или упасть’. *The floor gave way as soon as I stepped onto it* ‘пол провалился как только я наступил на него’.

2.3 ГП могут обозначать различные последствия для его субъекта, в частности нанесение вреда здоровью, лишение жизни, изменение своей структуры, ср.:

(1) нем. *fallen* <im Kampf sterben, als Soldat o. Ä. Ums Leben kommen> ‘умереть в бою, лишиться жизни будучи солдатом, пасть на войне’. *Ihr Bruder ist [im Krieg] gefallen* ‘Ее брат погиб (букв. упал) (на войне) ’*;*

(2) рус. *падать* <падать от усталости (также перен.: испытывать крайнюю усталость)> *Он упадал в обморок* (потерял сознание);

(3) англ. *to cave in* <to collapse inwards> ‘обрушиться, обвалиться’. *The roof of the mine caved in, trapping the miners* ‘Крыша шахты обрушилась, заманив шахтеров в ловушку’.

В ходе исследования было обнаружено, что наиболее продуктивной семантической группой ГП в немецком, английском и русском языках является «Причины и характер падения». На втором месте стоит «Способ

падения» и наименее продуктивна группа под названием «Последствия падения».

Список литературы

1. *Егорочкина, Л. В.* Основные пути развития словарного состава немецкого языка и способы словообразования в немецком языке с точки зрения продуктивности / Л. В. Егорочкина // Вестник БУ. – Башкоростан, 2011. – С. 1–4.

2. *Резникова, Т. И., Рахилина, Е. В., Рыжова, Д. А.* Глаголы падения в языках мира: фреймы, параметры и типы систем / Т. И. Резникова, Е. В. Рахилина, Д. А. Рыжова // Труды института лингвистических исследований. – 2020. – Т. XVI. Ч. 1. – С. 9–63.

3. Словарь русской лингвистической терминологии / под ред. А. Н. Абреговой. – Майкоп: Качество, 2004. – 344 с.

Драгой А. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Немецкие и русские названия произведений искусства: структура, семантика и особенности перевода

Виртуальные музеи и выставки становятся новым форматом культурного досуга, постоянно растет число интерактивных экспозиций, различных проектов и площадок по расширению кругозора людей. С развитием интернета и цифровых технологий, артионимы являются ключевыми элементами для поиска и идентификации произведений искусства в онлайн среде. Правильный перевод может способствовать популяризации и узнаваемости произведения, сохранению авторской задумки и стиля.

Актуальность работы обусловлена необходимостью изучения особенностей названий произведений искусства, а также выявлением и систематизацией возникающих в процессе перевода сложностей.

Объектом исследования являются немецкие и русские названия произведений изобразительного искусства.

Цель данной работы заключается в получении более детальных знаний о структуре и семантике названий произведений искусства, а также определение и исследование основных особенностей перевода немецких и русских артионимов.

Материалом исследования служат 300 артионимов (150 немецких и 150 русских), которые были отобраны путем сплошной выборки из ряда искусствоведческих каталогов и онлайн-музеев, а именно Собрание Государственной Третьяковской галереи, Gemälde & Grafik des 19. Jahrhunderts, Museum der Bildenden Künste и другие.

Артионим по определению В. И. Супрун – это «вид идеонима, название произведения изобразительного искусства...» (Супрун 2011: 137), но в настоящее время этот термин используется как название произведений любого вида искусства (живописи, скульптуры, графики, пластики).

Стратегии и приёмы перевода, а также виды и особенности трансформации артионимов в процессе перевода подробно описаны в работах И. П. Лугаськовой, Т. Ю. Махортовой (Лугаськова, 2021; Махортова, 2023) и других лингвистов.

В рамках данного исследования был проведён сравнительный анализ немецких и русских артионимов и по его итогам получены следующие результаты:

1) Сопоставив частоту употребления различных видов топонимов в исследуемых языках, видим, что самый высокий разрыв наблюдается среди урбанонимов. Предварительный анализ хоронимов в составе немецких и русских артионимов, представляет особый интерес своей новизной и обобщающей способностью. В данную категорию попадает большинство примеров из других классов, что позволяет увидеть единое соотношение топонимов в составе артионимов, которое равняется 4 к 5 (80%) согласно нашему исследованию (*«Blick Uber Die Sierra Navada» (Fritz Bamberger), «Greifswalder Hafen» (Caspar David Friedrich), «Горная дорожка. Крым» (Иван Шишкин)).*

2) В результате сопоставительного анализа частоты употребления религиозных наименований, библеизмов и имён собственных, связанных с христианским вероучением, удалось установить, что в Германии общее число религиозных мотивов в составе артионимов составляет 29 случаев, в то время как в России всего 20.

Объяснением преобладания упоминаний религиозных сюжетов и терминов в немецком языке может служить склонность европейских художников изображать абстрактные или попросту запретные для православного творца аспекты духовной жизни. Помимо жертвенных или основополагающих сцен христианства, единых для всех течений религии *«Рождество Христово» (Андрей Рублев),«Die Anbetung der Könige» (Albrecht Dürer)*, мы видим изображение ада *«Die Hölle» (Hans Memling)* и других иллюстрирующих человеческие пороки, демонов и кару за грехи образов.

3) Детальное изучение использования прилагательных в составе артионимов в разрезе категорий данной части речи позволяет сделать вывод о том, что сохраняется тенденция к подавляющему доминированию русского языка по употреблению прилагательных в артионимах. 17 прилагательных в немецком языке и 24 в русском (1 к 1,4), напр.: *«Der wunderbare Fischzug» (Konrad Witz), «Болгарские мученицы» (К. Е. Маковский).*

4) Исходя из подсчета одушевлённых и неодушевлённых существительных, используемых в составе артионимов, можно утверждать, что в немецком языке существительные обеих категорий преобладают над существительными в русском языке, напр.: *«Der Tod und das Mädchen» (Hans Baldung Grien), «Купание красного коня» (Кузьма Петров-Водкин).*

5) Артионимы немецкого и русского языков оформляются с помощью различных синтаксических моделей, словосочетания и предложения.

Определенная часть артионимов относится к однокомпонентному варианту, состоящему из словоформы (Климова 2017: 185).

В результате анализа немецкого и русского артионимикона были выделены названия-словоформы *«Götterbote» (Max Ernst)*, названия-словосочетания *«Aufziehen der Scharwache» (Carl Spitzweg)*, названия-предложения *«Zwei stehende Mädchenakte mit grünem Stein» (Franz Marc).*

6) Перевод национально-специфических артионимов требует учёта множества факторов, включая культурно-историческую специфику, особенности реципиента, различия в грамматических структурах, наличие безэквивалентной лексики и культурных реалий. В процессе работы были проанализированы ошибки и неточности при переводе артионимов, их первопричины.

Таким образом, немецкие и русские артионимы имеют свои характерные черты, выраженные в разной синтаксической и лексической структуре. Они могут содержать метафоры, аллюзии, рифмы, реалии, национально-специфическую лексику, а также отражать исторические, религиозные или философские аспекты, которые трудно передать в другом языке без потери смысла и эмоциональной окраски.

В большинстве переводов, как на немецкий, так и на русский язык присутствуют комбинации сразу нескольких трансформаций и приемов.

Список литературы

1. *Климова, Л. А.* Немецкие и русские артионимы в сопоставительном рассмотрении (на материале названий произведений изобразительного искусства): дис. канд. филол. наук / Л. А. Климова. – ФГБОУ ВО Башкирский государственный университет, 2017. – 210 с.

2. *Лугаськова, И. П.* Лингвокультурологический аспект перевода названий произведений изобразительного искусства с английского на русский язык (на примере названий картин английских художников XVIII–XIX вв.) / И. П. Лугаськова // Центр и периферия. – 2021. – № 1. – С. 90–94.

3. *Махортова, Т. Ю.* Названия произведений живописи как объект транслатологического исследования / Т. Ю. Махортова // Международный научно-практический журнал «Филологический аспект». – 2023. – № 12 (104). – С. 97–105.

4. *Супрун, В. И.* Размышления над ономастической терминологией / В. И. Супрун // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – Серия Филологические науки. – 2011. – № 8. – С. 133–138.

Дубицкая М. М.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Функционально-семантическая категория побудительности в английском, немецком и русском языках

В работе рассматривается функционально-семантическая категория побудительности, то есть категория, отражающая побудительные значения и функции высказываний, а также контекстуальные факторы, влияющие на использование побудительных форм в английском, немецком и русском языках.

Актуальность данной работы обусловлена повышенным в настоящее время интересом к сопоставительному изучению функционально-семантических категорий и, в частности, к категории побудительности; продиктована необходимостью изучения способов выражения побудительности в английском, немецком и русском языках.

Объектом исследования является функционально-семантическая категория побудительности в английском, немецком и русском языках.

Предметом исследования выступают грамматические, семантические, лексико-семантические способы выражения побудительных конструкций в английском, немецком и русском языках.

Цель работы состоит в выявлении общего и различного в семантике и структуре способов выражения побудительности в английском, немецком и русском языках.

Материалом исследования послужили 579 побудительных конструкций, из них 194 англоязычные, 183 немецкоязычных и 202 русскоязычные побудительные конструкции, отобранные методом сплошной выборки из художественных произведений на английском (B. Shaw ‘Pygmalion’, John B Priestley ‘An Inspector Calls’), немецком (B. Brecht ‘Die Dreigroschenoper’, G. Hauptmann ‘Rose Bernd’) и русском языках (М. А. Булгаков «Зойкина квартира», М. Горький «На дне»).

По словам А. В. Бондарко, любая функционально-семантическая категория имеет структуру поля, основным признаком которого является общность семантической функции средств разных языковых уровней (Бондарко, 1990).

На основе изученного материала о функционально-семантическом поле можно выделить структуру функционально-семантического поля побудительности. Прежде всего, любое поле характеризуется наличием доминанты, ядра и периферии (Бондарко 1990: 40).

В качестве доминанты функционально-семантического поля категории побудительности выступают наиболее частотные средства выражения побудительности – синтаксическая форма императива без отрицания в 89 англоязычных, 81 немецкоязычных и 112 русскоязычных конструкциях.

Эмотивность в таких побудительных конструкциях выражается эксплицитно в высказываниях, которые формируют монофункциональные,

специализированные коммуникативные единицы, не выражающие побудительное значение контекстуально (Маслова 2007: 98).

В результате анализа установлено, что в ядро данной функционально-семантической категории побудительности по частотности входят 66 англоязычных, 73 немецкоязычных и 77 русскоязычных побудительных конструкций.

В них эмотивность выражается как дополнительное средство эксплицитного выражения интенции побуждения, усиливая его эффект или добавляя эмоциональную окраску (Маслова 2007: 98). Высказывания формируют монофункциональные, специализированные коммуникативные единицы, выражающие побудительное значение контекстуально:

1) повествовательные предложения с разными модальными глаголами с отрицанием и без отрицания (15 англоязычных, 17 немецкоязычных и 25 русскоязычных);

2) отрицательные предложения, которые выражают запрет, просьбу или совет (11 англоязычных, 16 немецкоязычных и 17 русскоязычных);

3) экспрессивно-модальные частицы *let, давайте, пусть,* которые выражают побуждение к действию, субъект которого выражается местоимением в объектном падеже или существительным (12 англоязычных, 9 немецкоязычных и 8 русскоязычных);

4) вопросы-побуждение с модальным глаголом желания (9 англоязычных, 10 немецкоязычных и 6 русскоязычных);

5) модально-неокрашенные высказывания с добавлением лексических единиц *please, bitte, пожалуйста, прошу* в структуру императивного предложения, которые способствует приданию оттенка вежливости (6 англоязычных, 8 немецкоязычных и 7 русскоязычных);

6) вопросы-разрешение (4 англоязычных, 6 немецкоязычных и 5 русскоязычных), выражающие запрос на разрешение совершить действие;

7) выделение подлежащего *ты, you* посредством эмоционального ударения в сочетании с прямым порядком слов может придать просьбе или приказу, высказанному говорящим, более настоятельный и даже грубоватый оттенок (5 англоязычных, 3 немецкоязычных и 3 русскоязычных);

8) междометия встречаются в 4 англоязычных, 4 немецкоязычных и 6 русскоязычных побудительных конструкциях и используются для логического или эмоционального выделения части высказывания.

К периферийным формам категории побудительности по частотности относятся 39 англоязычных, 19 немецкоязычных и 23 русскоязычных конструкций. Безглагольные побудительные предложения рассматриваются с точки зрения односоставности их природы, но относятся к периферийной зоне вследствие первичности побудительной функции данных конструкций (Бирюлин 1992: 164).

Эмотивность в таких конструкциях выражается имплицитно (Маслова 2007: 98). Высказывания формируют полифункциональные, неспециализированные коммуникативные единицы, выражающие побудительное значение контекстуально:

1) безглагольные побудительные предложения встречаются в 6 англоязычных, 8 немецкоязычных и 5 русскоязычных конструкциях;

2) вопросы-намеки (8 англоязычных, 11 немецкоязычных и 7 русскоязычных), являющиеся имплицитной формой косвенного побуждения, не содержащего упоминания о действии, желаемом для говорящего;

3) конструкции с глаголами в форме сослагательного наклонения в русском языке с помощью частицы *бы*, а в английском языке предложения с глаголами *should* и *would* выражают значение возможности, желаемости (6 англоязычных и 5 русскоязычных);

4) усиление побудительных англоязычных предложений с помощью использования эмфатического вспомогательного глагола *do* в 5 англоязычных конструкциях. Это позволяет говорить о выражении говорящим категорической, настойчивой просьбы или приказа;

5) сложное дополнение в 4 англоязычных конструкциях необходимо для того, чтобы побудить к исполнению желания говорящего;

6) разделительные вопросы, такие как *don't you, will you, shall I* и др, которые были обнаружены только в 6 англоязычных конструкциях. С их помощью побудительное предложение не только усиливает свою экспрессивность, но и характеризуется оттенком предложения;

7) отрицательные англоязычные предложения, в которых употребляется вспомогательный глагол *don't* с инвертированным порядком слов и подлежащим *you* встречается в 4 англоязычных конструкциях;

8) частица *-ка* встречается в 4 русскоязычных конструкциях и выражает смягчение или неформальность просьбы, приказа либо требование ускоренного выполнения;

9) форма прошедшего времени присутствует в 2 русскоязычных конструкциях и передает более настоятельный и даже грубоватый оттенок приказа.

Можно прийти к выводу, что данная категория побудительности в английском и русском языках обладает разнообразием средств выражения, а также имеет как общие, так и различные способы выражения побудительности.

Список литературы

1. *Бирюлин, Л. А.* Типология императивных конструкций / Л. А. Бирюлин, В. С. Храковский, Е. Ю. Грузеева. – Санкт-Петербург.: Наука, 1992. – 300 с.

2. *Бондарко, А. В.* Теория функциональной грамматики. Темпоральность. Модальность: монография / А. В. Бондарко. – Ленинград: Наука, 1990. – 264 с.

3. *Маслова, А. Ю.* Введение в прагмалингвистику. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений / А. Ю. Маслова. – Москва: Флинта: Наука, 2007. – 147 с.

Дудник В. Н.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структурно-семантический анализ лексических единиц, номинирующих внешнюю красоту в разговорном сегменте немецкого, английского русского языков

Данная работа посвящена анализу структурно-семантических особенностей лексических единиц, номинирующих внешнюю красоту (далее ЛЕНВК) в разговорном сегменте немецкого, английского и русского языков.

Актуальность данного исследования необходимостью выявления специфики культурных представлений о внешней красоте в немецко-, англо- и русскоязычных сообществах через анализ структурно-семантических особенностей разговорной лексики, номинирующей данное понятие.

Объектом исследования являются ЛЕНВК в разговорном сегменте немецкого, английского и русского языков, а **предметом** – их структурные и семантические особенности.

Цель исследования состоит в описании особенностей семантики и структуры немецких, английских и русских ЛЕНВК.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие **задачи**:

1. проанализировать широкий спектр лексических единиц, используемых для описания внешней красоты в разговорном сегменте сопоставляемых языках;
2. произвести тематическую классификацию ЛЕНВК и определить продуктивность тематических групп;
3. проанализировать семантические особенности ЛЕ в сопоставляемых языках;
4. рассмотреть структурную характеристику актуальных способов и путей образования ЛЕНВК в разговорном сегменте немецкого, английского и русского языков.
5. выявить сходства и различия в структуре и семантике немецких, английских и русских разговорных ЛЕНВК.

Материалом исследования послужили немецкие, английские и русские ЛЕНВК, полученные из словарей различного типа. Всего было проанализировано 698 ЛЕНВК (русск. – 308 ед., нем. – 217 ед., англ. – 173 ед.).

Анализ структуры и семантики лексем со значением внешней красоты в разговорном сегменте английского, немецкого и русского языков позволил сделать следующие выводы:

1. В ходе исследования формальной организации ЛЕНВК в сопоставляемых языках было выделено 3 общих структурных типа, а именно:

а) сложные слова (нем. – 79 ед., англ. – 23 ед., русск. – 14 ед.), ср.: нем. разг. *Bauernbahnhof* ‘широкие бедра’, нем. разг. *Strahlemann* ‘улыбающийся человек’, нем. разг. *blutjung* ‘юный, совсем молодой’, нем. разг. *Blumenladen* ‘человек, использующий много парфюма’; англ. разг. *hourglass figure* ‘фигура

песочные часы’, англ. разг. *V-shape* ‘V-образный подбородок’, англ. разг. *bee-stung lips* ‘пухлые, соблазнительные губы’; русск. разг. *фрейфёя* ‘хорошо одетый человек’, русск. разг. *дурмашина* ‘физически сильный человек’;

б) аффиксальные образования (русск. – 132 ед., нем. – 47 ед., англ. – 4 ед.), ср.: нем. разг. *aufgemotzt* ‘нарядный’, нем. разг. *Zwetschkeri* ‘маленькая пухленькая девушка’, нем. разг. *Frätzchen* ‘личико’; англ. разг. *boobs* ‘женская грудь’, англ. разг. *napper* ‘голова’, англ. разг. *boobies* ‘женская грудь’; русск. разг. *очаровашка* ‘очаровательный человек’, русск. разг. *краля* ‘видная красивая, хорошо одетая женщина’, русск. разг. *красавчик* ‘о красивом молодом человеке, ребёнке’;

в) словосочетания (англ. – 75 ед., нем. – 35 ед., русск. – 26 ед.), ср.: нем. разг. *großer Kerl* ‘спортивная фигура’, нем. разг. *lecker Mädsche* ‘приятная привлекательная молодая женщина’, нем. разг. *gerade Nase* ‘прямой нос’; англ. разг. *north and south* ‘рот’, англ. разг. *golden mane* ‘золотистые волосы’, англ. разг. *porcelain skin* ‘фарфоровая кожа’; русск. разг. *глаз не оторвать* ‘о ком-чём-л. очень красивом’, русск. разг. *сытый пирог* ‘красивая девушка’, русск. разг. *офонареть от такой красоты* ‘сойти с ума из-за кого-л’.

2. Вторичная номинация внешней красоты образуется в исследованных языках, в целом, по единым метафорическим и метонимическим моделям с использованием:

а) артефактов (русск. – 45 ед., нем. – 37 ед., англ. – 29 ед.), ср.: нем. разг. *Zaunlatte* ‘высокий стройный человек’, нем. разг. *Zippelfransen* ‘челка’; англ. разг. *hourglass figure* ‘фигура песочные часы’, англ. разг. *hooter* ‘нос’; русск. разг. *картинка* ‘хорошо одетый человек’, русск. разг. *конфетка* ‘о ком-чём-л. очень привлекательном, обычно внешне’;

б) зоонимов (нем. – 21 ед., русск. – 18 ед., англ. – 12 ед.), ср.: нем. разг. *Frätzchen* ‘личико’, нем. разг. *Rotfuchs* ‘рыжие волосы’; англ. разг. *gazelle legs* ‘стройные, длинные ноги’, англ. разг. *feline grace* ‘кошачья грация’; русск. разг. *Мамонт* ‘крупный, сильный человек’, русск. разг. *Антилопа* ‘худая девушка’;

в) причинно-следственных переносов (нем. – 35 ед., русск. – 16 ед., англ. – 6 ед.), ср.: нем. разг. *Marzipan-Puppe* ‘фарфоровая кукла, идеальная девушка’, нем. разг. *Babyknelpe* ‘маленькая грудь’; англ. разг. *sun-kissed hair* ‘волосы, осветлённые солнцем’, англ. разг. *bark* разг. ‘кожа’; русск. разг. *зацепить* букв. ‘произвести сильное впечатление на кого-либо, вызвать симпатию’, русск. разг. *детина* ‘очень высокий крепкий мужчина’.

3. Особенности вторичной номинации ЛЕНВК в разговорном сегменте немецкого, английского и русского языков связаны с:

а) одушевлением повседневной речи (Руденко, 2013), ср.: нем. разг. *Hamsterbacke* ‘круглые щёки’, нем. разг. *hübsches Frätzchen* ‘милое личико’; англ. разг. *sable lashes* ‘длинные, тёмные ресницы’, англ. разг. *bee-stung lips* ‘пухлые, соблазнительные губы’; русск. разг. *пава* ‘о величавой и статной, плавно двигающейся женщине’, русск. разг. *бычок* ‘о молодом человеке невысокого роста и крепкого телосложения’;

б) выявлением аналогий между человеком и объектами или явлениями для создания более наглядного описания внешности (Федотова, 1999), ср.: нем. разг. *Salzfass* ‘ большая впадина между ключицами’, нем. разг. *Brett* ‘девушка с маленькой грудью’; англ. разг. *beams* ‘глаза’, англ. разг. *diamond sparkle* ‘блеск, как у бриллиантов’; русск. разг. *витрина* ‘лицо’, русск. разг. *амбал* ‘человек здорового / крепкого телосложения’.

Список литературы

1. *Батарон, Т. Л.* Специфика медиавербализации экстернальной привлекательности гендера в XXI веке (на материале русского и английского языков): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / Т. Л. Батарон. – Майкоп. – 2021. – 25 с.

2. *Руденко, Е. С.* Концепты «прекрасное» и «безобразное» в немецкой лингвокультуре (диахронический аспект): автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.04 / Е. С. Руденко. – Москва. – 2013. – 24 с.

3. *Федотова, Т. Н.* Лексико-семантическое поле красоты в современном русском языке: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Т. Н. Федотова. – Москва. – 1999. – 27 с.

Евтушенко А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Экспрессивные этнонимы в немецком и русском языках

1. Доклад посвящён сопоставительному исследованию экспрессивных этнонимов (греч. *ethnos* ‘народ’ и *onoma* ‘имя’), под которыми понимаются уничижительные обозначения представителей народов, этнических групп и т. д.

Целью работы является изучение способов образования и семантики экспрессивных этнонимов немецкого и русского языков.

Актуальность темы обусловлена важной ролью межнациональных отношений и межкультурной коммуникации как в жизни общества, так и отдельных индивидов в повседневном общении. Исследование экспрессивных этнонимов приобретает особую значимость как в процессе международного общения, так и на бытовом уровне. Оно важно для переводчиков и специалистов, работающих в политической, экономической, международной сферах и пользующихся немецким и русским языками, а также для других смежных дисциплин, в том числе для культурологии, политологии, истории, психологии.

Материалом настоящего исследования послужил корпус этнонимов общим объемом 259 лексем (135 – в немецком языке и 124 – в русском), полученных путем сплошной выборки из словарей различного типа (толковых, разговорной речи, жаргонной лексики), научных статей М. Маркефки «Ethnische Schimpfnamen – kollektive Symbole alltäglicher Diskriminierung», А. И. Грищенко и др. В языках, которые подвергаются сравнительному анализу, существует обширная группа этнонимов,

образованных на основе номинативно-мотивирующего признака, связанного с внешними особенностями представителей определённой этнической группы.

2. В качестве производящей основы для образования этнических прозвищ могут служить этнонимы и топонимы. Среди многочисленных способов образования прозвищ ключевыми являются усечение и словосложение.

Самый простой для образования этнических прозвищ способ – усечение конца этнонима, ср.: *Ita* ← *Italiener*, *ара* ← *армянин* (Грищенко, 2013).

3. В сопоставляемых языках существует обширная группа этнонимов, образованных на основе номинативно-мотивирующего признака, связанного с внешними особенностями представителей определённой этнической группы: нем. *Gelber* (досл. ‘желтый’) ‘азиат’, *Tintenkopf* (досл. ‘чернильная голова’) ‘ негр’; русс. *хохол* ‘украинец’, *косоглазый* ‘азиат’.

4. Распространённым является перенос наименования с определённого национального продукта народа на имя самого народа. Примечательно, что в немецком языке в данной группе этнонимов преобладают лексемы со вторым компонентом *-fresser* (досл. ‘пожиратель’), в то время как их первый компонент называет продукт питания, ср.: нем. *Kebabfresser* (досл. ‘пожиратель кебаба’) ‘турок’, *Reisfresser* (букв. ‘пожиратель донер-кебаба’) ‘турок’; *Makkaronifresser* (досл. ‘пожиратель макарон’) ‘итальянец’ (Makefka, 2013).

В русском языке, напротив, преобладают этнонимы, образованные путём расширения значения слова, обозначающего продукт питания, таким образом сам продукт питания становится мотивирующим словом для экспрессивного этнонима, ср.: *бульбаш* ‘белорус’, *макаронина* ‘итальянец’, *лягушатник* ‘француз’ (Грищенко, 2006).

5. Кроме того, этнонимы образуются путём метонимического переноса (синекдохи) наименования национального предмета одежды на обозначение представителя народа, ср.: нем.: *Kamerad Schnürschuh* ‘австриец’ (досл. ‘товарищ ботинок со шнуровкой’), *Rothösler* ‘француз’ (досл. ‘красноштанный’); русс.: *чалма* ‘турок’, *халат* ‘казах’.

6. Значительное количество этнических прозвищ образовано от собственных имён. Данный перенос значения также можно рассматривать как метонимический. Экспрессивными этнонимами становятся наиболее распространённые в рамках определённой этнической группы имена личные, ср.: рус. *Natascha* ‘русская’, *Chaim* ‘еврей’, *Ibrahim* ‘турок’; русс.: *абрам* ‘еврей’, *сара* ‘еврейка’, *джон* ‘англичанин, американец’, *юстас* ‘эстонец’. Существует явление, когда прозвищами для всей нации становились, прозвища солдат чужих армий: *Iwan* ‘русский’, *Фриц* ‘немец’ (Грищенко, 2013).

7. Наличие в языке экспрессивных этнонимов может являться результатом заимствования. Популярным прозвищем в русском языке является *жид*. Слово появилось в славянских языках в IX веке и являлось калькой с балкано-романских языков. В языке, из которого данный этноним заимствован, он не обязательно может иметь негативный оттенок: нем.:

der Tschinggeler ‘итальянец’ (от итал. *cinque* ‘пять’); русс. *мадьяр* ‘венгр’ (самоназвание венгров) (Kubiak, 2017).

8. В завершение следует констатировать, что в немецком и русском языках экспрессивные этнонимы являются очень гибким пластом лексики. Среди рассмотренных прозвищ немецкий и русский языки имеют схожие группы экспрессивных этнонимов, существенно отличающиеся в своём образовании и разнообразии. Немецкий язык характеризуется более креативным и многообразным подходом к образованию экспрессивных этнонимов, тогда как русский язык использует более ограниченный набор средств для их создания. Важно помнить, что использование экспрессивных этнонимов может быть оскорбительным и неприемлемым в определённых контекстах (Lötzsch, 1999). Чтобы избегать межнациональных конфликтов, рекомендуется воздерживаться в межкультурной коммуникации от использования экспрессивных этнонимов, отдавая предпочтение стилистически нейтральным, официальным этнонимам.

Список литературы

1. *Богомягкова, Е. В.* Структурно-семантические типы и образование немецких этнонимов / Е. В. Богомягкова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 9 «Языкознание». – 2012. – Вып. 4. – С. 46–50.

2. *Грищенко, А. И.*, *Николина, Н. А.* Язык вражды и язык согласия в социокультурном контексте современности / А. И. Грищенко, Н. А. Николина. – Екатеринбург. – 2006. – С. 175–176. – URL.: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/24199/1/mion_2006.pdf (дата обращения: 26.02.2025).

3. *Грищенко, А. И.* Русские этнонимы и смежные с ними лексические категории в толковых словарях / А. И. Грищенко. – Москва. – 2013. – С. 146–163. – URL.: http://www.onomastics.ru/ (дата обращения: 26.02.2025).

4. A dictionary of international slurs (ethnophaulisms): with a supplementary essay on aspects of ethnic prejuce by Roback, A. A. (Abraham Aaron). – 1979. – URL.: https://catalog.hathitrust.org/Record/001131064 (дата обращения: 27.02.2025).

5. *Kubiak, P.* Ethnophaulismen in translatorischer Perspektive / P. Kubiak // Glottodidactica. – 2017. – S. 77–96. – URL.: https://pressto.amu.edu.pl/index.php/gl/article/view/9171 (дата обращения: 27.02.2025).

6. *Lötzsch, R.* Was ist ein Volk und was eine Nation? / R. Lötzsch // Utopie kreativ. – 1999. – H. 103 / 104. – S. 15–30.

7. *Markefka, M.* Ethnische Schimpfnamen – kollektive Symbole alltäglicher Diskriminierung / M. Markefka // Muttersprache. – 1999. – H. 3. – S. 193–206.

Заднепровская Д. К.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Сопоставительный анализ этикетных формул приветствия в английском и русском языках (на материале эпистолярного стиля)

Введение. Изучение этикетных формул приветствия в различных языках и культурах представляет собой значимый аспект лингвистического анализа, позволяющий выявить как общие, так и специфические черты взаимодействия в рамках межкультурной коммуникации.

Актуальность данного исследования обусловлена возрастающим интересом ученых к сопоставительной лингвистике и межкультурной коммуникации в условиях глобализации и расширения межнациональных контактов. Понимание различий в этикетных нормах в английском и русском языках может способствовать формированию межкультурной компетенции и преодолению лингвокультурных барьеров.

В современной лингвистике проблемам речевого этикета посвящено большое количество исследований – например, работы: Н. И. Формановской, Т. В. Лариной и др. Вместе с тем, особенности функционирования этикетных формул в эпистолярных текстах изучены недостаточно.

Цель исследования – изучить особенности функционирования этикетных формул приветствия (далее – ЭФП) в эпистолярных текстах английского и русского языков, выявить сходства и различия.

Материалом исследования послужили ЭФП, отобранные путем сплошной выборки из писем известных английских и русских писателей XIX в. (Ч. Диккенс, В. Вулф, Л. Толстой и Ф. Достоевский).

Основная часть. Приветствие – неотъемлемый элемент коммуникации, который позволяет установить контакт с адресатом и определить характер дальнейших взаимоотношений коммуникантов. Ситуация приветствия в своей основе универсальна, но особенности ее реализации в различных коммуникативных контекстах, набор речевых формул и факторы, влияющие на их выбор, имеют культурно обусловленный характер. Это касается в том числе английского и русского языков, в которых языковая экспликация приветствия имеет как общие, так и этнокультурные черты.

Специфической особенностью эпистолярных текстов является тот факт, что традиционные приветствия, характерные для устной речи, здесь встречаются достаточно редко. Приветствие чаще всего оформляется в виде обращения, с помощью которого начинается диалог и устанавливается контакт с адресатом. Выбор ЭФП в эпистолярных текстах сопоставляемых языков обусловлен ситуацией общения, а также степенью формальности или близости между адресантом и получателем. В соответствии с данными критериями выделены следующие группы приветствий: 1) официальные; 2) стилистически нейтральные; 3) неофициальные, дружеские.

1. Официальные ЭФП употребляются в письмах, предназначенных для делового общения, и характеризуются высокой степенью формальности, подчеркивающей глубокое уважение к адресату. Так, в письмах русских

писателей XIX в. к наиболее продуктивным моделям приветствий относятся следующие: 1) имя отчество адресата + атрибутив (*многоуважаемый, достопочтенный, дорогой* и др.), который подчеркивает степень знакомства и характер взаимоотношений собеседников: *Здравствуйте, многоуважаемый Евгений Иванович!* (Ф. Достоевский); 2) атрибутив + титул + фамилия адресата: *Милостивый государь Александр Федорович!* (Ф. Достоевский); *Господин Оголин!* (Л. Толстой); 3) однокомпонентные субстантивированные формы: *Достопочтенный!* (Л. Толстой) – обращение к титулованной особе. Данные модели приветствий отражают эпистолярную культуру дворянской интеллигенции того времени.

В англоязычной эпистолярной традиции аналогичного периода официальные приветствия имеют более формальный и лаконичный характер. Они состоят, как правило, из одного-двух компонентов, чаще всего – атрибутивов: *Dear*, *Esteemed* в сочетании с этикетными обращениями *sir, Mr.*: *Dear Sir!, Esteemed Sir!* (Ч. Диккенс) или *Dear Mr.!* (В. Вулф). Подобные формулы приветствия свидетельствуют о более формализованном характере англоязычного делового общения, основанного на принципах негативной вежливости – сохранении личного пространства собеседника.

2. Неофициальные ЭФП используются в письмах, адресованных близким людям, – друзьям, родственникам, с которыми у адресанта сложились теплые, доброжелательные отношения. В личной переписке русских писателей в состав таких приветствий часто входят термины родства в их диминутивной форме, а также прилагательные (*дорогая, милая* и др.), которые подчеркивают глубокую эмоциональную связь между адресантом и реципиентом: *Мои дорогие тетушки!; Дорогой и добрейший мой Александр Егорович!* (Лев Толстой), *Любезнейшая маменька!* и *Милая сестра Варенька!* (Л. Толстой).

Следует отметить, что английские неофициальные ЭФП более лаконичны и менее эмоциональны по сравнению русскими этикетными единицами, которые акцентируют внимание на близких связях и глубине человеческих взаимоотношений. В английской лингвокультуре созданию теплой атмосферы общения способствуют приветствия, представляющие собой сочетание атрибутива с сокращенной формой имени, напр.: *Dear Colle!*, *My dear Katie!* (Ч. Диккенс) или традиционные субстантивированные формы с положительными коннотациями: *Dearer!*, *Darling!* (В. Вулф).

3. Стилистически-нейтральные ЭФП – это универсальные лексические единицы, которые употребляются в различных социальных и деловых контекстах, независимо от уровня формальности ситуации. Данные ЭФП занимают промежуточное положение между личными и официальными стилями. В письмах русских писателей применяются формулы, состоящие из полного имени и отчества реципиента, часто в сочетании с атрибутивами: *дорогой, любезный*, которые утратили свою эмоциональную окраску в связи с регулярным употреблением в типичных ситуациях общения: *Михаил Никифорович! Напечатанное в Московских ведомостях объявление…*, *Виноват, любезный Иван Иванович, что пишу два слова!* (Л. Толстой),

Дорогой Александр Юстинович!, Приветствую, Наталия Дмитриевна! (Ф. Достоевский). Такие приветствия являются маркерами уважительного и одновременно доброжелательного отношения к собеседнику.

В английской эпистолярной традиции распространены следующие формулы приветствия: *Good day, Gentlemen!* и *Sir!* (Ч. Диккенс); *Dear Mrs!* (В. Вулф), которые демонстрируют более высокую степень формальности общения, ориентированную на сохранение личного пространства собеседника, независимо от коммуникативной ситуации.

Заключение. Приветствие представляет собой ключевой элемент эпистолярной коммуникации, позволяющий не только установить контакт с собеседником, но и задать тон дальнейшему общению. Несмотря на универсальный характер, приветствия характеризуются ярко выраженной национальной спецификой. Сопоставительный анализ официальных, неформальных и стилистически-нейтральных формул приветствия в письмах русских и английский писателей показал, что на выбор данных этикетных единиц влияют в первую очередь культурные традиции. В русских письмах ЭФП более эмоциональны и отражают глубокую личную привязанность автора письма к адресату. Английские писатели отдают предпочтение более сдержанным и лаконичным ЭФП, направленным на реализацию принципа негативной вежливости, что свидетельствует о различиях в восприятии близости и дистанции, а также в соблюдении личных границ в межличностном общении в сопоставляемых лингвокульутрах.

Список литературы

1. *Ларина, Т. В.* Лингвокультурология: новейшие тенденции и результаты / Т. В. Ларина // Вестник Московского университета. – 2016. – Серия 19. – С. 23–34.

2. *Формановская, Н. И.* Речевой этикет и культура общения / Н. И. Формановская. – Москва: Высшая школа, 1989. – 156 с.

Заякина В. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Фразеологические единицы с компонентом *der Apfel / яблоко* в немецком и русском языках

Фразеологизмы занимают особое место в языковой системе, объединяя в себе образность и глубокую связь с культурным наследием, национальной ментальностью и мировоззрением народа.

Фразеологические единицы с компонентом *der Apfel / яблоко* ярко демонстрируют, как привычные явления и понятия из повседневной жизни находят отражение в языковом сознании разных народов. С древних времен образ яблока символизирует плодородие, мудрость, искушение и красоту, что делает его неотъемлемой частью множества культурных и лингвистических традиций.

Актуальность исследования обусловлена тем, что в условиях глобализации исследование устойчивых выражений с компонентом *der Apfel / яблоко* способствует не только расширению лингвистических знаний, но и углублению межкультурного взаимопонимания.

Объектом исследования являются фразеологические единицы немецкого и русского языков, включающие компонент *der Apfel / яблоко.*

Предмет – семантические особенности фразеологизмов с компонентом *der Apfel / яблоко* в немецком и русском языках.

Цель исследования – выявить и проанализировать семантические особенности фразеологизмов с компонентом *der Apfel/яблоко* в немецком и русском языках.

Эмпирическим материалом послужили 15 фразеологизмов с компонентом *der Apfel/яблоко* в немецком языке, отобранных из «Немецко-русского фразеологического словаря» Л. Э. Биновича, «Большого немецко-русского словаря», немецкого словаря «Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik» и 10 фразеологизмов с названным компонентом в русском языке, извлеченных из «Нового словаря русского языка» Т. Ф. Ефремовой, «Толкового словаря русского языка» В. И. Даля.

В немецком языке компонент *der Apfel / яблоко* занимает значимое место, что обусловлено не только его практической ролью как одного из важнейших продуктов питания, но и богатой символикой, закрепленной в культурно-историческом контексте. Образ яблока на протяжении веков служил символом гармонии, совершенства и жизненного цикла. Его круглая форма отождествлялась с целостностью и бесконечностью, яркий румянец – с красотой, молодостью и здоровьем, а прочная кожица, скрывающая сладкий и сочный плод, символизировала тайну, богатство и изобилие. Эти характеристики сделали яблоко важным элементом мифологии, религии и фольклора народов Европы, включая немецкий.

Немецкая фразеология насыщена выражениями, в которых яблоко выполняет различные символические функции. Так, фразеологизмы *ein fauler Apfel macht zehn faule Äpfel* (‘одно гнилое яблоко делает гнилыми десять’), *ein fauler Apfel verdirbt den ganzen Korb* (‘одно гнилое яблоко портит всю корзину’) подчеркивают негативное влияние одного плохого элемента на окружение (Бинович 1995: 115).

Выражение *schöner Apfel ist auch wohl sauer* (‘красиво яблоко на вид, да кисло на вкус’) предупреждает об обманчивости внешности. В немецкой культуре этот фразеологизм часто используется для описания ситуации, где внешний блеск скрывает недостатки или негативные качества.

Nicht jeder Apfel ist ein Goldapfel (‘не каждое яблоко – золотое яблоко’). Данное выражение говорит о том, что не всё ценное или значимое сразу бросается в глаза (Бинович 1995: 118).

А фразеологизмы *der Apfel fällt nicht weit von seinem Stamm* (‘яблочко от яблоньки недалеко падает’), *wie der Apfel, so der Kern* (‘каково яблоко, таково и семечко’) отражают идею схожести поколений, как в положительном, так и в отрицательном ключе. Это выражение имеет широкое применение в

бытовом и социальном контексте, часто описывая характер, манеры или поведение, унаследованные от родителей (Duden 2002: 235).

Некоторые фразеологизмы с яблоком иллюстрируют идею уступки или необходимости принять неприятное решение:

In den sauren Apfel beißen (‘укусить кислое яблоко’) – выражение, которое обозначает необходимость принять что-то неприятное или сложное, что нельзя избежать. Этот фразеологизм часто используется для описания трудных, но необходимых действий (Бинович 1995: 119).

Den Apfel der Zwietracht säen (‘сеять яблоко раздора’) – выражение, которое отсылает к древнегреческой мифологии (яблоко раздора в споре между богинями). Оно обозначает создание конфликта или вражды.

Данные фразеологизмы подчеркивают важность рационального подхода к проблемам и стремление избегать ненужных конфликтов.

Яблоко также ассоциируется с приятными ощущениями и наслаждением.

Jemandem das Apfelstück gönnen (‘позволить кому-то насладиться кусочком яблока’) – выражение, которое означает щедрость или согласие дать другому человеку возможность получить что-то ценное (Duden 2002: 246).

В русском языке лексема «яблоко» также глубоко укоренена в культуре и используется в качестве символа, отражающего как позитивные, так и негативные аспекты человеческих взаимоотношений. В отличие от немецкого языка, где акцент делается на гармонии и структуре, русская фразеология с компонентом «яблоко» чаще фокусируется на эмоциональных и межличностных аспектах (Летова 2012: 124).

Так, метафорическое выражение *съесть яблоко*, связанное с библейской историей о грехопадении, указывает на соблазн или физическую близость, подчеркивая связь между запретным плодом и моральной ответственностью (Даль 2006: 435).

Фразеологизм *делить яблоки* используется для обозначения конфликтов или ссор, отражая характерную черту русского менталитета – эмоциональность.

Выражение *яблоку негде (некуда) упасть* служит метафорой для описания тесноты и большого скопления людей, отражая визуальную картину ограниченного пространства (Мокиенко 1989: 167).

Яблочко наливное – фразеологизм, описывающий что-то красивое, спелое, свежее, часто используется в отношении внешности человека, особенно женской. Данное выражение отражает эстетическую ценность здорового, «наливного» вида (Мокиенко 1989: 168).

Яблоко от яблони недалеко падает – универсальное выражение, которое указывает на наследственность. В русском языке этот фразеологизм нередко имеет шутливый, а иногда и негативный оттенок, когда речь идет о чертах характера или поступках, которые не вызывают восхищения.

Для немецкого языка характерен рациональный и структурный подход к использованию фразеологизмов с компонентом *der Apfel/яблоко*, отражающий темы гармонии, логики, необходимости принимать сложные решения.

Для русского языка свойственна эмоциональная насыщенность фразеологизмов, акцент на межличностных отношениях, эстетике и образной передаче повседневных или моральных аспектов жизни.

Таким образом, исследование фразеологизмов с компонентом *der Apfel / яблоко* демонстрирует как универсальность символа, так и его уникальную интерпретацию в разных культурах, подчеркивая различия в менталитете и мировоззрении двух народов.

Список литературы

1. *Бинович, Л. Э.* Немецко-русский фразеологический словарь / Л. Э. Бинович. – Москва: Аквариум, 1995. – 773 с.

2. *Летова, А. М.* Семантические особенности фитонимов в русском фольклоре: дисс. канд. филол. наук / А. М. Летова. – Москва: Московский гос. обл. университет, 2012. – 198 с.

3. *Мокиенко, В. М.* Славянская фразеология: учеб. пособие / В. М. Мокиенко. – Москва: Высшая школа, 1989. – 207 с.

4. *Даль, В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка / В. И. Даль. – Москва: Русский язык, 2006. – 688 с.

5. Duden. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik Stuttgart. – Dresden: Dudenverlag, 2002. – 1037 S.

Зуева Т. М.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Инвективная зоонимическая лексика английского, немецкого и русского языков

Инвективная зоонимическая лексика (далее ИЗЛ) представляет собой особый пласт языка, который играет значительную роль в межкультурной коммуникации и отражает особенности национального менталитета. Данное исследование посвящено анализу ИЗЛ в английском, немецком, и русском языках, выявлению ее семантических особенностей.

Объектом исследования является инвективная зоонимическая лексика в английском, немецком и русском языках, а **предметом** – семантические особенности инвективных зоонимов в сопоставляемых языках.

Целью данного исследования является сопоставительный анализ семантических и функциональных особенностей ИЗЛ английского, немецкого и русского языков, выявление общего и отличительного в семантической организации данных наименований в названых языках.

Материалом исследования послужили 274 ИЗЛ (англ. – 89 ед.; нем. – 77 ед.; русск. – 108 ед.), полученные из толковых и переводных словарей различного типа (разговорных, сленговых, арготических, жаргонных) и Интернет-ресурсов.

Инвективная зоонимическая лексика представляет собой особую группу слов, используемых для выражения агрессии, критики или уничижения через ассоциации с животными. Ее применение в языке выполняет не только

коммуникативную, но и социально-психологическую функцию, так как подобные выражения направлены на получение реакции от собеседника и могут способствовать подтверждению или повышению статуса говорящего (Солнцева, 2004).

Основными категориями животных в инвективной зоонимической лексике немецкого и русского языков являются:

1. Дикие животные / Wilde Tiere / wild animals (англ. – 25 ед.; нем. – 20 ед.; русск. – 28 ед.), ср.: нем. разг. *Wolf* (букв. ʻволк’) ʻжестокий человек’, *heißhungrig wie ein Wolf* (букв. ‘голодный как волк’), англ. разг. *Bear* (букв. ʻмедведь’) ʻнеуклюжий, грубый человек’, *rough as a bear* (букв. ‘грубый как медведь’), русс. разг. *лиса* ‘хитрый, коварный человек’.

Высокая продуктивность данной тематической группы (далее ТГ) связана с несколькими факторами. Во-первых, язык является антропоцентричным, и человек традиционно использует зоонимы для описания качеств, присущих людям, что делает такие выражения частыми в речи. Во-вторых, поведенческие особенности животных легко наблюдаемы, а их характерные черты (упрямство, лень, грязность) часто переносятся на человека.

2. Домашние животные / Haustiere / domestic animals (англ. – 29 ед.; нем. –25 ед.; русск. – 26 ед.), ср.: нем. разг. *Schwein* (букв. ʻсвинья’) ‘грязный, невоспитанный человек’, *gierig wie ein Schwein* (букв. ‘жадный как свинья’), англ. разг. *Dog* (букв. ʻсобака’) ‘грубый, бесстыдный человек’, *lazy as a dog* (букв. ‘ ленивый как собака’), русс. разг. *козел* ‘грубый, бесстыдный человек’.

Высокая продуктивность данной тематической группы (ТГ) связана с тем, что домашние животные на протяжении веков находились в тесном взаимодействии с человеком, что способствовало формированию устойчивых ассоциаций, отраженных в языке. Люди наблюдали повадки животных, их характерные особенности и переносили их на человеческие качества и поведение.

3. **Птицы / Vögel / birds** (англ. – 15 ед.; нем. –8 ед.; русск. – 10 ед.), ср.: нем. разг. *Huhn* (букв. ʻкурица’) ‘трусливый человек’, *feige wie ein Huhn* (букв. ʻтрусливый как курица’), русс. разг. *немух* ‘заносчивый, франт’, англ. разг. *Goose* (букв. ʻгусь’) ‘глупый человек’, *silly goose* (букв. ʻглупый как гусь’), русс. разг. *воробей* ‘маленький рост или невнушительный вид’.

Высокая продуктивность данной тематической группы (ТГ) связана с тем, что птицы издавна играли важную роль в жизни человека, что отразилось в языке в виде метафорических значений и фразеологизмов. Их повадки, внешний вид и поведенческие особенности стали основой для переноса характеристик на людей.

При этом ИЗЛ выражает отрицательную оценку:

а) **внешности, физических данных** человека (англ. – 32 ед.; нем. – 27 ед.; русск. – 33 ед.), ср.: англ. разг. *Eagle* ‘*bald as an eagle*’ (букв. ʻлысый как орел’), *англ. разг. tall as a giraffe* (букв. ʻвысокий как жираф’), нем. разг. ‘*fett wie ein Schwein’* (букв. ‘жирный как свинья’), *русс. разг. слон* ‘о большом,

полном человеке’, русс. разг. *жираф* ‘о высоком человеке’, нем. разг. *kahl wie ein Affe* (букв. ‘лысый как обезьяна’).

б) интеллекта (англ. – 20 ед.; нем. – 20 ед.; русск. – 28 ед.), ср.: англ. разг. *sheep* (букв. ‘овца’) – ‘человек, бездумно следующий за толпой’, англ. разг. *donkey* (букв. ‘осел’) – ‘упрямец, глупый человек’, нем. разг. *Esel* (букв. ‘осел’) ‘упрямец, невежа’, *нем. разг. Wolf* (букв. ‘волк’) ‘делец’, русс. разг. *лошадь* ‘работяга’, русс. разг. *осел* ‘упрямый человек’.

в) личных качеств, черт характера (англ. – 37 ед.; нем. – 30 ед.; русск. – 47 ед.) ср.: англ. разг. *workhorse* (букв. ‘рабочая лошадь’) – ‘трудолюбивый, выносливый человек’, англ. разг. *goat* (букв. ‘козёл’) – ‘упрямец, козёл отпущения’, нем. разг. *Schlange* (букв. ‘змея’) ‘лживый человек’, *giftig wie eine Schlange* (букв. ‘ядовитый, как змея’), нем. разг. *Schwein* (букв. ‘свинья’) ‘распущенность, похоть’, русс. разг. *крыса* ‘нехороший, неприятный человек’, русс. разг. *лиса* ‘хитрый, коварный человек’.

Таким образом, инвективная зоонимическая лексика является важным элементом языковой картины мира, отражая культурные особенности разных народов. Несмотря на наличие общих черт, таких как использование зоонимов в метафорическом значении и в качестве инвективов, их частотность, восприятие и стилистическая окраска различаются в зависимости от исторических, социальных и культурных факторов.

Список литературы

1. *Иванова, Е. В.* Лексикология и фразеология современного английского языка / Е.В. Иванова. – Москва, 2011. – 346 с.

2. *Петрищева, Е. И.* Зооморфная номинация родственников в субстандартной лексике / Е. И. Петрищева // Казанский вестник молодых учёных. – Казань, 2018. – Том 2. – № 4 (7). – С. 42–44.

3. *Савченко, В. А.* Зоонимы в немецких и русских фразеологизмах // Курск: Фольклорная лексикография. – 1998. – № 10. – С. 35–40.

4. *Солнцева, Н. В.* Сопоставительный анализ зоонимов русского, французского и немецкого языков в этносемантическом аспекте: автореферат дис. кандидата филологических наук: 10.02.20 / Н. В. Солнцева. – Ин-т языкознания РАН. – Омск, 2004. – 32 с.

5. *Хайрулина, А. Р.* Зооморфная метафора и ее образы // Пушкин: Вестник Ленинградского государственного университета им. А. С. Пушкина. – 2013. – Т. 1. – № 1. – С. 133–145.

Карапетян О. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантика фразеологизмов и паремий со значением «любовь» в английском и русском языках

По определению С. И. Ожегова, фразеология – раздел лингвистики, в котором изучаются семантические, морфолого-синтаксические и стилистические особенности фразеологизмов, совокупность идиом и фразеологизмов какого-либо языка. (Ожегов, 2000).

Профессор А. В. Кунин считал, что «фразеологические единицы, или идиомы – это раздельнооформленные единицы языка с полностью или частично переосмысленными значениями» (Кунин, 1996).

Объектом данного исследования выступают фразеологизмы и паремии, вербализующие чувство любви в английском и русском языках.

Предмет исследования: семантика фразеологизмов и паремий со значением «любовь» в английском и русском языках.

Цель исследования: сопоставительный анализ семантики фразеологизмов и паремий, вербализующих чувство любви в английском и русском языках.

Материалом послужили 217 единиц в английском языке и 225 единиц в русском языке.

Следует отметить, что понятие «любовь» имеет множество различных значений как в английском, так и в русском языках. Поэтому прежде всего необходимо обратиться к толковым словарям для более детального рассмотрения исследуемых единиц.

Таким образом, согласно Oxford Learner's Dictionary (Hornby, 1995) «love» определяется как:

- очень сильное чувство расположения и заботы к кому-то / чему-то, особенно к члену семьи или другу;
- сильное чувство романтического влечения к кому-либо;
- сильное чувство удовольствия, вызванное чем-либо.

Следующие варианты значений приводятся и в «Большом толковом словаре русского языка» С. А. Кузнецова (Кузнецов, 1998):

- чувство глубокой привязанности к кому-либо или чему-либо;
- чувство горячей сердечной склонности, влечение к лицу другого пола;
- внутреннее стремление, влечение, склонность, тяготение к чему-либо.

Так как исследуемое чувство имеет свойство направленности на человека/предмет/занятие/группу людей, в рамках семантического анализа были выделены следующие реципиенты фразеологизмов и паремий со значением «любовь» в английском языке: другой человек, супруг (а), дети, предмет, окружающие люди, сам говорящий, божества, Бог, занятие, брат, еда, друг, деньги.

Согласно данным исследования, в большинстве случаев (76,9%) ФЕ со значением «любовь» в английском языке не имеют определённого реципиента

и потенциально могут быть направлены на любого другого человека в зависимости от контекста ситуации. Например, *fall out of love (with)* ‘разлюбить, перестать любить’; *love at first sight* ‘любовь с первого взгляда’; *love will find a way* ‘любовь найдет путь’; *love cannot be compelled* ‘насильно мил не будешь’.

Следующим по продуктивности является реципиент «супруг(а)» и составляет 5,1% всей выборки, например, *a man without a wife is but half a man* ‘муж без жены – что гусь без воды’; *it is unlucky to marry for love* ‘жениться по любви – к несчастью’; *a cheerful wife is the joy of life* ‘веселая жена – это радость жизни’; *two things do prolong the life: a quiet heart and a loving wife* ‘две вещи продлевают жизнь: спокойное сердце и любящая жена’. В рамках данного типа чаще всего реципиентом является именно «супруга».

Ещё одним из продуктивных реципиентов является тип «дети», который представлен 4,1% выборки. В данном случае чувство любви может исходить как от матери *a mother’s love never ages* ‘материнская любовь вечна’, так и от отца *no love to a father’s* ‘не существует любви, подобной отцовской’. В некоторых случаях ФЕ не имеет определённого агенса, например, *he that has no children knows not what is love* ‘у кого нет детей, тот не знает, что такое любовь’.

Также говорящий может выражать свою любовь к определённым предметам в 2,8% случаев, например, *a man may love his house well without riding on the ridge* ‘можно любить свой дом, но не обязательно повсюду его расхваливать’; *for the love of the game* ‘из любви к игре’.

В равной степени продуктивными (2,3%) оказались реципиенты «окружающие люди», например, *like will to like, each creature loves his kind* ‘каждый человек любит себе подобного’ и «сам говорящий», например, *love one’s own way* ‘любить действовать самостоятельно, по-своему’; *every ass loves to hear himself bray* ‘всякий осел свой рев слушать любит’, ‘всякая лиса свой хвост хвалит’.

Типы «брат» и «занятие» представлены двумя ФЕ каждый (0,9% и 0,9%), например, *City of Brotherly Love* ‘город братской любви’ (город Филадельфия) и *play for love* ‘играть не на деньги’.

Наименее продуктивными стали реципиенты «друг» *love your friend with his fault* ‘любите друзей с их недостатками’, «еда» *the way to a man’s heart is through his stomach* ‘путь к сердцу мужчины лежит через его желудок’ и «деньги» *the love of money is the root of all evil* ‘любовь к деньгам – корень всех бед’, которые составляют по 0,5% выборки.

Стоит отметить, что несмотря на меньшее разнообразие реципиентов в ФЕ со значением «любовь» в русском языке, доминирующим типом (95,5%) как и в английском языке является «другой человек» (потенциально любой человек в зависимости от ситуации). Например, *воспылать любовью, отдавать всего себя любви; любовь – большая мука; любовь хоть и мука, а без нее скука; не любишь – горе, а влюбишься – вдвое.*

Следующим по продуктивности является реципиент «супруг(а)» и составляет 5,1% всей выборки, например, *если любишь, так женись, а не любишь – отвяжись*.

В равной степени слабопродуктивными (1% и 1%) оказались реципиенты «дети», например, *материнская любовь словно солнышко* и «сам говорящий», например, *люблю тебя, да не как себя*.

Таким образом семантический анализ фразеологизмов и паремий со значением «любовь» показал, что в английской языковой картине мира данное понятие представлено более разнообразно при рассмотрении реципиентов (на кого направлено действие/чувство). Однако стоит отметить универсальность данных ФЕ, так как, согласно анализу, удалось установить, что большинство фразеологических единиц могут быть направлены на потенциально любого человека (в зависимости от ситуации и жизненных обстоятельств говорящего) и могут быть использованы для выражения любви на любом её этапе развития.

Список литературы

1. *Кузнецов, С. А.* Большой толковый словарь русского языка / А. С. Кузнецов. – Санкт-Петербург: Норинт, 1998. – 1534 с.

2. *Кунин, А. В.* Курс фразеологии современного английского языка, уч. для ин-в и фак-в иностр. яз. / А. В. Кунин. – 2-е изд., перераб. – Москва: Высшая школа, Дубна, 1996. – 380 с.

3. Ожегов, С. И. Словарь русского языка 70000 слов / под ред. Н. Ю. Шведовой. – 27 изд., испр. – Москва: Русский Язык, 2000.

4. *Hornby, A. S.* Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English / A. S. Hornby. – Oxford: Oxford University Press, 1995. – 437 p.

Квашилава Т. З.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Фразеологические единицы с компонентом «хлеб» в немецком и русском языках

Фразеологизмы представляют собой устойчивые выражения, отражающие национально-культурные особенности языка. Одним из значимых компонентов фразеологических единиц является «хлеб» (Brot), который символизирует не только питание, но и достаток, трудолюбие и социальный статус. В немецком языке этот компонент встречается во множестве фразеологизмов, связанных с жизнью и трудом человека.

Как отмечает В. В. Виноградов, фразеологизмы формируют особую языковую картину мира, позволяя выявить особенности восприятия окружающей действительности (Виноградов, 1977).

Цель данного исследования – рассмотреть семантику и прагматику фразеологических единиц с компонентом «хлеб» в немецком и русском языках.

Объектом исследования являются фразеологизмы немецкого и русского языков, содержащие компонент «хлеб», а предметом – их семантические и культурные особенности.

Материалом исследования послужили данные из немецко-русских фразеологических словарей (Бинович, 1975), а также примеры из литературных и научных источников. Исследование опирается на методы сопоставительного анализа, компонентного анализа значений и лингвокультурологического подхода (Райхштейн, 1980).

В ходе исследования было отобрано 25 фразеологических единиц с компонентом «хлеб» в немецком языке и 20 – в русском.

Фразеологизмы с «хлеб» можно разделить на несколько семантических групп.

1. Фразеологизмы, связанные с обеспеченностью и трудом

Arbeit bringt Brot, Faulenzen Hungersnot ‘работа приносит хлеб, лень – голод’ – отражает немецкую трудовую этику, аналогично русскому «без труда не выловишь и рыбку из пруда».

Хлеб насущный – средство к существованию, необходимое для жизни человека.

Sein Brot mit Tränen essen ‘есть свой хлеб со слезами’ – испытывать трудности в жизни.

2. Фразеологизмы, выражающие зависимость и социальное положение

Jemandes Brot essen ‘есть чей-то хлеб’ – находиться в зависимости от кого-то (быть на чьем-то довольствии) аналогично русским эквавалентам *жить чужим хлебом, отбивать хлеб, лишить кого-то куска хлеба*.

Хлеб с маслом – жить в изобилии, *жить на хлебе и воде* – скромно и бедно существовать

Besser eigenes Brot als fremder Braten ‘лучше свой хлеб, чем чужое жаркое’ – лучше иметь меньше, но быть.

3. Фразеологизмы, подчеркивающие удачу или неудачу

Jemandem ist die Butter vom Brot gefallen ‘у кого-то масло упало с хлеба’ – человек потерял удачу, понес ущерб.

Горький хлеб – обозначение страдания, несчастья в жизни

Как в немецком, так и в русском языках хлеб является символом достатка и жизненной стабильности.

Некоторые немецкие выражения не имеют точного русского аналога, что подчеркивает различия в языковых картинах мира. Например, *wissen, auf welcher Seite das Brot gebuttert ist* ‘знать, с какой стороны намазан хлеб’ – означает осознание выгодного положения, но не имеет дословного перевода.

Исследование показало, что компонент «хлеб» в немецкой фразеологии связан с трудом, зависимостью и материальным положением человека. В русском языке он также передаёт идеи достатка, самостоятельности или нужды, но имеет больше значений, связанных с социальным положением.

Сопоставление с русскими фразеологизмами выявило сходства в семантике, но также и различия, обусловленные культурной спецификой.

В дальнейшем можно расширить исследование, включив в него анализ других гастрономических компонентов в немецкой фразеологии.

Список литературы

1. *Виноградов, В. В.* Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины / В. В. Виноградов. – Москва: Просвещение, 1977. – 312 с.

2. *Райхштейн, А. Д.* Сопоставительный анализ немецкой и русской фразеологии / А. Д. Райхштейн. – Москва: Высшая школа, 1980. – 143 с.

3. *Бинович, Л. Э., Гришин, Н. Н.* Немецко-русский фразеологический словарь / Л. Э. Бинович, Н. Н. Гришин. – Москва: Русский язык, 1975. – 656 с.

Ким Н. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности происхождения английских и русских антропонимов: сопоставительный аспект

Данная работа посвящена сопоставительному анализу этимологических особенностей антропонимов в английском и русском языках.

Актуальность исследования обусловлена интересом к проблеме детального изучения происхождения английских и русских антропонимов, а также необходимостью систематизации источников пополнения антропонимических систем изучаемых языков.

Объектом исследования являются английские и русские имена собственные, а именно: личные имена и фамилии.

Предмет исследования – особенности происхождения, а также источники пополнения антропонимической лексики английского и русского языков.

Цель исследования состоит в выявлении и описании интегральных и дифференциальных черт происхождения английских и русских антропонимов, а также путей пополнения антропонимических систем изучаемых языков.

Корпус эмпирического материала представлен 320 антропонимическими единицами (из них 160 – в английском языке и 160 – в русском языке), отобранными из антропонимических словарей: «Словарь русских фамилий» под редакцией В. А. Никонова (1993), «Словарь английских личных имен» (1989), «Словарь английских фамилий» (2000) под редакцией А. И. Рыбакина, «Современный словарь личных имен» под редакцией А. В. Суперанской (2005). Материал исследования включает в себя исконно английские и исконно русские антропонимы, а также заимствования из французского, немецкого, ирландского, шотландского, шведского, украинского, латинского и греческого языков.

Теоретической базой исследования послужили научные труды в области антропонимики Н. В. Подольской, А. В. Суперанской, Е. С. Отина, А. В. Сусловой, В. А. Никонова, В. Д. Бондалетова, Е. С. Сысоевой.

В настоящем исследовании под антропонимом понимается имя собственное, идентифицирующее человека или группу людей (Подольская 1978: 30).

В результате этимологического анализа антропонимических единиц были выделены следующие типы антропонимов:

− антропонимы, образованные от личных имен и их дериватов (39,7%): *Trisha* (f) – производное имя от *Patricia*, *Гордеев* – патронимическая фамилия от имени *Гордей*;

− антропонимы, указывающие на черты характера, духовные и душевные качества, поведение (16,3%): *Ernest* (m) – др.-вн. *ernust* ‘серьёзность, серьезный, строгий’, *Агафья* – др.-греч. *ἀγαθός* ‘добрая’;

− оттопонимные антропонимы (образованные от географических названий) (13,8%): имя *Adrian* (m) – лат. *Adrianus* ‘житель Адрии’, фамилия *Битюцкий* – житель местности близ реки *Битюг*;

− антропонимы, образованные от названий растений (6,3%): *Willow* (f) – англ. *willow* – ‘ива’, *Роза* – происходит от названия цветка;

− антропонимы, указывающие на внешний вид носителя, его физические качества (5,3%): *Astrid* (f) – др.-сканд. *Ásfriðr* ‘божественно красивая’, *Глафира* – др.-греч. *γλαφυρή* ‘изящная’;

− антропонимы, указывающие на род деятельности и происхождение (4,3%): фамилия *Hunter* – ср.-англ. *huntere* ‘охотник’, *Бондарь* – происходит от названия профессии;

− антропонимы, включающие в себя слово ‘бог’ или божественный эпитет (4,3%): *Богдан* – ‘данный Богом’;

− антропонимы, образованные от названий животных (2,5%): *Leon* (m) – др. -греч. *λέων* ‘лев’, *Леонид* – др.-греч. *λέωνίδας* ‘подобный льву’;

− антропонимы, образованные от названий драгоценных камней, металлов, минералов и минералоидов (2,5%): *Jade* (f) – англ. *jade* – ‘нефрит’, *Маргарита* – др.-греч. *μαργαρίτης* ‘жемчуг’;

− антропонимы, образованные от названий объектов неживой природы (1,9%): *Undine* (f) – лат. *unda* ‘волна’, *Стелла* – лат. *stella* ‘звезда’;

− антропонимы, образованные от абстрактных существительных (1,3%): *Zoe* (f) − др.-греч. *ζωή* ‘жизнь’;

− антропонимы, образованные от названия числительных (0,9%): *Una* (f) – лат. *una* ‘одна’, *Нонна* – лат. *nona* ‘девятая’;

− антропонимы, образованные от названий времен года и месяцев (0,9%): *April* (f) –англ. *april* ‘апрель’.

В ходе проведенного анализа личных имен было выявлено, что значительную часть имен составляют имена, вошедшие в английский и русский языки под влиянием христианства и представляют собой различные варианты библейских имен: *Andrew – Андрей*, *Joseph – Иосиф*, *Peter – Петр*, *Mary – Мария*, *Elizabeth – Елизавета* и. т.д. В традиции именования христиан библейские имена популярны и любимы. Библейские имена в значительной степени представлены в антропонимиконе любого языка. В христианском культурном пространстве они характеризуются моносемантичностью, т.е.

понятийное содержание и коннотация этих имен одинаково воспринимаются носителями разных языков (Сысоева 2016: 78).

Также следует отметить, что в английском языке преобладают личные имена из Ветхого Завета, тогда как в русском языке большинство составляют имена из Нового завета. Например, такие имена, как *Abraham, Isaac, Samuel, Rachel* и т.д., не имеют широкого распространения в русском языке, однако некоторые из них сохранились в форме образованных от этих имен фамилиях: *Абрамцев, Самойлов* и др.

В результате этимологического анализа фамилий русской антропонимической системы была установлена особенность, которая заключается в преобладании патронимов, образованных с помощью суффиксов *-ов, -ев, -ин*, реже – *-ич, -ович*: *Иванов, Сергеев, Яшин, Карпович*. Многие патронимические фамилии (фамилии, образованные от отчеств) можно ошибочно отнести к фамилиям, указывающим на характеристику или профессию носителя, к фамилиям, этимологически восходящим к названиям животных и т.п. Например, фамилия *Зайцев* представляет собой отчество от мужского личного имени *Заяц.* Таким образом, между фамилией и именем нарицательным «заяц» несколько ступеней: *заяц* > *Заяц* > *зайцев* (чей сын) > *Зайцев* (Никонов 1993: 205).

Такие фамилии как *Кузнецов, Железняков и Кравцов* являются отчествами от именования отца по занятию. *Беляев* является отчеством от русского мужского имени *Беляй*. Точное значение личное имя *Беляй* неизвестно. Согласно словарю В. А. Никонова, оно могло указывать на внешность носителя или иметь значение “обеленный”, т.е. свободный от податей.

Фамилиям, образованным от отчеств в русском языке, соответствуют патронимические и матронимические фамилии в английском языке. Такие фамилии образованы путем добавления к личному имени суффиксов *-son, -es: Johnson, Williams, Magson, Maddison*.

Гэльский префикс *Mc-,* древнеирландский префикс *O’-,* валлийские *Ap(p)- (Ab)* и *P-(B-)* и английский *Fitz-* (произошедший от старофранцузского и впоследствии среднеанглийского *Fiz-*) образуют, как правило, только патронимы: *McCracken, O’Riordan, Broderick, Fitzgerald.*

Изучение особенностей происхождения антропонимической лексики позволяет сделать вывод о том, что антропонимы делятся по образованию от имен нарицательных, прилагательных, числительных, географических названий, личных имен. Также результаты исследования показывают, что большая часть имен заимствована из других языков. Христианство оказало большое влияние на состав антропонимической лексики в английском и русском языке.

Список литературы

1. *Никонов, В. А.* Словарь русских фамилий / В. А. Никонов. – Москва: Школа-Пресс, 1993. – 224 с.

2. *Подольская, Н. В.* Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – Москва: Наука, 1978. – 199 с.

3. *Рыбакин, А. И.* Словарь английских личных имен / А. В. Рыбакин. – Москва: Русский язык, 1989. – 224 с.

4. *Рыбакин, А. И.* Словарь английских фамилий / А. В. Рыбакин. – Москва: ООО «Издательство Аст», 2000. – 576 с.

5. *Суперанская, А. В.* Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – Москва: Издательство ЛКИ, 2007. – 367 с.

6. *Суперанская, А. В.* Современный словарь личных имен / А. В. Суперанская. – Москва: Айрис-пресс, 2005. – 384 с.

7. *Суслова, А. В., Суперанская, А. В.* О русских именах / А. В. Суслова, А. В. Суперанская. – Изд. 2-е. –Лениздат, 1991. – 220 с.

8. *Сысоева, Е. С.* Оценочные антропонимы в английском языке и культуре. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. – 206 с.

9. *Elliott, K.* A Brief Introduction to the History of Names / K. Elliott. – URL: http://heraldry.sca.org/names/namehist.html/ (дата обращения: 26.12.2024).

Коваленко Е. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантика предлога unter в немецком языке

Семантика предлогов в любом языке представляет собой важный аспект, который отражает особенности мышления и культуры носителей языка.

В настоящей работе рассматривается немецкий предлог *unter,* который занимает особое место в системе остальных предлогов, благодаря своей специфике (Бондаренко, 2017; Брискина, 2017; Мальцева, 2004).

Актуальность данной темы обусловлена необходимостью более глубокого изучения предлогов как одних из ключевых элементов синтаксиса и семантики, которые играют важную роль в построении предложений и выражении отношений между объектами.

Объектом настоящего исследования является предлог *unter* в немецком языке, а его **предметом** – семантические особенности данного предлога.

Целью данной работы является выявление функциональных значений предлога *unter*.

Материалом для настоящего исследования послужили 200 примеров с предлогом *unter*, полученные из художественных произведений 16-ти немецкоязычных писателей Германии и Австрии (Г. Бёлль, Д. Энгель, Л. Фейхтвангер, К. Гир, Г. Грасс, Г. Гессе, З. Ленц, Г. Манн, Т. Манн, К. Майер, Д. Нолль, И. Нолль, Э.-М. Ремарк, П. Зюскинд, Х. Вольф и Ст. Цвейг) с их переводами на русский язык.

Как известно, предлог является служебной частью речи, которая не изменяется и используется в предложении для выражения различных формальных и смысловых отношений между предметами, явлениями и т.п.

Происхождение немецкого предлога *unter* восходит к древненемецкому слову *untar*, которое, в свою очередь, происходит от прагерманской

формы *under* (Брискина, 2017). Изначально это слово означало «среди» или «рядом», что близко по значению к современному английскому предлогу *among*, указывающему на расположение предмета среди трех и более объектов.

В современном немецком языке *unter* сохраняет связь с древними германскими корнями и имеет семантические параллели в других языках, включая английский (Брискина, 2017).

Предлоги обладают не только грамматическим, но и лексическим значением, которое проявляется в их сочетании с другими частями речи (Бондаренко, 2017). Предлог *unter* управляет двумя падежами – дательным и винительным, образуя соответствующие предложные группы, которые выражают различные типы семантических отношений.

1. Рассмотрим основные типы значений предложной группы «unter + дативный объект». Данная предложная группа указывает на:

1.1. Статичное положение или местонахождение кого-либо, чего-либо:

(1) *Die Versammlung unter freiem Himmel war ein Strafgericht.*

1.2. Падение (снижение) чего-либо ниже определенного уровня, ранга, рейтинга:

(2) *Das Quecksilber zeigte des Nachts zweiundzwanzig, auch sechsundzwanzig Grad unter Null.*

1.3. Период времени, в течение которого совершается определенное действие, процесс, событие:

(3) *Ich unterließ es, bedankte mich und bemerkte maliziös, dass Beate einen Freund hätte, der sie unter der Woche völlig in Beschlag lege.*

1.4. Условие, при котором осуществляется какое-либо действие или событие:

(4) *All diesen Verhältnissen wusste er sich zu entziehen, oft unter großen Opfern.*

1.5. Присутствие / наличие кого-либо / чего-либо среди множества одушевленных/неодушевленных предметов:

(5) *Und es gibt nichts Entsetzlicheres, als Alleinsein unter den Menschen.*

1.6. Образ действия:

(6) *Die Juden, in Nellys Erinnerung beinlos wegen ihrer langen Kaftane, gingen unter Lebensgefahr in ihre zerstörte Synagoge und holten ihre heiligen goldenen Schätze heraus.*

2. Рассмотрим основные типы значений предложной группы «unter + аккузативный объект»:

2.1. Направление движения или каузацию движения кого-либо, чего-либо к месту, расположенному ниже другого упомянутого места:

(7) *Wenn sich einer von der erblüsternen Verwandtschaft bei ihr meldete, empfing sie ihn nicht, selbst der liebenswürdigste Brief von der Familie flog unbeantwortet unter den Tisch.*

(8) *Das tut mir leid, sagte er, und, kaum hörbar, sehr leid, Siggi, und unwillkürlich griff er in die Tasche, zog zwei zerknitterte Zigaretten heraus, ein*

flaches Streichholzheft, warf alles schnell unter meine Matratze und sagte ausdruckslos: Das Rauchen auf den Zimmern ist verboten.

2.2. Обстоятельство, сопутствующее определенному действию:

(9) *Mit dem Versprechen, die Bilder noch am gleichen Tag „behängt, ja verhängt“ in sein Arbeitszimmer befördern zu lassen, wo eine neuerliche Jurysitzung sich noch einmal mit den Tervelschen Gemälden konfrontieren wollte, konnte Kirffel seine Frau halbwegs beruhigen, das Mittagessen unter Kichern der Kinder eingenommen werden.*

Итак, предлог *unter* в немецком языке сочетается как с дативным, так и с аккузативным объектом. Наиболее частотной предложной группой является группа «unter + дативный объект» (169 конструкций из 200). Низкую частотность обнаруживает предложная группа «unter + аккузативный объект» (31 конструкция из 200). Предложные группы с дативным и аккузативным объектами обнаруживают в немецком языке разнообразный набор значений (пространственные, временные, количественные и др.), среди них наиболее распространённым значением является пространственное.

Список литературы

1. *Бондаренко, Е. В., Ширлина, Е. Н.* Семантика немецких предлогов / Е. В. Бондаренко, Е. Н. Ширлина // Международный научно-исследовательский журнал. – 2017. – № 4 (58). – Ч. 2. – С. 18–20.

2. *Брискина, Е. В.* Лексико-семантические и синтаксические особенности предлогов и предложных групп в современном немецком языке / Е. В. Брискина // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – № 11-1 (77). – С. 91–94. – URL: www.gramota.net/materials/2/2017/11-1/17.html (дата обращения: 06.12.2024).

3. *Мальцева, О. Л.* Предлог как средство концептуализации пространственных отношений: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / О. Л. Мальцева. – Тверь, 2004. – 18 с.

Коляда А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Частотные зоонимы в структуре немецких и русских фразеологизмов и пословиц

Актуальность настоящего исследования обусловлена тем, что фразеология каждого языка отражает менталитет и традиции своего народа. Кроме того, сопоставительный анализ устойчивых единиц с анималистическим компонентом позволяет выявить культурные различия и сходства в концептуализации окружающего мира. Анималистические фразеологические и паремийные единицы (ФЕ и ПЕ) представляют собой важный аспект языка, отражая культурные особенности и мировосприятие народа (Козлова, 2003).

Цель работы состоит в сопоставительном изучении анималистических ФЕ и ПЕ, их семантических, структурных и функциональных особенностей.

Материалом для сопоставительного исследования послужили 250 анималистических ФЕ и ПЕ, отобранные из толковых и переводных словарей немецкого и русского языков

Частотность зоонимов в структуре исследуемых ФЕ и ПЕ немецкого и русского языков предоставляет ценную информацию о культурных и социолингвистических особенностях этих языков (Калита, 2016).

В структуре исследуемых немецких ФЕ и ПЕ чаще встречаются зоонимы Hund (17), Wolf (15) и Bär (15), а в русском языке– «волк» (29), «собака» (19) и «конь» (18).

В русском языке зооним «волк» представлен таким ФЕ и ПЕ: *волк в овечьей шкуре* (о лицемерном человеке) и *волка ноги кормят* (активность человека приносит *свои плоды*). В немецком языке отмечена аналогичная ФЕ *ein Wolf im Schafspelz* (волк в овечьей шкуре).

Среди ПЕ с зоонимом *Hund* выделяются пословицы, подчеркивающие суть дела / явления (*da liegt der Hase im Pfeffer*), негативно оценивающие поведение человека (*Hunde, die bellen, beißen nicht*).

Зооним *Katze / кошка* занимает второе место по частотности в немецком языке (16 ед.), напротив, в русском языке его частотность в разы меньше (8 ед.). Немецкие пословицы с зоонимом Katze акцентируют внимание на устоявшихся привычках и неизменном характере человека *Die Katze fällt immer wieder auf die Füße*, ср. аналогичную ПЕ в русском языке: *Он что, кошка: как ты его не брось, а он все на ноги становится*. Русская поговорка. *Знай, кошка, своё лукошко!* призывает адресата заниматься своим делом.

Немецкая пословица *Blutwenig, soviel die Katze auf dem Schwanz wegträgt* (досл. настолько мало, что кошка может унести это на хвосте) употребляется для обозначения малого количества чего-либо.

Зооним «*свинья*» встречается чаще в русских ФЕ и ПЕ (русс. – 14 ед., нем. – 10 ед.) и ассоциируется с нечистоплотностью, жадностью, плохим поведением человека: *Свинья грязь всегда найдет; Свинья не съест, не чавкая; пьяный как свинья*. Добавим, что в немецком языке также отмечены сходные ФЕ и ПЕ, ср.: *Besoffen wie ein Schwein* пьяный как свинья, букв. *Das Schwein fühlt sich im Dreck am wohlsten* досл. Свинья чувствует себя лучше всего в грязи.

Итак, различная частотность зоонимов в немецких и русских пословицах и фразеологизмах отражает общие ценности и стереотипы русского и немецкого народов, а также демонстрирует различия в их восприятии окружающего мира.

Список литературы

1. *Калита, И. В.* Очерки по компаративной фразеологии / И. В. Калита. – Москва: Дикси Пресс, 2016. – 176 с.

2. *Козлова, Т. В.* Семантика фразеологизмов с названиями животных в современном русском языке / Т. В. Козлова. – Москва: Изд-во Моск. ун-та, 2003. – 192 с.

Кравцова А. Ю.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантика лексических единиц, номинирующих внешнюю некрасоту в разговорном сегменте немецкого и русского языков

Настоящее исследование посвящено анализу семантики лексических единиц, номинирующих внешнюю некрасоту (далее ЛЕНВНК) в разговорном сегменте немецкого и русского языков.

Актуальность данного исследования обусловлена:

– возрастанием роли разговорной речи как формы существования языка;

– отсутствием комплексного и системного изучения семантики, структуры и функционирования ЛЕНВН в немецком языке;

– необходимостью разработки модели систематизированного описания функционально-семантической организации данного пласта лексики в разговорном сегменте немецкого языка.

Современный этап развития лингвистики характеризуется возрастающим интересом к проблематике изучения лексических единиц, номинирующих внешнюю некрасоту. Однако, несмотря на многогранность и многосторонность проведенных исследований, ЛЕНВНК в разноструктурных разговорных сегментах немецкого и русского языков исследуются впервые.

Объектом исследования являются лексические единицы, номинирующие внешнюю некрасоту человека в разговорном сегменте немецкого и русского языков, а предметом – их семантические особенности.

Цель данного исследования состоит в установлении общих и отличительных черт в семантики лексических единиц, образующих синонимические ряды и входящих в лексико-семантические поля репрезентации понятия «некрасота» в разговорном немецком и русском языках.

В соответствии с поставленной целью необходимо решить следующие задачи:

– проанализировать широкий спектр ЛЕНВНК в разговорном сегменте немецкого и русского языков;

– произвести тематическую классификацию ЛЕНВНК и определить продуктивность тематических групп;

– проанализировать семантические особенности данных лексических единиц.

Общий корпус проанализированных ЛЕНВНК составил 179 единиц (нем. – 89 ед.; русск. – 90 ед.).

Сопоставительный анализ ЛЕНВНК позволяет сделать следующие выводы:

1) Анализ семантики ЛЕНВНК предполагает оценку различных аспектов внешней непривлекательности, что позволяет выделить следующие тематические группы (далее ТГ): «Вес» (подгруппы (далее ПГ) «Избыток», «Недостаток»), «Лицо» (ПГ «Нос», «Губы», «Глаза», «Борода»), «Рост» (ПГ «Низкий», «Высокий»), «Волосы»; «Кожа».

2) Данные ТГ ЛЕНВНК рассматриваются в разговорном сегменте немецкого и русского языков и разделяются на 11 ПГ в каждом из сопоставляемых языков.

3) ТГ «Вес» (нем. – 48 ед.; русск. – 47 ед.) является самой продуктивной в разговорном сегменте сопоставляемых языков. Данная тематическая группа в обоих языках распадается на такие подгруппы как: **(**1) «Избыток» (нем. – 44 ед.; русск. – 34 ед.) и «Недостаток» (нем. – 4 ед.; русск. – 13 ед.), ср.: (1) нем. разг. *fett wie ein Schwein* ‘толстый как свинья’, русск. разг. *пузырь* ‘толстый человек’; (2) нем. разг. *dürr* ‘тощий’, русск. разг. *селедка* ‘худая девушка’.

Преобладание данной ТГ над всеми рассматриваемыми в обоих языках можно аргументировать тем, что телу человека и его физической форме отдается наибольший приоритет при оценке внешности.

4) Наименее продуктивной в русском языке является ТГ «Кожа» (нем. – 4 ед.; русск. – 4 ед.), в немецком языке данная ТГ занимает 4 место по продуктивности. К данной группе относятся слова, характеризующие качество, состояние, а также цвет кожи человека. Например: нем. разг. *faltig* ‘мятый, морщинистый’, нем. разг. *blass* ‘бледный’; русск. разг. с*метана* ‘бледная девушка’, русск. разг. пренебр. *негр* ‘загорелый/ смуглый человек’. Данная подгруппа является наименее продуктивной в русском языке, поскольку цвет кожи и ее качество являются независимыми характеристиками внешних черт человека, поэтому нельзя расценивать данный параметр, как определяющий.

5) ТГ «Лицо» (нем. – 29 ед.; русск. – 15 ед.) занимает второе место по продуктивности. Данная ТГ распадается на наибольшее количество подгрупп в разговорном сегменте обоих языков, а именно на такие подгруппы как: (3) «Лицо» (нем. – 11 ед.; русск. – 3 ед.), (4) «Нос» (нем. – 3 ед.; русск. – 4 ед.), (5) «Глаза» (нем. – 7 ед.; русск. – 2 ед.), (6) «Губы» (нем. – 4 ед.; русск. – 4 ед.), (7) «Борода» (нем. – 4 ед.; русск. – 2 ед.). Данные ПГ являются общими для обоих языков, что может быть обусловлено внимательностью носителей обоих языков к деталям. Например:

(3) нем. разг. *das Blaßgesicht* (букв. ‘бледное лицо’) ‘бледнолицый человек’, русск. разг. *конопатый* ‘человек с обилием веснушек’;

(4) нем. разг. *die Knolle* (букв. ‘клубень’) ‘нос картошкой’, русск. разг. *курносый* ‘человек с вздернутым носом’;

(5) нем. разг. *die Eule* (букв. ‘сова’) ‘большие круглые глаза’, русск. разг. *пучеглазый* ‘человек с выпуклыми глазами’;

(6) нем. разг. *die Hasenscharte* (букв. ‘заячья выемка’) ‘заячья губа’, русск. разг. *утка* ‘девушка с большими губами’;

(7) нем. разг. *der Bartel* (букв. ‘бородач’) ‘человек с бородой’, русск. разг. *бородач* ‘мужчина с длинной неухоженной бородой’.

6) ТГ «Рост» (нем. – 3 ед.; русск. – 15 ед.) является наименее продуктивной в немецком языке, в русском данная ТГ занимает третье место. Подобное численное преимущество ЛЕНВНК в русском языке над ЛЕНВНК в немецком языке может быть обусловлено толерантностью немцев и пониманием, что люди не могут повлиять на свой рост. Данная ТГ в обоих

языках распадается на следующие подгруппы: (8) «Низкий рост» (нем. – 2 ед.; русск. – 5 ед.) и (9) «Высокий рост» (нем. – 1 ед.; русск. – 10 ед.). Например:

(8) нем. разг. *der Dackel* (букв. ‘такса’) ‘коротконогий человек’, русск. разг. *карлик* ‘низкий человек’;

(9) нем. разг. *der Gorilla* (букв. ‘горилла’) ‘здоровенный охранник, громила’, русск. разг. *жираф* ‘высокий человек’, русск. разг. *шпала* ‘высокий худой человек’.

7) ТГ «Волосы» (нем. – 5 ед.; русск. – 9 ед.) является общей в сопоставляемых языках и не содержит дополнительных подгрупп. По продуктивности данная ТГ занимает третье место в немецком языке и четвертое место в русском. Стиль, длина, цвет волос могут сказать многое о человеке, а также повлиять на восприятие внешности в целом. Например: нем. разг. *Strähnig* ‘свисающий прядями, не расчесанный’, русск. разг. *патлатый* ‘человек с длинными неухоженными волосами’.

8) Вторичная номинация внешней некрасоты образуется в исследованных языках, в целом, по единым метафорическим моделям с использованием:

а) зоонимов (нем. – 16 ед., русск. – 15 ед.), например: нем. разг. *die Spitzmaus* (букв. ‘землеройка’) ‘женщина с худым вытянутым лицом’, русск. разг. *хомяк* ‘толстый человек с большими щеками’;

б) артефактов (нем. – 5 ед., русск. – 17 ед.), например: нем. разг. *die Bombe* (букв. ‘бомба’) ‘толстая грудастая женщина, русск. разг. *барабан* ‘толстый человек с большим животом’;

в) мифонимов (нем. – 4 ед.; русск. – 5 ед.), например: нем. разг. *der Nussknacker* (букв. ‘щелкающий орехи’) ‘щелкунчик’, русск. разг. *гном* ‘низкий человек’;

г) глютонимов (нем. – 6 ед., русск. – 3 ед.), например: нем. разг. *der Blutwurst* (букв. ‘кровяная колбаса’) ‘толстый человек, русск. разг. *пончик* ‘толстый человек’;

д) растений (нем. – 3 ед.), например: нем. разг. *die Blüte* (букв. ‘цветок’) ‘прыщ’;

е) топонимов (русск. – 1 ед.), например: русск. разг. *арктика* ‘лысина’.

9) Кроме того, в немецком языке был выявлен метонимический перенос, построенный по схеме: часть тела человека – наименование человека по данной части тела (нем. – 1 ед.), ср: нем. разг. *der Bartel* – ‘бородач’. Такая продуктивность обусловлена тем, что метонимический перенос строится по принципу реальной связи между предметами, в отличие от метафоры, для образования которой достаточно лишь примерной аналогии.

10) Модель поведения между человеком и животным, а также некоторые общие внешние черты позволяют проводить простые и быстрые аналогии, что может объяснить большое количество анималистических метафор. Обилие артефактов в повседневной жизни дает почву для построения артефактных метафор, что объясняет продуктивность данных метафорических моделей в русском языке.

Список литературы

1. *Девкин, В. Д.* Особенности немецкой разговорной речи / В. Д. Девкин. – Москва: Международные отношения, 1965. – 320 с.

2. *Коняшкин, А. А.* О соотношении понятий «разговорная речь» и «разговорный стиль» / А. А. Коняшкин // Вестник Хакасского государственного университета им. Н. Ф. Катанова – 2019. – № 29. – С. 50–55.

3. *Лаптева, О. А.* Разговорная речь / О. А. Лаптева // Лингвистический энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – Москва: Советская энциклопедия, 1990. – С. 407–408.

4. *Названова, И. А., Лозовой, А. Ю.* К проблеме номинации. Особенности современной эргонимии / И. А. Названова, А. Ю. Лозовой // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2013. – № 10 (147). – С. 1–6.

5. *Петрищева, Е. И.* Метафора и метонимия в сфере наименований терминов родства (на материале английской и немецкой разговорной лексики) / Е. И. Петрищева // Донецкие чтения 2016. Образование, наука и вызовы современности, 16–18 мая 2016 г.: материалы. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. – Т. 5. Филологические и философские науки. – С. 35–37.

Кузнецова А. В., Ветрова Э. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Неологизмы в текстах СМИ (на материале английского и русского языков)

На современном этапе общественного развития стремительный прогресс в научной и цифровой сферах, а также глобальные изменения в экономике, политике и культуре способствуют появлению новых реалий, требующих соответствующего языкового обозначения. Это, в свою очередь, ведёт к обогащению лексического состава языка (Kalugina, 2019).

В условиях глобального информационного пространства СМИ играют ключевую роль в распространении неологизмов, обеспечивая словесное оформление новых событий и явлений. Благодаря своей новизне, образности, оценочности и экспрессивности, неологизмы активно используются в медиатекстах, помогая привлечь внимание аудитории и усилить воздействие на читателя (Скороходова, 2016).

Актуальность исследования обусловлена повышенным вниманием современных лингвистов к неологизмам в связи с появлением новых реалий в условиях непрерывного развития общества, а также необходимостью фиксации, систематизации и разноаспектного описания данных номинаций на материале различных языков, в том числе и в сопоставительном аспекте.

Объектом исследования выступают неологизмы в русском и английском языках, предметом – их семантические особенности.

Цель работы состоит в сопоставительном изучении неологизмов в англо- и русскоязычных СМИ, выявлении сходств и различий в их семантике.

Материалом исследования послужили 265 неологизмов (136 в русском языке и 129 в английском языке), отобранных путем сплошной выборки из выпусков еженедельных англоязычных (Newsweek, The Week, The Guardian Weekly, The Times, USA Today) и русскоязычных (Аргументы и Факты, Российская Газета Неделя, Парламентская Газета, Комсомольская правда, Известия) печатных изданий за 2022-2024 гг.

Под неологизмом в данном исследовании понимается новое по форме и/или содержанию слово, которое возникает в определенный период развития языка, получает в нем распространение и воспринимается в данный период как новое большинством носителей языка.

По критерию новизны неологизмы в данном исследовании были объединены в три категории: 1) лексемы с новой формой и новым значением; 2) лексемы с новой формой, но старым значением; 3) лексемы со старой формой и новым значением (Котелова, 2015):

1) «Новая форма» (англ. 69 ЛЕ (53%), рус. 85 ЛЕ (62%) – лексемы, которые одновременно обладают оригинальной структурой и несут ранее не существовавшее значение: англ. *crowdfunding* (← ‘collective financing of projects on the Internet’); англ. *brexiter* (← ‘a person who supports the Brexit policy.’), англ. *tiktoker* (← ‘a person who creates content on TikTok’), англ. *fintech* (← ‘provision of financial services and services using innovative technologies’), англ. *stagflation* (← ‘a combination of economic stagnation and inflation’), англ. *crypto* (← ‘сокращённая форма Cryptocurrency’); рус. *зеленая энергетика* (← ‘производство энергии из экологически чисты источников’), рус. *инфоцыгане* (← ‘люди, продающие сомнительные обучающие курсы и тренинги’), рус. *дистант* (← ‘сокращённое название дистанционного обучения или работы’), рус. *релоканты* (← ‘люди, сменившие место жительства из-за экономических или политических обстоятельств’), рус. *импортозамещение* (← ‘замена иностранных товаров и технологий отечественными аналогами’), рус. *криптокошелек* (← ‘приложение или устройство для хранения криптовалюты’), рус. *эконика* (← ‘экономика, ориентированная на экологическую устойчивость’), рус. *социальный хаб* (← ‘место или платформа, объединяющая людей с общими интересами’).

2) «Новые форма и значение» (англ. 39 ЛЕ (30%), рус. 31 ЛЕ (23%) – случаи, когда новая лексическая единица закрепляет понятие, ранее выражавшееся иными средствами: англ. *doomscrolling* (← ‘the habit of enslessly scrolling through the news feed, especially negative ones’), англ. *permacrisis* (← ‘a state of constant crisis in which a person finds himself for a long time’), англ. *womenconomics* (← ‘economic initiatives aimed at enhancing the role of women’), англ. *wellness culture* (← ‘the concept of a culture aimed at improving health and well-being’), англ. *cancel culture* (← ‘the practice of publicly condemning and boycotting people for their views or actions.’), англ. *mansplaining* (← ‘a man's condescending explanation to a woman of what she already knows’), англ. *telehealth* (← ‘remote medicine and consultations via the Internet.’);

рус. *продакт* (← ‘менеджер по продукту в IT-сфере’), рус. *вакционодоза* (← ‘количество доз вакцины, необходимых для полной иммунизации’), рус. *санкциофобия* (← ‘страх перед введением экономических санкций’), рус. *кибератака* (← ‘попытка несанкционированного вмешательства в компьютерные сети или системы’), рус. *цифровая экосистема* (← ‘совокупность цифровых сервисов и технологий, объединённых в единую систему’), рус. *гибридизация* (← ‘процесс сочетания разных стратегий, в войне или политике)’), рус. *спецоперация* (← ‘специальная военная операция, имеющая стратегические цели’).

3) «Старая форма и новые значения» (англ. 21 ЛЕ (17%), рус. 20 ЛЕ (15%) – существующее слово приобретает дополнительное или изменённое значение: англ. *cloud* (1. ‘atmospheric phenomenon’; 2. ‘cloud data storage’); англ. *lockdown* (1. ‘isolation in places of detention, strict security regime’; 2. ‘the regime of strict restrictions during the pandemic, previously isolation in places of detention’), англ. *soft power* (‘political influence without military methods’; ‘political influence is through culture and diplomacy, not military methods’), англ. *work-life balance* (1. ‘work–life balance used to be a general term’; 2. ‘the focus is on mental health and the fight against professional burnout’), англ. *sanctions regime* (1. ‘a system of sanctions applied to individuals or organizations’; 2. ‘the system of sanctions imposed on the country’); рус. *адаптивки* (1. ‘адаптивные элементы, которые относились к технологиям и медицине’. 2. ‘вещи, которые делает или применяет женщина, навязанные обществом’), рус. *цербер* (1. ‘мифическое существо, трехглавый пес, охраняющий вход в подземный мир’; 2. ‘новое название для особо заразного штамма COVID-19’), рус. *красная зона* (1. ‘термин, использовавшийся в военной сфере’; 2. ‘территория с критическим уровнем заболеваемости’), рус. *хайп* (1. ‘ажиотаж, шумиха’; 2. ‘стратегия привлечения внимания в интернете с помощью искусственного ажиотажа, скандалов и вирусного контента’), рус. *интеллектуальная собственность* (1. ‘авторские права, патенты, товарные знаки’; 2. ‘в современных реалиях расширенный термин, включающий цифровые активы, NFT и другие современные формы собственности’).

В результате анализа, можно сделать вывод, что данные категории и их количественные данные демонстрируют в русском языке неологизмы категории «Новая форма» 85 ЛЕ (62%), в то время как в английском языке этот показатель составляет 69 ЛЕ (53%). Это указывает на высокую продуктивность словообразовательных моделей в русском языке, особенно в контексте новых экономических реалий и изменений в политической риторике. Категория «Новые форма и значение» занимает 31 ЛЕ (23%) в русском языке и 39 ЛЕ (30%) в английском, что подтверждает активное формирование новых единиц в английском, отражающих концептуальные изменения в восприятии социальных и политических процессов. Доля неологизмов категории «Старая форма и новые значения» составляет 20 ЛЕ (15%) в русском и 21 ЛЕ (17%) в английском языках. Это свидетельствует о схожих тенденциях семантической деривации, когда существующие слова

получают новые значения в ответ на глобальные вызовы и социальные трансформации.

Количественные данные подтверждают, что процесс неологизации в русском и английском языках развивается схожими темпами, но с некоторыми различиями в продуктивности словообразовательных моделей. Наиболее активно новые слова формируются в русском языке, что связано с адаптацией лексики к политико-экономическим изменениям. В то же время английский язык демонстрирует большую долю новых значений существующих слов, что отражает его гибкость в интеграции новых смыслов.

Список литературы

1. *Котелова, Н. З.* Избранные работы / Н. З. Котелова. – Санкт-Петербург: Нестор-История, 2015. – 276 с.

2. *Скороходова, Е. Ю., Щеголева, М. М.* Роль и употребление неологизмов в современных СМИ / Е. Ю. Скороходова, М. М. Щеголева. – URL.: https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-upotreblenie-neologizmov-v-sovremennyh-smi (дата обращения: 23.02.2025).

3. *Kalugina, O. A*. Peculiarities of using creative neologisms in publicistic texts / O. A. Kalugina, D. G. Vasbieva, R. A. Valeeva, E. V. Maystrovich, O. V. Pashanova. – URL.: https://dspace.kpfu.ru/xmlui/handle/net/155957 (дата обращения: 22.02.2025).

Курило И. Д.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

О медицинских терминах в английском и русском языках

Медицинская терминология представляет собой сложную и структурированную систему специальных языковых единиц, служащих для обозначения различных аспектов медицины, таких как анатомия, физиология, патологии, методы диагностики и лечения. Формирование медицинской терминологии происходило еще в античности, первые медицинские термины можно найти в трудах Гиппократа, Галена, Цельса. Например, анатомия, диагноз, прогноз, терапия, эпидемия, симптом, флеботомия, галеновы препараты, цельсовы термины.

Объектом исследования является медицинская терминология английского и русского языков, предметом – префиксальные и суффиксальные модели терминообразования. Материалом исследования послужили 294 медицинских термина, из них – 191 на английском языке и 103 на русском.

Медицинские термины, традиционно образуются с помощью греко-латинских терминоэлементов, поскольку они обладают универсальностью использования и интернациональностью (Комиссаров 1990: 53).

Префикс – это терминообразующий элемент с левосторонней дистрибуцией. Латинские префиксы: ante-, contra-, de-, dis-, ex- in-. Греческие:

an-, anti-, dia-, dys-, exo, en-, syn-, hypo-. В русском языке анти, контра-, де-, эк-, ди-, ан-, диа-, экзо-, эндо-, син-, ди-, дис.

англ.: *anteflexion* (‘изгиб вперед’), *contralateral* (‘на противоположной стороне’), *deformation* (‘изменение формы’), *dislocation* (‘смещение’), *dysfunction* (‘нарушение функции’), *excision* (‘вырезание’), *infection* (‘заражение’), *anemia* (‘отсутствие крови’), *antiseptic* (‘противогнилостный’), *diagnosis* (‘распознавание болезни’), *diathermy* (‘глубокий прогрев тканей’), *encephalitis* (‘воспаление головного мозга’), *synapse* (‘место соединения нейронов’), *hypotension* (‘пониженное давление’).

русск.: *антиверсия, контралатеральный, дегидратация, дислокация, эксцизия, инфекция, анемия, диагноз, диспепсия, экзофтальм, синапс, гипотензия* (Скляревская 2007: 39).

Префиксы придают терминам новое значение: ante- (находящийся под чем-либо), contra- (противоположность), de- (отделение, удаление), dis- (разделение), ex- (удаление, извлечение), in- (расположение внутри). an- (отсутствие), anti- (противоположность), dia- (между), dys- (расстройство), exo- (науржный), en- (внутри), syn- (соединенное), hypo- (слабо выраженный, недостаточный). Например, префиксы, указывающие на местоположение:

англ.: *ante-: antepartum, anteflexion; in-: infusion, inhalation.*

русск.: *анте-: антенатальный, антефлексия; ин-: инфузия, ингаляция.*

Обозначающие противоположность и противодействие contra-, anti-/контра-, анти-:

англ.: *Contra-: contralateral, contraflow; anti-: antibiotic, antihistamine.*

русск.*: контра-: контралатеральный; анти- антибиотик.*

Обозначающие отделение, удаление de-, ex-/де-, эк-, ди-:

англ.: *de-: debridement; dis-: disinfection; ex-: exfoliation.*

русск.: *де-: дезинтоксикация; эк-: эксфолиация; ди-: дизимпакция.*

Префиксы со значением отрицания или отсутствия an-/ан-:

англ.: *anemia, anorexia, anosmia, aplasia.*

русск.: *анемия, анорексия, апатия, аносмия, аплазия.*

Префиксы, обозначающие пространственное отношение в организме dia-, exo-/диа-, экзо-, эндо-, син-:

англ.: *dia-: dialysis, diaphragm; exp: exocrine, endocrine.*

русск.: *диа-: диализ, диафрагма; экзо-/эндо-: экзокринный; син-: синапс.*

Префиксы со значением расстройств или нарушений dys-/ ди-, дис-:

англ.: *dysfunction, dyspnea, dysphagia, dysmenorrhea, dysplasia.*

русск.: *ди-, дис-: дисфункция, диспноэ, дисфагия, дисменорея.*

Префиксы, обозначающие соединение или совместность syn-/син:

англ.: *syndrome, synapse, synthesis, synergism, synostosis.*

русск.: *синдром, синапс, синтез, синергизм, синостоз.*

Префиксы, обозначающие слабую выраженность или недостаточность hypo-/гипо-

англ.: *hypotension, hypoglycemia, hypothyroidism, hypoxia, hypoplasia.*

русск.: *гипотония, гипогликемия, гипотиреоз, гипоксия, гипоплазия.*

Во многих случаях термины с латинскими префиксами имеют значение местоположения, отделения, удаления, а греческие выражают отсутствие, соединение, совместимость, недостаточность. Значение противоположности имеют медицинские термины как с латинскими, так и с греческими префиксами.

Суффикс – терминообразующий элемент с правосторонней дистрибуцией. Латинские суффиксы: -ity, -ment, -ur, -io, -or. Греческие: -men, -itis, -osis, -oma. Например: англ.: *elasticity* (‘эластичность’), *segment* (‘участок’), *rupture* (‘разрыв’), *digestion* (‘переваривание’), *motor* (‘двигатель’), *specimen* (‘результат исследования’), *gastritis* (‘воспаление желудка’), *neurosis* (‘нервное расстройство’), *carcinoma* (‘злокачественная опухоль’).

Греческие и латинские суффиксы используются в русском языке не всегда из-за исторического влияния. Для удобства произношения и понимания термины часто адаптируются или заменяются русскими аналогами. Не все греческие и латинские суффиксы точно передают нужное значение в русском контексте и потому некоторые термины устоялись в оригинальной форме, а другие были переведены или упрощены. Например: русск.: *деформация, контрактура, гипертензия, образование, температура, инфекция, доктор, скальпель, термометр, лекарство, гастрит, сколиоз, глиома* (Скляревская 2007: 55).

Как и префиксы суффиксы придают терминам не только особое значение, но и переволят термины из одного класса частей речи в другой: -iti (качество, свойство), -ment (состояние, положение), -ur (резуьтат действия), -io (действие), -or (производитель действия), -men (результат), -itis (воспаление), -osis (отказ), -oma (опухоль). В русском языке: -ость, -н-/-ен-, -а, -ция, -ие, -тель, -ор, -ение, -ит, -оз, -ома.

Например, суффиксы, обозначающие качество, свойство -ity/-ость: англ.: *elasticity, mobility, celerity, sanity;* русск.: *эластичность, подвижность.*

Суффиксы, обозначающие объект, состояние, положение -ment/-ен-, -ость: англ.: *segment, ligament, filament, medicament, document;* русск.: *-ен-: увеличение, смещение; -ость: подвижность, жесткость.*

Результат действия -ur/-ция: англ.: *rupture, structure, fissure, flexure;* русск.: *-ация: ампутация, перфорация*.

Действие -tion/-ен-/-н-: англ.: *composition, digestion, operation;* русск.: *составление, переваривание.*

Производитель действия -or/-тель, -ор: англ.: *dolor, motor, tumor, doctor, animator;* русск.: *-тель: двигатель, возбудитель; -ор: тремор, резектор.*

Искусственное действие, процесс течения заболевания, выздоровления, лечения: -ment/-ен-: англ.: *treatment, improvement;* русск.: *заживление, обострение, воспаление.*

Воспаление -itis/-ит: англ.: *gastritis, arthritis, tonsillitis, bronchitis, dermatitis;* русск.: *гастрит, артрит, бронхит, дерматит.*

Отказ систем организма или патологическое состояние -osis/-оз-: англ.: *neurosis, psychosis, osteoporosis, sclerosis*; русск.: *невроз, психоз, остеопороз, склероз, цирроз, микоз.*

Опухоль -oma/-ома-: англ.: *fibroma, carcinoma, lymphoma;* русск.: *фиброма, карцинома, лимфома.*

Термины сохраняют своё значение в течение длительного времени, обеспечивая преемственность знаний и позволяя специалистам из разных поколений понимать друг друга. Хотя некоторые термины могут выходить из употребления в связи с развитием науки, их основные принципы образования остаются неизменными (Семенова 2010: 77).

Медицинская терминология английского и русского языков имеет единые корни, что обеспечивает её интернациональный характер. Грамотное использование и интерпретация медицинских терминов требует понимания как их лингвистической природы, так и контекста применения, что особенно важно в медицинской практике и научной среде.

Список литературы

1. *Комиссаров, В. Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – Москва: Высшая школа, 1990. – 253 с.

2. *Семенова, Н. Н.* Медицинская терминология в русском языке: заимствования и стандартизация / Н. Н. Семенова. – Москва: Наука, 2010. – 218 с.

3. *Скляревская, Г. Н.* Толковый словарь русского языка начала XXI века / Г. Н. Скляревская. – Москва: Эксмо, 2007. – 783 с.

Лабецкая М. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Глаголы приёма пищи и жидкости в немецком, английском и русском языках

Глагол является наиболее значимой и содержательной грамматической категорией (Виноградов, 1972). Обычно он играет ключевую роль в семантической структуре предложения. Одним из приоритетных направлений современной лингвистики немецкого, английского и русского языков остается исследование специфики функционирования этих лексических единиц. Особое внимание при этом уделяется изучению функциональных особенностей глагола в контексте семантических полей или лексико-семантических групп.

Актуальность темы исследования определяется недостаточной изученностью лексико-семантической группы глаголов потребления пищи и жидкости. классификациях глагольных форм. Существует не так много работ, в которых исследуется семантика глаголов, обозначающих вкусовое восприятие. В частности, этой проблемой в немецком, русском и английском языках занимались Е. В. Падучева, Ю. Д. Апресян и Е. В. Беланович соответственно (Апресян, 2009; Беланович, 2017; Падучева, 2009). Изучение глаголов, связанных с приемом пищи, играет важную роль как для изучающих иностранные языки, так и для исследователей. Еда – это не только биологическая потребность, но и культурный феномен, отражающий

традиции, повседневные привычки и социальные нормы общества. Анализ глаголов, обозначающих прием пищи, помогает глубже понять семантические особенности английского, немецкого и русского языков и культурные различия в восприятии еды.

Целью настоящего исследования является установление основных семантических групп глаголов; проведение сопоставительного и количественного анализа глаголов.

Материалом исследования послужили глаголы, отобранные путем сплошной выборки из «Большого толкового словаря» (Кузнецов, 2014), электронных словарей Duden и Oxford English Dictionary. В выборку вошли 85 немецких, 89 русских и 91 английских глаголов, сгруппированных по их семантическим характеристикам.

Ввиду разнородности данной группы глаголов ее классификация представляет определенные трудности. Эти трудности объясняются, в частности, многообразием связей с целым рядом других соприкасающихся семантических групп глаголов.

В ходе сопоставительного исследования глаголов выявлены следующие семантические подгруппы:

1. Глаголы, обозначающие принятие твердой пищи. Данная подгруппа является наиболее продуктивной во всех трех языках (англ. – 34, нем. – 31, рус. – 36), так как включает базовые глаголы, обозначающие процесс еды. Например, англ. *eat* ‘есть’, нем. *essen* ‘есть’, рус. *есть*; англ. *tuck into* ‘есть много с аппетитом’, нем. *spachteln* ‘есть с большим аппетитом’, рус. *трескать* ‘съедать много с аппетитом, жадностью’.

2. Глаголы, обозначающие принятие жидкости. Данная подгруппа глаголов насчитывает в английском языке 19 глаголов, в русском – 20, в немецком – 25. Например, англ. *drink* ‘пить’, нем. *trinken* ‘пить’, рус. *пить*; англ. *sip* ‘пить маленькими глотками, потягивать’, нем. *nippen* ‘пить маленькими глотками’, рус. *потягивать* ‘неторопливо время от времени отпивать’.

3. Глаголы, обозначающие звуки, издаваемые при приеме пищи и жидкости. Глаголы могут описывать звуки, издаваемые потребителем пищи, или непосредственно пищей и жидкостью. Например, англ. hiccup ‘икать’, нем. *hicksen* ‘икать’, рус. *икать*; англ. *crunch* ‘громко жевать твёрдую еду зубами или издавать звук, как будто что-то ломается или раздавливается’, нем. *knirschen* ‘издавать резкий, скрежещущий звук’, рус. *хрустеть* ‘производить сухие резкие звуки во время еды, издавать звук’. Данный тип глаголов является наименее продуктивным в каждой из языковых групп (англ. – 17, нем. – 15, рус. – 16), что свидетельствует о меньшей значимости данной характеристики в языковом осмыслении процесса еды.

4. Глаголы, обозначающие испытываемые эмоции и чувства при приеме пищи и жидкости. Эта подгруппа включает глаголы, передающие отношение к процессу еды и напиткам, а также чувства и эмоции, испытываемые потребителем до, во время и после процесса потребления пищи, и насчитывает в английском языке 21 глаголов, в русском – 18, в немецком – 18. Например,

англ. *savor* ‘наслаждаться вкусом или запахом чего-то, особенно при медленном потреблении пищи или жидкости’, нем. *genießen* ‘наслаждаться, вкушать’, рус. *смаковать.*

В ходе сопоставительного анализа выявлены глаголы, не имеющие прямых эквивалентов в других языках. Так, в английском языке существует глагол *shotgun* ‘выпить алкогольный напиток из банки очень быстро, сделав отверстие в банки, приложив рот к отверстию, а затем, открыв банку сверху’, который не имеет точного аналога ни в русском, ни в немецком языках. В немецком языке есть глагол löffeln ‘есть ложкой’, но он не имеет однозначного соответствия в английском и русском. В русском языке глагол *чаевничать*, описывающий процесс неспешного чаепития, также не имеет прямого эквивалента в английском и немецком.

Данное явление обусловлено тем, что языки развиваются в соответствии с культурными и социальными особенностями носителей. В разных обществах существуют различные ритуалы, привычки и практики, которые закрепляются в языке, порождая специфическую лексику.

Сопоставительный анализ глаголов, обозначающих потребление пищи и жидкости в английском, немецком и русском языках, показал как общие закономерности, так и значительные различия в их семантике. Различия в лексическом составе объясняются не только историко-культурными факторами, но и различными социальными практиками, закрепленными в языке. Таким образом, исследование глаголов, связанных с приемом пищи, не только способствует более глубокому пониманию семантических процессов в английском, немецком и русском языках, но и позволяет выявить культурные различия в их восприятии, что имеет значение как для лингвистики, так и для межкультурной коммуникации.

Список литературы

1. *Апресян, Ю. Д.* Исследования по семантике и лексикографии / Ю. Д. Апресян. – Москва: Языки славянских культур, 2009. – Т. 1: Парадигматика. – 568 с.

2. *Беланович, Е. В.* Вариативное отражение сложной денотативной области в структуре английского предложения / Е. В. Беланович. – Минск, 2017. – 172 с.

3. Большой толковый словарь русского языка / под ред. С. А. Кузнецова. – Санкт-Петербург: Норинт, 2000. – 1536 с.

4. *Виноградов, В. В.* Русский язык. Грамматическое учение о слове: учеб. пособие / В. В. Виноградов. – 2-е изд. – Москва, Ленинград: Гос. учеб.-пед. изд-во, 1947. – 783 с.

5. *Падучева, Е. В.* Динамические модели в семантике и лексике / Е. В. Падучева. – Москва: Языки славянских культур, 2009. – 608 с.

6. DDR: Duden. Die deutsche Rechtschreibung. – URL: https://www.duden.de (дата обращения: 19.02.2025).

7. Oxford English Dictionary. – URL: https://www.oed.com/ (дата обращения: 19.02.2025).

Луценко А. И., Ветрова Э. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лексические заимствования в текстах СМИ (на материале английского и русского языков)

Данная работа посвящена сопоставительному анализу лексических заимствований в англо- и русскоязычных СМИ.

Актуальность исследования обусловлена повышенным интересом современных лингвистов к проблеме заимствований в связи с постоянным расширением межнациональных и межкультурных контактов во всех сферах общественной жизни. Ярким показателем социальных перемен является язык СМИ, отражающий динамику языковых процессов.

Объект исследования – лексические заимствования в английском и русском языках, предмет – особенности их функционирования в англо- и русскоязычных СМИ.

Цель исследования – изучить лексические заимствования в английском и русском языках, выявить сходства и различия в их семантике и особенностях употребления в текстах СМИ.

Под лексическими заимствованиями в данной работе подразумеваются лексические элементы, перемещенные из лексической системы одного языка в лексическую систему другого языка» (Ахманова, 2004; Крысин, 2004).

В результате анализа выделены следующие лексико-семантические группы заимствований (ЛСГ):

1. ЛСГ «Информационные технологии»: *зум, антивирус, интерфейс, пауэр-банк, скриншот; adapter, pulse, code, optical disc, call.*

2 ЛСГ «Экономика»: *дилер, менеджер, кросс-курс, клиринг, фьючерс, inflation, engineering, marginal, recession, import, export.*

3. ЛСГ «Политика»: *импичмент*, *саммит, праймериз, денуклеаризация*, *имидж*, *alibi, veto, regime, bourgeois, revolution.*

4. ЛСГ «Спорт»: *тайм, голкипер, корт, плей-офф, форвард, tennis, cricket.*

5. ЛСГ «Культура»: *камбэк, чарт, интертеймент, хит-сонг, питчинг, nomination, madonna, fresco, model, miniature.*

6. ЛСГ «Наука»: *риформинг, дисперсоид, резист, спилловер, physics, thema.*

Установлено, что в английском языке наиболее многочисленными являются ЛСГ «Информационные технологии» (48%), «Экономика» (20%) и «Политика» (20%), тогда как в русском языке – ЛСГ «Спорт» (26%), «Информационные технологии» (22%) и «Наука» (20%).

По способу адаптации иноязычного слова в сопоставляемых языках выделяются следующие группы заимствований: 1) прямые заимствования: *тинейджер, браузер, голкипер, boutique, madonna* – слово используется в исходном языке в том же виде и значении, что и в языке-оригинале; 2) гибриды: *лайкать* (от *like*), *бустить* (от *boost*), *multicolour* – слова, образованные присоединением к иноязычному корню исконных суффикса,

приставки, окончания; 3) кальки: *хардовый*, *денуклеаризация, five-year-plan* – заимствования, используемые с сохранением их фонетического и графического облика; 4) полукальки: *драйв-драйва; to drive – ‘водить машиной; кешем, кеш; cash – наличные деньги; criee sale – аукционная распродажа* – слова, возникшие путем буквального перевода части иноязычной языковой единицы с сохранением оставшейся части; 5) экзотизмы: *лорд*, *хот-дог, kimono* – слова, называющие национальные реалии; 6) композиты: *гран-при, ноу-хау*, *хит-сонг* – слова, состоящие из двух компонентов); 7) жаргонизмы: *апгрейдить* – от *upgrade* ‘обновляться’ – слова, имеющие ограниченную сферу употребления; 8) иноязычные вкрапления: *вау – Wow!; Mon chéri-мой дорогой* – слова, придающие речи особую экспрессию.

При семантической адаптации иноязычные слова подвергаются различным семантическим процессам: метафорическим и метонимическим переносам, семантическим сдвигам и др. Так, в русском языке заимствованные слова: *блэк-аут, ваучер, трафик, трейдер, форвард, буккер, фаст-фуд, кастинг, пионер* имеют более широкую семантику по сравнению с языком-источником: напр., слово *фаст-фуд* изначально называло иноязычную реалию – еду, продаваемую в сети ресторанов «Макдоналдс», и широко использовалось в молодежной среде: *Многие из нас ходят в зал, правда, на обратном пути заглядывают в любимый фаст-фуд*. Позже данная лексема расширила свое значение и стала употребляться по отношению к любому виду быстрого питания: *чизбургеры, гамбургеры*, *чикен-магнакенс* и т.д., а в дальнейшем приобрела еще одно значение, которое еще не фиксируется современными словарями – ‘вредная, жирная, калорийная еда’: *Так что советую забыть про фаст-фуд*.

В английском языке фиксируются французские заимствования, которые приобрели новые значения. Напр., слово *négliger* во французском языке означает ‘пренебрегать’, в то время как в английском языке оно приобрело новое значение ‘пеньюар’: *You'll feel better when you get home and have a good bath, and put on the blue negligee*; *matinée* во французском языке означает ‘утро’, в английском – ‘дневной спектакль’: *When she had no matinee Julia went to bed for a couple of hours in the afternoon…*; английский глагол *to touch* – ‘прикасаться’: *Don’t touch me!* произошел от французского глагола *touché*, что означает ‘получить ранение’.

К распространенным в обоих языках явлениям относится сужение семантической структуры заимствований. В русском языке примерами могут служить лексемы: *андеграунд, апгрейд, апойнтмент, аутфит, анимация, баксы, баунти, билборд, вердикт, гринкард, грум, джокер, инсайд, ноутбук* и др. Например, в языке-реципиенте лексема *ноутбук* имеет только одно значение – портативный компьютер. В английском языке прототип *notebook* имеет более широкую семантическую структуру, обозначая ‘блокнот’, ‘тетрадь’, ‘портативный компьютер’).

Процесс метафоризации характерен для лексических заимствований обоих языков, являясь одним из основных показателей полного усвоения иноязычного слова в речи и языке. Так, например, заимствование *ментор*

(от англ. *mentor* ‘наставник’, ‘воспитатель’), хотя и закрепилось в данном значении в русском языке, но чаще употребляется в речи метафорически: «нравоучительный зануда, педант». Англицизм *коучинг* (от англ. *coaching* ‘наставничество’) имеет несколько значений: 1) ‘тренировать, заниматься репетиторством, готовить к чему-либо’; 2) *коучинг* (от англ. *coach* ‘карета’) – способ доставки человека туда, где он хочет быть, т.е. новая стратегия работы с человеком, помощь в постановке новых целей, выходящих за рамки привычного восприятия действительности.

Заимствованные лексические единицы в англо- и русскоязычных медиатекстах выполняют ряд функций: 1) номинативная – характерна преимущественно для имен существительных, содержащих сведения о называемом предмете *(vaccine, стартап): Covid-19 is still a major threat for developing countries with little access to vaccines; Сегодня стартапы считаются одним из основных индикаторов развития экономики*; 2) интегрирующая – характерна для заимствований-интернационализмов, которые выступают средством межкультурного общения (*донор, project):* К *счастью, появился подходящий донор; water, sanitation and hygiene (WASH) projects*)); 3) функция компрессии текста: лаконичные лексические единицы могут заменять более объемный исконный описательный оборот (*malnutrition*, *воркаут): Britain’s funding for malnutrition programmes could be cut from £122m to just £26m*; *Уличный воркаут интересен как пример молодёжного спортивного сообщества*; 4) экспрессивно-стилистическая (*announce, бум*): *Dominic Raab announced the UK’s aid spending in April*; *Город в то время был популярен и переживал строительный бум*; 5) оценочная (эмотивная). Заимствование может быть более эмоциональным и экспрессивным, чем исконное слово. Напр.: *экшн* – слово дублирует лексемы: *адаптированный* (акция) и *исконный* (поступок), демонстрируя отрицательное отношение говорящего к теме беседы: *– Им не за это платят, чтоб они понимали, им платят за поступок, за акцию; – За экшн*; 6) воздействующая – характерна для заимствований, которые воздействуют на эмоциональное состояние аудитории, формируют общественное мнение, демонстрируют отношение автора к поднимаемой проблеме (*severe, хейтерский)*: *Countries which face severe famines in some areas*; *хейтерский* (от англ. *hater* –'ненавистник'): *Обязательно найдутся и тролли, и люди, которые будут произвоить такие хейтерские высказывания*; 7) функция маркирования культурной идентичности (*tropical diseases – …improve water and sanitation to tackle neglected tropical diseases* – понятие описывает африканские реалии); 8) функция ориентации на языковую моду – *спич* (от англ. *speech* ‘речь’): *Я тут приготовил маленький спич*; *boutique* (от франц. ‘небольшой узкоспециализированный магазин с ограниченным кругом клиентов’): *Some very nice restaurants and boutiques have opened recently*.

Таким образом, заимствования являются ярким показателем языковой динамики и эффективным инструментом межкультурного взаимодействия. В текстах СМИ заимствования реализуют различные функции, усиливая степень воздействия на адресата.

Список литературы

1. *Крысин, Л. П.* Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике / Л. П. Крысин. – Москва: Языки славянской культуры. – 2004. – 888 с.

2. Словарь лингвистических терминов / под ред. О. С. Ахмановой. – Изд. 2-е, стер. – Москва: Едиториал УРСС, 2004. – 576 с.

Мамонова А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Косвенные речевые акты извинения в английском и русском языках (на основе произведений художественной литературы)

Данное исследование посвящено изучению речевых средств реализации косвенных извинений в английском и русском языках на материале художественных произведений XIX-XX вв.

Актуальность исследования обусловлена повышенным интересом современных лингвистов к механизмам эффективного речевого общения в различных лингвокультурах, в частности к речевым актам, обеспечивающим поддержание гармонии в межкультурном взаимодействии и достижение коммуникативного успеха.

Цель исследования – определить особенности реализации косвенных речевых актов извинения в англоязычной и русской художественной литературе, выявить сходства и различия.

Речевой акт (РА) – минимальная единица речевой деятельности, обычно представленная простым предложением. Согласно Н. А. Трофимовой, речевой акт извинения в современной лингвистике является попыткой восстановить коммуникативное равновесие и вернуться к положению дел, существовавшему до совершения малефактивного действия (негативного проступка) (Трофимова 2008: 37).

В рамках теории РА различают прямой и косвенный типы РА. Традиционно в области прагматики косвенные РА рассматриваются как «более вежливые», что восходит к трактовке вежливости Браун и Левинсоном, которые связывают прямые РА со срочностью и отсутствием должного внимания к собеседнику (Brown 1987: 132).

В отличие от других культур, в частности русской культуры, где косвенные извинения могут восприниматься негативно – как попытка избежать ответственности, в англоязычной культуре они достаточно распространены, что обусловлено ориентацией англоязычной.

По цели высказывания косвенные речевые акты извинения в английском и русском языках можно объединить в следующие группы:

− признание вины (*It is my fault, виноват, каюсь*):

“It is my fault if it be not done already”;

«Я признаю себя виноватым, но только лишь в одном самоуправстве.»

− выражение сожаления, раскаяния в содеянном (*I’m sorry, я сожалею*)

“I am sorry to say I am not familiar with that; I am sorry to say I am not”;

«Но о мученически погибших людях я сожалею больше, чем о вещах.»

− указание на испытываемые чувства адресантом извинений чувства стыда, неловкости (*I blush, мне стыдно за...*):

"Yes," said the magistrate vehemently, "and I blush for the women who wrote them";

«Мне стыдно, что я не могу сделать большего для Рейха.»

− оправдание своей вины (*I didn’t mean it, бес попутал*)

“I did not mean to interrupt you,” said this new-comer;

«Прости, Василий Семеныч, бес попутал, сам не пойму, как рука поднялась»

− обещание исправиться (*I’ll never do it again, виноват, исправлюсь, такого больше не повториться*):

"But you're so sorry for it that I'm sure you will never do it again";

«Виноват, исправлюсь, – ответил последний из уходящих и кинул на стойку десятку.»

− просьба помиловать (*I pray you wrong me not, не обессудьте*)

"And, for my love, I pray you wrong me not";

«Хлебца сегодня нету. Не обессудьте. Нам не на мясо, – ввернул Егорша.»

− просьба перестать испытывать чувство обиды, злости по отношению к адресанту извинений (*I hope there are no hard feelings, не обижайся*)

"And I hope there's no hard feelings about manny";

«Оби-иделся пахарь. Не обижайся, я без всякого умысла. Куда едете-то?»

В результате анализа установлено, что в англоязычных и русскоязычных художественных текстах наиболее часто встречаются признание вины и выражение сожаления. К наименее часто используемым косвенным речевым актам извинения в английском языке относятся просьба перестать испытывать чувство обиды и указание на испытываемые чувства адресантом извинений чувства стыда, неловкости; в русском языке редко используется оправдание вины.

Список литературы

1. *Ильина, Е. Ю., Волкова, О. С., Литвинова, В. А.* Дискурсивные стратегии косвенного извинения в англоязычном межличностном общении / Е. Ю. Ильина, О. С. Волкова, В. А. Литвинова // Дискурс. – 2021. – Т. 7. № 4. – С. 131–144.

2. *Трофимова, Н. А.* Экспрессивные речевые акты в диалогическом дискурсе: семантический, прагматический, грамматический анализ / Н. А. Трофимова. – Санкт-Петербург: Изд-во ВВМ, 2008. – С. 34–59.

3. *Щербакова, И. А.* Стандартные формулы в речевом акте извинения в русском языке / И. А. Щербакова. – 2012. – С. 146–154. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/standartnye-formuly-v-rechevom-akte-izvineniya-v-russkom-yazyke/viewer (дата обращения: 23.02.2025).

4. *Brown, P., Levinson, P.* Politeness. Some Universals in Language Usage / P. Brown, C. Levinson. – Cambridge: Cambridge University Press, 1987. – 360 p.

Менякина А. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Стилистический повтор в художественном дискурсе (на материале английского и русского языков)

Актуальность работы. Актуальность исследования стилистического повтора заключается в его многофункциональности и важности как средства текстообразования в художественных произведениях. Актуальность его анализа также подтверждается растущим интересом к исследованию текстуальности как системы, где повтор является важным элементом когезии, то есть взаимосвязи частей текста. Повтор не просто поддерживает связность текста, но и играет роль в раскрытии авторского замысла, углубляя восприятие ключевых тем и образов. Исследование повторов в рамках структурного, семантического и функционального анализа помогает выявить его многогранность, раскрывая не только его внешние признаки, но и внутренние закономерности, а также функции, которые он выполняет в тексте. Функции – создание ритма, выделение ключевых смыслов, усиление эмоционального напряжения и психологической сложности персонажей, а также структуру текста, способствующую восприятию произведения на различных уровнях. Таким образом, исследование стилистического повтора в художественном дискурсе актуально, так как оно открывает новые горизонты в понимании языка литературных произведений, позволяет глубже осмыслить их структуру и функции, а также выявить универсальные закономерности текстового создания, проявляющиеся через повтор. Исследования текстов художественной литературы, соединяющих языковые признаки всех других функциональных стилей, в связи с многоаспектностью этого языкового феномена, остаются актуальным направлением научных изысканий. Для этих текстов определяются особенности реализации основных признаков текстуальности и возможных стилистических средств. В этом контексте актуальным представляется также исследование, целью которого является выделение языковых особенностей повторов, активно используемых в художественных текстах разноструктурных языков.

Объектом исследования здесь является повтор как стилистическое средство. В качестве его **предмета** выступают структурные, семантические и функциональные особенности стилистического повтора в английском и русском языках.

Целью данного исследования является анализ стилистического повтора как стилистической фигуры в художественном и публицистическом дискурсах на материале английского и русского языков в рамках художественного дискурса (соответственно, английского и русского).

Задачи: 1) Определить основные признаки текстуальности; 2) Выявить место когезии среди этих признаков текста; 3) Охарактеризовать сущность и возможные функции стилистического повтора в тексте; 4) Представить существующие классификации повторов с различных позиций; 5) Описать структурные особенности стилистических повторов в тексте романа Л. Вайсбергер; 6) Проанализировать семантические особенности этих повторов; 7) Изучить функции повторов в романе «Дьявол носит Прада» и повести «Красный смех».

Материалом исследования. Анализ в работе проводится на материале 104 повторов, отобранных методом сплошной выборки из романа современной американской писательницы Лорен Вайсбергер «Дьявол носит Прада»
и 81 повтора из повести «Красный смех» Леонида Андреева.

Заключение. В лингвистике текста считается, что одним из признаков, делающих текст текстом, является его связанность, рассматриваемая в двух аспектах: содержательном (именуемом когерентностью) и формальном (именуемом когезией), причем одним из ключевых средств обеспечения последней является стилистический повтор. В данном исследовании функционирование стилистических повторов иллюстрируется на примерах из художественного текста, где функция выражения эмоций реализуется в чистом виде, а функция логического выделения информации – только в сочетании
с выражением эмоций, как интенсифицирующая функция. Более частные функции повторов представлены в художественном тексте незначительным количеством примеров. Помимо функционального аспекта, в работе были затронуты структурный и семантический аспекты анализа стилистических повторов. Нам удалось установить факт разнообразия повторов в обоих указанных отношениях, однако лидирующие позиции простых контактных однократных повторов, не обладающих яркой синтаксической спецификой, является неоспоримым. Стилистический повтор в художественном дискурсе английской и русской литературы служит мощным инструментом создания многозначных образов и эмоциональных состояний. В произведении Леонида Андреева «Красный смех» повторение лексем, таких как «спал» и «вскрикнул», акцентирует размытость границ между реальностью и миром сновидений, усиливая психоэмоциональную напряженность и создавая эффект беспокойства. Таким образом, стилистические повторы являются неотъемлемым элементом русскоязычного художественного дискурса, который, действуя на разных уровнях, помогает раскрыть глубокие смыслы произведения, акцентировать внимание на ключевых темах и эмоционально насыщать текст. В зависимости от контекста, повтор может усиливать драматичность, комизм или напряжение, что делает его важным средством текстообразования и воздействия на восприятие читателя.

Список литературы

1. *Величко, М. А.* Когезия и когерентность: особенности разграничения и определения понятий / М. А. Величко // Вестник АГУ. – 2016. – № 2. –

С. 39–43.

2. *Жихарева, Н. А., Рац, А. Д.* Синтаксический повтор в коротких рассказах жанра «хоррор» (на материале английского языка) / Н. А. Жихарева, А. Д. Рац // Языки и культуры в эпоху перемен. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский университет технологий управления и экономики, 2021. – С. 104–108.

3. *Заболотнева, О. Л.* Виды и функции повторов: на примере русскоязычных и англоязычных лекций / О. Л. Заболотнева // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2012. – № 5. – С. 76–79.

4. *Канарская, Л. Г., Фокина, М. Г.* Лексический и стилистический повторы в стихотворениях Ф. И. Тютчева / Л. Г. Канарская, М. Г. Фокина // Наука и образование. – 2022. – Т. 5. – № 2. – С. 337.

5. *Коношенко, М. Б.* Диалогические повторы с «как», «где» и «почему» в русском языке / М. Б. Коношенко // Социальный компьютинг: основы, технологии развития, социально-гуманитарные эффекты. – Москва: Московский государственный гуманитарный университет им. М. А. Шолохова, 2014. – С. 79–82.

Милохин Е. И.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантика глаголов лексико-семантической группы «дружба»

В данном докладе исследуется семантика глаголов лексико-семантической группы (далее – ЛСГ) «дружба» в немецком, английском и русском языках, напр.: нем. *sich befreunden* ‘подружиться’, англ. *to befriend* ‘подружиться’, рус. *подружиться*. Данные лексические единицы относятся к ЛСГ глаголов социальных отношений, под которыми понимаются «отношения, существующие между людьми, членами коллектива» (Гайсина 1981: 98).

Цель работы состоит в анализе глаголов в немецком, английском и русском языках по семантическому признаку.

Объектом исследования являются глаголы ЛСГ «дружба» в немецком, английском и русском языках. Предмет исследования – семантические и синтаксические особенности глаголов ЛСГ «дружба».

Материалом работы служат 2 глагола на немецком языке, 9 глаголов на английском языке, и 12 глаголов на русском языке, отобранные из толковых словарей и рассмотренные на примерах из Deutsches Referenzkorpus (DeReKo) (35 предложений), iWeb: The Intelligent Web-based Corpus (iWeb) (117 предложений) и Национального корпуса русского языка (НКРЯ) (134 предложения).

В данной работе рассматриваются глаголы с исходным значением (англ. *(US informal) to pal around* ‘(США, разг.) дружить’), инхоативные (нем. *sich anfreunden* ‘подружиться’) и каузативные глаголы (рус. *сдружить*). Данное исследование проводилось с использованием формул толкования,

представляющих собой перифразы значений глаголов с сохранением основных семантических актантов предиката (Калиущенко 2016: 16). Общие формулы толкования для всех глаголов ЛСГ «дружба» в немецком, английском и русском языках в зависимости от типа глагола имеют следующий вид: для быйтиных глаголов – «X находится с Y в отношениях Z», для инхоативных глаголов – «X начинает находиться с Y в отношениях Z», для каузативных глаголов – «K каузирует X и Y находиться в отношениях Z», где X и Y – Коагенс (субъект совместного действия), Z – значение дружбы, K – Каузатор.

Глагол с исходным значением рус. *дружить* и инхоативные глаголы нем. *sich anfreunden* ‘подружиться’, англ. *to befriend* ‘подружиться’, рус. *подружиться* являются двусубъектными и по характеру социального взаимодействия симметричными, поскольку они описывают ситуацию, предполагающую участие двух или более участников, которые вступают в дружеские отношения на равных.

В свою очередь, в немецком каузативном глаголе *befreunden* ‘сдружить’ и в русских каузативных глаголах *подружить* и *сдружить* симметричность отношений, т. е. равный статус участников ситуации «дружба», сохраняется, однако уже не как субъектов, а как объектов, поскольку она обуславливается воздействием на них третьего лица, Каузатора, который выступает субъектом.

Проведённое исследование позволяет сделать следующие выводы:

1. В немецком языке отмечены инхоативные и каузативные глаголы. Глаголы, которые выражали бы исходное значение заменяются в данном языке глагольной конструкцией, напр.: нем. *befreundet sein* ‘дружить’. В английском языке были обнаружены глаголы с исходным значением и инхоативные глаголы, но не отмечены глаголы, которые выражали бы каузативность. В русском языке отмечены все три типа глаголов.

2. ЛСГ «дружба» характеризуется бóльшим количеством глаголов в английском и русском языках, чем в немецком, так как кроме стилистически нейтральных лексем в них отмечены лексемы с пометами *informal* ‘разговорное’, *old-fashioned* ‘устаревшее’, *разг.*, *жарг.*, что может свидетельствовать о том, что дружеские отношения по большей части складываются в неформальной обстановке. Некоторые глаголы в английском языке ограничены территориальным употреблением, напр.: *to pal up* ‘подружиться’ – только в Великобритании, *to pal around* ‘дружить’ – только в США. Для русского языка характерно значительное количество префиксных глаголов, напр.: *сдружиться*, *подружиться*. В английском языке широкий синонимический ряд образуют преимущественно фразовые глаголы, представляющие собой комбинацию глагола и стоящего после него послелога.

3. Примеры из корпусов показывают, что семантика глаголов ЛСГ «дружба» демонстрирует тенденцию к расширению значений за пределы словарных дефиниций, что проявляется в увеличении числа потенциальных субъектов дружбы, включая межколлективные связи (напр. рус. *дружить семьями*) и дружеские отношения между людьми и животными (напр. нем. *sich mit Skorpionen und Vogelspinnen anfreunden* ‘подружиться со скорпионами

и тарантулами’, англ. *to befriend my cat* ‘подружиться с котом’). Отмечается также, что синтаксический субъект может установить дружеские отношения с неодушевленным объектом (напр. рус. *подружить с моим городом*) или абстрактным понятием (напр. рус. *сдружиться с смертью*). Однако в данных случаях глаголы ЛСГ дружба употребляются не в прямом значении, а в значении *привыкнуть к чему-л., свыкнуться с чем-л*. Соответственно, здесь речь идёт не о двух Коагенсах, которые вступают в отношения дружбы, а об Экспериенцере и Стимуле или Теме, так как в данном случае процесс «сдружиться» и «подружить» подразумевает пассивное принятие или адаптацию под определённые условия.

Список литературы

1. *Гайсина, Р. М.* Лексико-семантическое поле глаголов отношения в современном русском языке / Р. М. Гайсина. – Саратов: Изд-во Саратов. ин-та, 1981. – 195 с.

2. *Калиущенко, В. Д.* От лингвистической типологии к исторической лингвистике / В. Д. Калиущенко // Типологические, сопоставительные, диахронические исследования; Т. 12 / под ред. Л. Н. Ягуповой. – Донецк: ДонНУ, 2016. – 281 с.

3. Национальный корпус русского языка. – URL: https://ruscorpora.ru/new/ (дата обращения: 29.11.2024).

4. Deutsches Referenzkorpus. – URL.: https://cosmas2.ids-mannheim.de/cosmas2-web/ (дата обращения: 29.11.2024).

5. iWeb: The Intelligent Web-based Corpus. – URL.: https://www.english-corpora.org/iweb/ (дата обращения: 29.11.2024).

Мирошник А. Г., Писарева В. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантические особенности устойчивых выражений со значением еды / пищи в английском, немецком и русском языках

1. Введение. Устойчивые выражения являются неотъемлемой частью любого языка и отражают культурные особенности, традиции и менталитет народа, говорящего на этом языке. Актуальность темы исследования обусловлена особым вниманием, которое уделяется в последнее время изучению фразеологизмов с различной семантикой. Фразеологические единицы (далее – ФЕ) и паремии (далее – ПЕ) со значением еды / пищи представляют собой достаточно большой пласт лексики в английском, немецком и русском языках, а также выступают носителями определенного символического и / или культурологического смысла, отображением определенных реалий. В этой связи нерешенным и открытым остаётся вопрос о частотности употребления таких единиц, их роли и функциональной нагрузке в организации фразеологической картины мира сопоставляемых языков.

Цель исследования заключается в выявлении сходств и различий в семантике фразеологизмов и паремий со значением еды / пищи в английском, немецком и русском языках.

Материалом исследования послужили 315 английских, немецких и русских ФЕ и ПЕ со значением еды/пищи, из них в английском языке – 100 ед., в немецком языке – 101 ед., в русском языке – 114 ед. Устойчивые выражения были отобраны из одно- и двуязычных словарей английского языка (Cambridge Dictionary; Flavell, 1994; Кунин, 1994; Литвинов, 2007), немецкого (Duden, 2019; Бинович, 1995) и русского языка (Литвинов, 1994; Мюррей, 2007; Пархамович, 2011).

2. Семантика устойчивых выражений со значением еды / пищи в английском, немецком и русском языках. В существующих направлениях предметом современной лингвокультурологии является изучение культурной семантики языковых знаков, которая формируется при взаимодействии двух разных кодов – языка и культуры, так как каждая языковая личность одновременно является и культурной личностью (Маслова, 2001). Изучение семантических особенностей устойчивых предложений – одна из важных задач фразеологии (Кунин, 1996). Устойчивые выражения, связанные с продуктами питания, обогащают язык и делают его более выразительным. Каждая идиома имеет своё уникальное значение, которое не всегда может быть выведено из значений отдельных компонентов. Это подчеркивает важность контекста и культурных особенностей в языке, а также демонстрирует, как привычные вещи, такие как еда и напитки, могут вдохновлять на создание живых образов и метафор. Классификация фразеологизмов по тематическим группам позволяет лучше понять языковую структуру и интересные связи между значениями. Например, выражения, содержащие в своей структуре компоненты «мука» и «мясо», раскрывают не только кулинарные аспекты, но и социальные и культурные реалии, в которых они активно используются.

В результате проведенного сопоставительного анализа было выделено 10 лексико-семантических групп ФЕ и ПЕ: эмоции (англ. 16 д., нем. 17 ед., рус. 20 ед.); поступки человека (англ. 16 ед., нем. 16 ед., рус. 17 ед.), физические особенности (англ. 14 ед., нем.: 14 ед. рус. 16 ед.); черты характера (англ. 13 ед., нем. 13 ед., рус. 14 ед.); духовная сфера (англ. 11 ед., нем. 11 ед., рус. 13 ед.); со значением действия (англ.: 10 ед. нем. 10 ед., рус. 12 ед.); материальное благосостояние (англ. 9 ед., нем. 9 ед., рус. 10 ед.); личностные качества (англ. 7 ед., нем. 8 ед., рус. 9 ед.); межличностные отношения (англ. 6 ед., нем. 6 ед., рус. 6 ед.); деятельность человека (англ. 4 ед., нем. 4 ед., рус. 4 ед.).

2.1. Наибольшую частотность в трёх сопоставляемых языках демонстрирует ЛСГ «ФЕ, отражающие эмоции» (англ. 16 ед., нем. 17 ед., рус. 20 ед.). Данная группа содержит устойчивые выражения со значением выражения как положительной, так и отрицательной эмоциональной реакции: (1) англ. *to be full of beans* букв. ‘быть полным бобов’, т.е. быть энергичным,

весёлым; (2) нем. s*auer sein* букв. ‘быть кислым’ <злиться>; (3) рус. *метать икру* <сильно нервничать, суетиться, ругаясь при этом на окружающих>.

2.2. Второй по продуктивности является группа ФЕ, характеризующих поступки человека (англ. 16 ед., нем. 16 ед., рус. 17 ед.). Данная группа описывает конкретные действия и решения людей: (4) англ. *to spill the beans* букв. ‘рассыпать бобы’ <раскрыть секрет>; (5) нем. *die Suppe auslöffeln* букв. ‘вылавливать суп ложкой’ <расхлёбывать последствия>*;* (6) рус. *вариться в собственном соку* <жить обособленно>.

2.3. Наименьшую частотность демонстрирует группа ФЕ и ПЕ, связанных с человеческой деятельностью (англ. 4 ед., нем. 4 ед., рус. 4 ед.). Данная группа включает в себя выражения, описывающие повседневные занятия, труд, социальные взаимоотношения: (7) англ. *to chew the fat* букв. ‘жевать жир’ <болтать о пустяках>; (8) нем. *die Suppe auslöffeln, die man sich eingebrockt hat* букв. ‘расхлёбывать свой суп’ <решать свои проблемы>; (9) рус. *каши не сваришь* <невозможность договориться ни при каких условиях>.

3. Выводы. На основании проведенного анализа можно сформулировать следующие выводы.

3.1. Фразеологические единицы представляют собой многокомпонентные структуры, включающие различные аспекты языка и культуры. Они являются важным объектом исследования в лингвистике.

3.2. Наиболее продуктивной в трёх сопоставляемых языках является группа ФЕ, выражающих эмоции. Высокая частотность устойчивых выражений с этой семантикой может быть обусловлена универсальной потребностью выражать чувства через метафоры еды, которые легко ассоциируются с физиологическими реакциями. Такие реакции могут быть как положительными, так и отрицательными. В данной ЛСГ преобладают отрицательные эмоции, что может быть связано с эволюционной функцией языка (реакция на угрозу, предупреждения, переживания для выживания человека).

3.3. Второй по продуктивности группой ФЕ является ЛСГ со значением поступков человека (англ. 16 ед., нем. 16 ед., рус. 17 ед.), так как еда часто отражает универсальные паттерны поведения (ложь, последствия своего выбора, сотрудничество / взаимодействие и др.)

3.4. Наименьшую частотность демонстрирует группа устойчивых выражений, связанных с человеческой деятельностью. Причиной может послужить узкая специализация выражений, которые возникают в конкретных культурно-бытовых контекстах.

3.5. В сопоставляемых языках были отмечены лингвокультурные особенности, характерные для устойчивых выражений со значением пищи/еды. Английские ФЕ акцентируют практические ситуации и бытовой юмор, ср. англ. *to chew the fat* <болтать о пустяках>, в то время как немецкие ФЕ отражают дисциплину и последствия действий: нем. *die Suppe auslöffeln* <расхлёбывать последствия>. Русские ФЕ фокусируются на эмоциональных

состояниях и социальных отношениях, например, изоляция: рус. *вариться в собственном соку* <жить и работать вне связи с общественной жизнью>.

Список литературы

1. *Бинович, Л. Э.* Немецко-русский фразеологический словарь / Л. Э. Бинович. – Москва: Аквариум, 1995. – 768 с.

2. *Кунин, А. В.* Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Русский язык, 1984. – 944 с.

3. *Кунин, А. В.* Курс фразеологии современного английского языка: учеб. / А. В. Кунин. – 2-е изд. – Москва: Высшая школа, 1996. – 200 с.

4. *Литвинов, П. П.* 3500 английских фразеологизмов и устойчивых словосочетаний / П. П. Литвинов. – Москва: Астрель: АСТ, 2007. – 285 с.

5. *Маслова, В. А.* Лингвокультурология: учеб. пособие для студ. вузов / В. А. Маслова. – Москва: Издательский центр «Академия», 2001. – 208 с.

6. *Мюррей, Ю. В.* Русские фразеологизмы и их английские аналоги / Ю. В. Мюррей. – Москва: Астраль: АСТ; Санкт-Петербург: Сова, 2007. – 251 с.

7. *Пархамович, Т. В.* Англо-русский, русско-английский словарь фразеологизмов / Т. В. Пархамович. – Москва: Попурри, 2011. – 128 с.

8. Dudenredaktion. Duden Redewendungen und sprichwörtliche Redensarten. – Dudenredaktion B.: Bibliographisches Institut, 2019. – 864 p.

9. *Flavell, L., Flavell, R*. Dictionary of Idioms and Their Origins / L. Flavell, R. Flavell. – London.: Kyle Cathie, 1994. – 223 p.

Михайлов М. М.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Сопоставительный анализ терминосистемы электроники в английском и русском языках

Сопоставительный анализ терминосистемы электроники в английском и русском языках представляется актуальным по сей день. Несмотря на наличие большого количества англо-русских и русско-английских словарей по электронике, они не всегда отражают динамику развития терминологии и не учитывают всех нюансов её употребления в специализированных текстах.

Объектом исследования являются термины, входящие в терминосистему электроники в английском и русском языках. Предметом исследования являются структурные, семантические и функциональные характеристики терминов электроники в английском и русском языках, а также сопоставительные аспекты их формирования и употребления.

Материалом исследования послужили 2020 терминов, 1012 на английском и 1008 на русском.

Целью данной работы является выявление сходств и различий в терминосистеме электроники в английском и русском языках. Определение переводческих соответствий между терминами.

Важнейшим аспектом является изучение того, как терминосистема отражает понятийную структуру соответствующей области знания, как она

кодирует и организует информацию, делая ее доступной и понятной для специалистов. Помимо статической структуры, необходимо учитывать динамику терминосистемы, её способность к адаптации и развитию (Лейчик, 2009). Появление новых технологий, научных открытий и концепций неизбежно приводит к появлению новых терминов и переосмыслению существующих.

Общее в терминах электроники английского и русского языков – стремление к точности и однозначности, отражение одних и тех же научных и технических понятий (Суперанская, 2005). Оба языка используют похожие способы образования терминов: аффиксацию и словосложение.

Аффиксация: англ.: *micro-* (приставка, означающая ‘маленький’): *microchip* ‘микрочип’, *microcontroller* ‘микроконтроллер’; русск.: *пре-* (приставка): преобразователь.

Оба языка широко применяют заимствования, например, в русском языке это *чип* ‘chip’, *драйвер* ‘driver’, *интерфейс* ‘interface’. (Комиссаров, 1990)

Отличия заключаются в грамматической структуре, порядке слов (особенно в словосочетаниях) и предпочтении англицизмов в русском, а также в некоторых случаях, разной степени распространенности тех или иных терминов (Лисовский, 1987). Примеры моделей терминов-словосочетаний, иллюстрирующие различия: в английском *power supply* (существительное + существительное), а в русском *блок питания* (существительное в именительном падеже + существительное в родительном падеже); в английском *high frequency* (прилагательное + существительное), а в русском *высокая частота* (аналогичный порядок, но требуется согласование прилагательного).

В ходе исследования выявлены следующие особенности терминосистемы электроники: интернациональность (примеры: *транзистор* ‘transistor’, *резистор* ‘resistor’), активное использование математических и физических терминов (примеры: *напряжение* ‘voltage’, *ток* ‘current’), широкое использование аббревиатур и сокращений (примеры: *АЦП* ‘ADC’ (analog-to-digital converter), *ОУ* ‘OpAmp’ (operational amplifier)), использование англицизмов (примеры: *чип* ‘chip’, *софт* ‘soft’), отраслевая специфика (примеры: *гейт* ‘gate’ (в логике), *сток* ‘drain’ (в полевых транзисторах)), наличие жаргонизмов и профессионализмов (примеры: *железо* ‘hardware’, *глюк* ‘bug’), динамичность и постоянное обновление (примеры: появление терминов, связанных с нанотехнологиями и квантовой электроникой) (Леонова, 2011).

Таким образом, в ходе исследования выявлены общие черты и различия в структуре и использовании терминологии электроники в английском и русском языках. Установлено, что, несмотря на общее стремление к точности и интернациональности, сохраняются различия в грамматической структуре, словообразовании, частотности использования заимствований и предпочтении тех или иных терминов. Выявленные закономерности важны

для понимания эволюции терминосистемы электроники и могут быть использованы при разработке новых терминологических ресурсов.

Список литературы

1. *Комиссаров, В. Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров. – Москва: Высшая школа, 1990. – 253 с.

2. *Лейчик, В. М.* Терминоведение: Предмет, методы, структура / В. М. Лейчик. – Изд. 4-е. – Москва: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 256 с.

3. *Леонова, С. А.* Проблема полисемии терминов на примере терминополя «автоматизированный электропривод» (в английском и русском языках) / С. А. Леонова // Вопросы филологии-спецвыпуск: тезисы докладов VI Междунар. науч. конф. «Язык, культура, общество». – Москва: МИИЯ, 2011. – С. 243.

4. *Лисовский, Ф. В., Калугин, И. К.* Англо-русский словарь по радиоэлектронике / Ф. В. Лисовский, И. К. Калугин. – Изд. 2-е, перераб. и доп. Ок. 63 000 терминов. – Москва: Русский язык, 1987. – 753 с.

5. *Суперанская, А. В.* Общая терминология: Вопросы теории / А. В. Суперанская. – Изд. 2-е. – Москва: Эдиториал УРСС, 2005 – 288 с.

Острянина А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Сопоставительный анализ терминосистемы финансовой сферы в английском и русском языках

В связи с большим числом государств, которые вовлекаются в международную экономику, появляется спрос не только на перевод текстов по финансовой тематике, но и на изучение и сопоставление терминосистем английского и русского языков.

Таким образом, актуальность работы определяется тем, что проблема изучения терминов финансовой сферы является востребованной и важной для международной, а также появлением новых свободных зон экономики и другими процессами, благодаря которым возникает интеграция в международной сфере экономики коммуникации. Это обусловлено бурным развитием экономических и финансовых связей между государствами.

Объектом исследования является финансовая терминология в английском и русском языках. Предмет – специфика образования терминов финансовой терминологии в английском и русском языках. Цель работы – выявить сходства и различия в образовании терминов финансовой сферы в английском и русском языках.

Понятие «термин» вызывает интерес у философов, филологов и лингвистов; многие ученые пользуются традиционным понятием, что «термин – это общепринятое частотное слово (словесный комплекс), характеризующееся единством звукового облика и соотнесенного с ним

соответствующего понятия в системе понятий данной области знания и деятельности, и, отличающееся от остальных номинативных единиц системным характером, семантической целостностью, контекстуальной независимостью, моносемантичностью и стилистической нейтральностью».

Для англоязычной финансовой терминологии характерны следующие особенности: относительная стабильность; развитая синонимия (отсутствие абсолютных синонимов); системность; наличие эмоциональных и экспрессивных единиц на терминологической периферии; наличие мотивированности у большой части терминов.

Русскоязычная терминосистема обладает следующими характеристиками: вторичность (по отношению к англоязычной финансовой терминологии); стихийность формирования; отсутствие строгой системы терминов; подвижность; стремление терминов к однозначности; сравнительно небольшая доля мотивированных терминов; развитая синонимия; преобладание словосочетаний над однословными терминами.

Если говорить о структурных моделях образования финансовых терминов английского и русского языка, надо отметить, то что они подразделяются на морфологические и синтаксические. Морфологический способ терминообразования способствует образованию однословных терминов. Наиболее приоритетным и распространённым морфологическим способом терминообразования в обоих языках является суффиксация. Самыми распространёнными являются суффиксы: -or-, -er-, -ent-, -ant-, -ment- – в английском, и -н-, -ск-, -ов-, -енн-, -онн-, в русском. Например: *statement, anticipation, auditor, кредитный, валютный, платёжный.*

Также в двух языках распространено использование аббревиатур и сокращений. Так, существует следующая классификация аббревиатур в русском и английском языках: собственно-инициализмы (алфавитизмы): *BG – Bank Guarantee* ‘Банковская гарантия’; *НДС* – налог на добавленную стоимость; акронимы – *CEO* ‘генеральный директор’ (компании); *ЕЭП* – Европейское экономическое пространство; усечения – *PERFAN* – Performance analysis – ‘анализ деятельности’; *социальное обеспечение* – собес; слияния – *brokered cd – brokered certificate of deposit* ‘депозитный сертификат, выданный при посредничестве’; *зарплата* – заработанная плата; графические аббревиатуры – *«Co.»* – company; *руб.* – рубль; смешанные – *ЕЭП* – Европейское экономическое пространство (буквенно-звуковая аббревиатура). Это связано с тенденцией минимизации энергозатрат на проведение многих операций, включая деловую речь как в устной, так и в письменной форме, в стремлении к некоторой унификации многих терминов, и особенно сложносоставных.

Синтаксический способ терминообразования способствует образованию многословных терминологических единств. Самыми распространёнными моделями словосочетаний при синтаксическом терминообразовании являются двухкомпонентные модели Adj.+N, Part. I, II + N – в английском языке (*current ratio* – ‘коэффициент текущей ликвидности’; *working capital* – ‘оборотный капитал’) и Adj.+N, N+N gen. – в русском (*выплата процентов, лимит овердрафта, потребительский кредит*).

Если говорить о семантических способах образования финансовых терминов, то терминологизация на основе сужения значения общеупотребительного слова является вторым по продуктивности способом финансового терминообразования. Так, в лексеме contract произошло сужение понятия от договор, контракт к определенному виду контракта. Слово list – список, перечень → курсовой бюллетень. Расширение значения, когда термин получает новое значение, не утратив старое, (например: *a Rockefeller* ‘рокфеллер’, ‘миллионер’) используется гораздо реже. Наиболее распространённым и продуктивным приёмом образования является метафоризация. Например: *garage* ‘площадка для совершения сделок в северной части основного торгового зала Нью-Йоркской фондовой биржи’ – в английском языке, и выражение *аффилированное лицо,* обозначающее физическое и юридические лицо, которое может влиять на деятельность других лиц, занимающихся предпринимательской деятельностью, – в русском. Метонимический перенос как семантический способ образования биржевых терминов является менее практичным и поэтому используется намного реже. В финансовой терминологии процесс метонимии наблюдается в основном в таких направлениях: с содержимого на содержащее (*mint* ‘монетный двор’ → ‘очень большая сумма денег’; *импорт* ‘ввоз в какую-л. страну товаров из-за границы’ → ‘(собир., разг.) ввозимые из-за границы товары, изделия’); с материала на изделие (*медь* ‘металл’ и ‘медные деньги’, *gold* ‘монета или монеты из золота’ → ‘деньги; богатство’); с организации или учреждения на сотрудников или совокупность работников: (*акциз* ‘служить в акцизе’ → ‘акциз на табачные изделия’); с целого на часть, и с части на целое: *касса* ‘ящик’ → ‘деньги’; *грош.* ‘медная монета достоинством в две копейки’ → (обычно мн.) очень маленькая сумма денег; очень низкая цена’.

В современной англо- и русскоязычной финансовой лексике присутствует значительное количество иностранных заимствований. Во- первых, это обусловлено взаимодействием истории и культуры различных стран, а также непосредственными деловыми и социальными контактами. В большей степени на формирование финансовой терминологии английского языка повлияли заимствования из французского языка (термин «price» образован от старофранцузского «*prix*», которое означало: 1) стоимость; 2) отличное качество; 3) деньги, заплаченные за что-либо; латинские заимствования (термин *money* происходит от латинского *moneta* – ‘деньги’, ‘монета’). В свою очередь, заимствования из японского языка оказали влияние на терминологию технического анализа конъюнктуры рынка. Например, *tycoon* ‘финансовый магнат’ от японского слова *taikun*, [tie-coon]. В русском языке распространено использование англицизмов. Так, часто можно встретить такие слова, как *фьючерс* (от англ. futures) и *дилер* (от англ. dealer). Испанские (*банк* (от итал. banco – скамья); *ависта* (от итал. a vista – ‘по предъявлении’) – надпись на векселе, удостоверяющая, что оплата по этому векселю должна быть произведена по его предъявлении) и греческие заимствования (*синдикат* (от греч. syndikos – ‘действующий сообща’);

ипотека (от греч. hypotheke – ‘залог’)) стали частью транспортной и инвестиционной терминологии, соответственно.

Таким образом, в обоих языках достаточно распространённым является морфологический способ терминообразования, наиболее продуктивным типом – суффиксация; аббревиатуры, для синтаксического способа характерной является модель Adj.+N., семантический терминообразования представлен метафорами разного типа.

Список литературы

1. *Брыкина, С. В.* Английские экономические термины: структура, семантика, перевод / С. В. Брыкина. – Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. – 2012. – № 27. – С. 223–229.

2. *Ильина, А. Н.* Словообразование в современном английском языке: учебное пособие для студентов экономических специальностей / А. Н. Ильина. – Санкт-Петербург: СПбГУЭФ, 2012. – 90 с.

3. *Freedman, R. S.* Introduction to Financial Technology / R. S. Freedman. − Burlington: Elsevier, 2006. – 368 p.

Павлова А. И.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Терминология производства обуви: специфика наименований в английском и русском языках

В данной работе исследуются структурные и лексико-семантические особенности терминов в области производства обуви в английском и русском языках.

Терминология представляет собой естественно сформированный набор слов, объединённых общим значением и схожестью во внешнем выражении, которые используются в определённом языке для специализированных задач (Лейчик 2007: 101). Под термином понимают отдельное слово или фразу, которые служат для обозначения идеи, характерной для определённой сферы знаний или профессиональной деятельности (Ярцева 1990: 280).

Актуальность исследования обусловлена необходимостью сравнительного анализа терминологии производства обуви в английском и русском языках.

Объектом настоящего исследования является терминосистема производства обуви в английском и русском языках. Предметом – структурные и лексико-семантические особенности терминообразования в области производства обуви в обоих языках.

Цель исследования – выявление сходств и отличий структурных и лексико-семантических и особенностей терминологии, связанной с производством обуви, в английском и русском языках.

Материалом исследования послужил 701 пример терминов, отобранных путем сплошной выборки из англо-русского кожевенно-обувного словаря и справочника обувщика.

В результате исследования установлено, что термины по своей структуре подразделяются на однословные (ЛЕ, состоящие из одного лексического компонента) и составные (ЛЕ, состоящие из двух и более лексических компонентов). В английском языке более распространены составные термины, в отличие от русского языка, в котором более продуктивны однословные термины. Однословные термины в английском языке насчитывают 168 примеров (45,7%) и 212 примеров (63,7%) в русском. Композитный тип насчитывает в английском языке 200 примеров (54,3%), в русском – 121 примеров (36,3%).

Анализ структурных особенностей терминов производства обуви в английском и русском языках проводится по критерию способа образования терминов: морфологический, семантический и синтаксический способы образования:

1 Морфологический способ образования терминов в области производства обуви (англ. 100 ЛЕ (27,2%); рус. 113 ЛЕ (34%)). Среди способов морфологического словообразования были выделены следующие:

1.1 Аффиксация (англ. 70 ЛЕ (19%); рус. 90 ЛЕ (27,3%)):

1.1.1 Суффиксальный тип образования терминов является наиболее продуктивным в обоих языках (англ. 58 (15,8%); рус. 67 (20,2%)). Были выделены следующие суффиксы: англ. *-ing-*, *-er-*, *-y-*, *-age-*, *-ize-* + *-ation-* (*padding* ‘подкладка’; stitching ‘шитье’; *counter* ‘задник’; *zipper* ‘молния’; *stitchery* ‘стежка’ и др.); рус. *-к-*, *-ок-*, *-ени-*, *-ов-* / *-ев-* + *-к-*, *-ен-* + *-к-*, *-инк-*, *-ин-*, *-ак-*, *-ищ-*, *-очк-*, *-ова-* + *-ни-*, *-н-* + *-ик-*, *-ова-* + *-ни-*, -етк-, *-ть-*: *кроссовки*; *язычок; дубление; штамповка; валенки*; *ширинка*; *козлина; резак; голенище; пяточка; прессование*; *задник; формование; танкетка; литье* и др.

1.1.2 Префиксальный тип (англ. 8 ЛЕ (2,1%); рус. 1 (0,3%)): англ. *in-, mid-, out-*: *insole* ‘вкладная стелька’; *midsole* ‘межподошва’; *outsole* ‘подошва’ и др.; рус. *рас-*: *раскрой.*

1.1.3 Префиксально-суффиксальный тип (англ. 4 ЛЕ (1,1%); рус. 22 ЛЕ (6,7%)): англ. *re-* + *-ing*: *recrafting* ‘переработка’; *re-* + *-ment*: *reinforcement* ‘арматура’; *un* - + - *ed*: *unlined* ‘без отделки’; рус. *под-* + *-ок-*: *подносок*; *про-* + *-к-*: *проклейка*; *от-* + *-к-*: *отделка*; *под-* + *-к-*: *подметка*; *– под-* + *-очн-* + *-ик-*: *подпяточник*; *на-* + *-к-*: *накладка*; *пере-* + *-к-*: *перетяжка*; *о-* + *-ов-* + *-к-*: *окантовка*; *на-* + *-к-*: *набойка*; *с-* + *-ва-* + *-ни-*: *сшивание*; *об-* + *-к-*: *обкатка*; *вы-* + *-к-*: *вышивка*.

1.2 Словосложение (англ. 23 ЛЕ (6,3%)): *eyelet* ‘люверсы’ ← *eye* ‘глаз’ + *let* ‘позволять’; *footbed* ‘стелька’ ← *foot* ‘стопа’ + *bed* ‘кровать’; *waterproofing* ← *water* ‘вода’ + *proof* ‘доказательство’ + *-ing* и др.

рус. 19 ЛЕ (5,7%)): *полуботинки* ← *полу* + *ботинк*; *термопресс* ← *термо* + *пресс*; *микрофибра* ← *микро* + *фибра* и др.

1.3 Аббревиация (англ. 7 ЛЕ (1,9%)): *MTM* ‘сделано по мерке’ ← *made-to-measure*; *MTO* ‘сделано под заказ’ ← *made-to-order* и др.; рус. 3 ЛЕ (1%)): *ЭВА* ← *этиленвинилацетат*; *ПУ* ← *полиуретан*; *ТПУ* ← *термополиуретан*.

2 Синтаксический способ (англ. 200 ЛЕ (54,3%); рус. 121 ЛЕ (36,3%)). Установлено, что в обоих языках составные термины могут быть

представлены моделями из двух, трёх, четырёх и пяти компонентов. Представим наиболее продуктивные из них:

2.1 Двухкомпонентные модели (англ. 140 ЛЕ (38%); рус. 73 ЛЕ (22,8%)):

2.1.1 Adj.+N / прил.+сущ. (англ. 72 ЛЕ (19,6%)): *laminating machine* ‘ламинирующая машина’; *pressing station* ‘прессовальная станция’ и др.; рус. 35 ЛЕ (10,5%)): *искусственная кожа; съемная стелька* и др.

2.1.2 N+N / сущ.+сущ. (англ. 68 ЛЕ (18,4%)): *buckle loafers* ‘лоферы с пряжками’; *grain leather* ‘зернистая кожа’ и др.; (рус. 41 ЛЕ (12,3%)): *губа стельки*; *обжиг подошвы* и др.

2.2 Трёхкомпонентные модели (англ. 55 ЛЕ (14,9%); рус. 28 ЛЕ (8,4%)):

2.2.1 N+V-ing+N (англ. 34 ЛЕ (9,2%)): *shoe lasting machine* ‘машина для подшивки обуви’; *sole cutting machine* ‘машина для резки подошвы’ и др.;

2.2.2 сущ. + предлог + сущ. (рус. 15 ЛЕ (4,5%)): *печать на коже; резка на штампе; установка на колодку* и др.

2.3 Четырёхкомпонентные модели (англ. 5 ЛЕ (1,4%); рус. 15 ЛЕ (4,5%)):

2.3.1 N+N+Adj+N (англ. 3 ЛЕ (0,8%)): *oak bark tanned soles* ‘подошвы из дубленой коры дуба’ и др.;

2.3.2 сущ.+предл.+сущ.+сущ. (рус. 13 ЛЕ (3,9%): *станок для обработки кожи*; *пресс для стабилизации подошвы* и др.

3 В семантическом способе образования терминов (англ. 68 ЛЕ (18,5%); рус. 99 ЛЕ (29,7%)) выделяются такие способы, как заимствование (англ. 43 ЛЕ (11,7%); рус. 99 ЛЕ (29,7%)) и терминологизация (англ. 25 ЛЕ (6,8%); рус. 11 ЛЕ (3,3%)).

3.1 Семантический способ терминообразования.

Заимствования. Для английского языка наиболее продуктивными языками-донорами выступают древнеанглийский (12 (3,3%)), французский и латинский (по 9 ЛЕ (2,4%) соответственно), в то время как в русском это также французский (29 ЛЕ (8,7%)) и латинский (12 ЛЕ (3,6%)), а также английский (26 ЛЕ (7,8%)). В английском языке примерами заимствований из следующих языков являются: древнеанглийский: *leather* ‘кожа’*; wool* ‘шерсть’; *shaft* ‘шток’ и др.; французский: *suede* ‘замша’; *velvet* ‘бархат’; *stamp* ‘штамп’ и др.; латинский: *textile* ‘текстиль’; *latex* ‘латекс’; *nubuck* ‘нубук’ и др.; итальянский: *bentivegna* ‘бентивегна’; *stilettos* ‘шпильки’ и др.; ирландский: *brogues* ‘броги’; *clogs* ‘клоги’ и др.; греческий: *sandals* ‘сандалии’; *monks* ‘монки’ и др.; испанский: *espadrilles* ‘эспадрильи’.

В русском языке: французский: *ботфорты*; *галоши; пантофли; велюр; замша* и др.*;* английский: *угги*; *слипоны*; *флис*; *нейлон*; *полиуретан*; *молдинг* и др.; латинский: *текстиль*; *латекс*; *мембрана* и др.; немецкий: *рант*; *фреза*; *фетр*; *штамп*; *каблук* и др.; тюркские языки: *сапоги*; *бахтарма*; *мездра*; *войлок* и др.; польский: *ботинки*; *пукля* и др.; греческий: *котурн*; *сандалии*; итальянский: *котурн*; *велутон*.

3.2 Терминологизация литературной лексики: англ. 25 ЛЕ (6,8%): *throat* ‘горловина’; *wedges* ‘туфли на танкетке’; *sneakers* ‘сникерсы’; *tongue* ‘язычок’; *rib* ‘ребро’ и др.; рус. 11 ЛЕ (3,3%): *язык*; *горло*; *крыло*; *педаль*; *молния*; *верх; подъем* и др.

Таким образом, в английском языке, в отличие от русского, более распространён синтаксический способ образования терминов производства обуви, в то время как в русском языке более продуктивны морфологический и семантический способы. В обоих языках наиболее продуктивными по количеству компонентов являются двух- и трёхкомпонентные термины. Анализ структуры простых терминов демонстрирует превалирование аффиксального способа формирования терминов в обоих языках. Терминология обоих языков формировалась под влиянием схожих источников, таких как французский, латинский, итальянский и греческий языки.

Список литературы

1. *Лейчик, В. М.* Терминоведение: предмет, методы, структура / В. М. Лейчик. – Москва: ЛКИ, 2007. – 256 с.

2. Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцевой. − Москва: Советская энциклопедия, 1990. − 682 с.

Панова А. В., Подгайская И. М.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Тематическая классификация наименований птиц в английском и русском языках

Данная работа посвящена изучению тематических групп наименований птиц в английском и русском языках.

Под тематической группой понимается выделенная в пределах семантического поля или независимо от него лексическая группировка, в которой лексика объединена по денотативному признаку (Российский гуманитарный энциклопедический словарь, 2002). Анализируемая группа наименований представляет интерес с точки зрения рассмотрения лингвокультурной информации, содержащейся во внутренней форме слова названий птиц. Исследование наименований птиц позволяет выявить особенности восприятия и классификации птиц в разных языковых культурах, а также проследить связь между языковыми выражениями и культурными традициями (Дубровина 2009: 70).

Актуальность исследования обусловлена необходимостью дальнейшего исследования лексических единиц разных лексико-семантических групп в сопоставительном аспекте для выявления их национально-культурной специфики.

Материалом исследования служат 422 наименования (180 лексических единиц (ЛЕ) в английском языке и 242 ЛЕ в русском языке), отобранные путем сплошной выборки из англоязычных и русскоязычных словарей.

Цель исследования состоит в определении сходств и отличий в классификации наименований птиц по тематическим группам в английском и русском языках.

В результате проведенного исследования установлено, что наименования птиц можно классифицировать по следующим признакам:

– по месту обитания птиц;
– по возрасту птиц;
– по способу питания птиц;
– по гендерной принадлежности.

1. В зависимости от типа среды, в которой обитают птицы, выделяется пять тематических групп:

1.1 Лесные птицы (англ. 64 ЛЕ (36%); рус. 80 ЛЕ (33%)). Птицы леса характеризуются короткими крыльями и длинными хвостами, что, в свою очередь, позволяет им ускорять полет: англ. *woodcock* ‘вальдшнеп’, *wryneck* ‘вертишейка’*, ringdove* ‘витютень’ и др.; рус. *вальдшнеп*, *вертишейка, иволга, какаду, кедровка, овсянка* и др.

1.2 Птицы открытых пространств (англ. 55 ЛЕ (31%); рус. 75 ЛЕ (30%)). Птицы данной группы обитают на лугах, пустынях, что выступает их преимуществом при поиске пищи: англ. *golden eagle* ‘беркут’, *vulture* ‘гриф’, *kite* ‘коршун’*, partridge* ‘куропатка’*, martlet* ‘ласточка’ и др.; рус. *гриф, дрофа, дронт, жаворонок, зарянка, сапсан, сокол* и др.

1.3 Водоплавающие птицы (англ. 35 ЛЕ (19%); рус. 42 ЛЕ (18%)). Главное отличие птиц данной группы заключается в том, что они умеют плавать и нырять в воду для поиска пищи: англ. *albatross* ‘альбатрос’, *cormorant* ‘баклан’, *snipe* ‘бекас’ и др.; рус. *гусь, зимородок, казарка, крачка, кряква, лебедь, пингвин* и др.

1.4 Птицы, обитающие на побережьях, у водоёмов и на болотах (англ. 17 ЛЕ (9%); рус. 26 ЛЕ (11%)). Птицы данной группы непосредственно охотятся в водной среде, в отличие от водоплавающих птиц, ключевой особенностью которых выступает умение держаться на поверхности воды: англ. *stork* ‘аист’, *bittern* ‘выпь’*, corncrake* ‘дергач’, *crane* ‘журавль’ и др.; рус. *ибис, камышевка, кулик, марабу, цапля, чайка, чибис* и др.

1.5 Домашние птицы (англ. 9 ЛЕ (5%); рус. 19 ЛЕ (8%)). Данных птиц специально разводят в целях получения мяса: англ. *turkey* ‘индейка’*, chicken* ‘курица’*, gobbler* ‘индюк’*, capon* ‘каплун’ и др.; рус. *индейка*, *курица*, *индюк*, *петух*, *индюшонок*, *пулярка*, *каплун* и др.

2. Классификация по возрасту птиц основывается на разделении взрослых птиц (самок и самцов) и их детенышей. На основании данного признака выделяются две тематические группы:

2.1 Наименования взрослых особей, к которым относятся как самцы, так и самки птиц (англ. 170 ЛЕ (94%); рус. 202 ЛЕ (85%)): англ. *golden eagle* ‘беркут’, *wigeon* ‘свиязь’*, duck* ‘утка’ и др.; рус. *грачиха, орлица, дятел, журавль, страус, тетерев, курица* и др.

2.2 Наименования птенцов (англ. 10 ЛЕ (6%); рус. 40 ЛЕ (15%)): англ. *gosling* ‘птенец гуся’, *poult* ‘птенец индейки’, *cygnet* ‘птенец лебедя и др.; рус. *аистенок* ‘птенец аиста’, *глухаренок* ‘птенец глухаря’, *коршуненок* ‘птенец коршуна’, *грачонок* ‘птенец грача’, *журавленок* ‘птенец журавля’, *куличонок* ‘птенец кулика’ и др.

3. Следующим критерием для тематической классификации птиц является способ их питания, на основе которого выделяются пять тематических групп:

3.1 Растительноядные птицы (англ. 66 ЛЕ (37%); рус. 91 ЛЕ (38%)). Растительноядные птицы питаются различными видами растений, ягод, фруктов и семян, имеют короткий клюв: англ. *sparrow* ‘воробей’, *capercaillie* ‘глухарь’, *pigeon* ‘голубь’ и др.; рус. *горлинка*, *гусь*, *дронт*, *жаворонок*, *зяблик*, *какаду*, *павлин* и др.

3.2 Хищные птицы (англ. 40 ЛЕ (22%); рус. 53 ЛЕ (22%)). Птицы, которые относятся к данной группе, питаются беспозвоночными, мелкими млекопитающими, птицами, а также они обладают острым клювом и ловкими лапами: англ. *eagle* ‘орёл’, *eagle-owl* ‘филин’, *hawk* ‘ястреб’, *pelican* ‘пеликан’ и др.; рус. *выпь*, *гагарка, кайра*, *кречет*, *пугач*, *совенок*, *соколенок* и др.

3.3 Насекомоядные птицы (англ. 37 ЛЕ (21%); рус. 48 ЛЕ (20%)). Насекомоядные птицы питаются различными видами мелких насекомых, обладают заостренным клювом и высокой скоростью реакции: англ. *snipe* ‘бекас’, *eider* ‘гага’, *plover* ‘зуёк’, *tit* ‘синица’ и др.; рус. *кряква, плавунчик, рябинник, удод, чиж, ласточка* и др.

3.4 Всеядные птицы (англ. 33 ЛЕ (18%); рус. 44 ЛЕ (18%)). Всеядные птицы питаются всем, от ягод до мяса животных, отличаются разнообразием клювов и гибкостью поведения: англ. *raven* ‘ворон’, *crow* ‘ворона’, *jackdaw* ‘галка’, *rook* ‘грач’ и др.; рус. *могильник*, *скворец*, *сорока*, *страус*, *иволга* и др.

3.5 Птицы-падальщики (англ. 4 ЛЕ (2%); рус. 6 ЛЕ (2%)). Падальщики питаются мясом мертвых животных: англ. *vulture* ‘гриф’*, golden eagle* ‘беркут’, *condor* ‘кондор’; рус. *беркут*, *кондор*, *стервятник*, *сип* и др.

4. Классификация по гендерному признаку птиц основывается на разделении изучаемых наименований на гендерно-нейтральные и гендерно-маркированные:

4.1 Группа, состоящая из гендерно-нейтральных единиц, т.е. единиц, которые обозначают представителей вида птиц без указания на их пол (самец или самка) (англ. 162 ЛЕ (90%); рус. 197 (82%)): англ. *albatross* ‘альбатрос’, *cormorant* ‘баклан’, *snipe* ‘бекас’ и др.; рус. *беркут*, *буревестник*, *вальдшнеп*, *ворона*, *глухарь* и др.

4.2 Группа, в которую входят гендерно-маркированные единицы, номинирующие птиц-самок (англ. 9 ЛЕ (5%); рус. 27 ЛЕ (11%)). При этом в русском языке количество гендерно-маркированных единиц для самок больше, чем для самцов, что объясняется вариативностью наименований для одного вида птиц: англ. *dove* ‘голубка’, *pen-swan* ‘лебёдка’, *hen* ‘курица’, *peahen* ‘пава’ и др.; рус. *гусыня*, *курица*, *пава*, *куропатка*, *канарейка*, *голубка*, *индюшка* и др.

4.3 Группа, состоящая из гендерно-маркированных единиц, номинирующая самцов птиц (англ. 9 ЛЕ (5%); рус. (18 ЛЕ (7%)): англ. *peacock* ‘павлин’, *grouse* ‘тетерев’, *tom-turkey* ‘индюк’ и др.; рус. *гусак*, *кенар*, *лебедь*, *павлин*, *куропач*, *скворец*, *перепел*, *селезень* и др.

5. Таким образом, наименования птиц в английском и русском языках демонстрируют как сходства, так и отличия. Согласно классификациям по месту обитания, возрастному критерию и по способу питания в сопоставляемых языках выделяется большая распространенность наименований птиц, номинирующих лесных птиц, взрослых особей птиц, растительноядных птиц соответственно. В соответствии с гендерным признаком установлено преобладание–гендерно-нейтральных наименований в двух языках. Однако русский язык характеризуется большей распространенностью гендерно-маркированных единиц, номинирующих самок птиц, чем английский, что связано как с морфологическими особенностями русского языка, в котором активно используются суффиксы для образования феминитивов, так и с исторически обусловленными различиями в зоономинации.

Список литературы

1. *Дубровина, К. Н., Кутьева, М. В.* Образ птицы: от Библии к художественному тексту / К. Н. Дубровина, М. В. Кутьева // Russian Journal of Linguistics. – 2009. – № 1. – С. 69−77.

2. Российский гуманитарный энциклопедический словарь: в 3. т. / под ред. С. А. Аверина. – Москва, Санкт-Петербург: Гуманит. изд. центр ВЛАДОС: Филол. фак. С.-Петерб. гос. ун-т, 2002. – 688 с.

Подкопаева А. Р.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структурно-семантические особенности бытовых реалий немецкого и русского языков

Изучение бытовых реалий как элементов языковой картины мира остается **актуальным** направлением в современной лингвистике, поскольку они отражают культурно-исторический опыт народа. Анализ таких единиц позволяет выявить не только особенности повседневной жизни, но и специфику мышления носителей языка. В рамках контрастивных исследований структурно-семантический подход демонстрирует эффективность при сопоставлении лексических систем, раскрывая закономерности словообразования и семантические нюансы.

Целью настоящего исследования является выявление структурных и семантических особенностей бытовых реалий в немецком и русском языках.

Объектом исследования выступают лексические единицы, обозначающие предметы обихода (*самовар*, *Brotzeit*), традиции (*масленица*, *Oktoberfest*) и явления повседневности (*сумерки*, *Dämmerung*).

Предметом анализа являются их структурные (способы словообразования) и семантические (культурные коннотации) характеристики.

Материалом исследования послужили 150 лексических единиц, отобранных путем сплошной выборки из толковых и фразеологических

словарей (Duden, 2010; Словарь русского языка, 1999), научных работ по словообразованию и семантике, а также художественных и публицистических текстов, отражающих бытовые реалии Т. Манна и А. П. Чехова.

Бытовые реалии – это лексические единицы, к которым, как правило, относятся предметы, явления, традиции и действия повседневной жизни, которые тесно связаны с культурной спецификой народа.

К ним относятся: предметы обихода, традиции и ритуалы, одежда и аксессуары, а также повседневные действия и явления.

Реалии – безэквиваленты, как правило отражают уникальные культурные феномены: *русский самовар* символизирует коллективное чаепитие, а немецкая *Brotzeit* (‘перекус с хлебом’) связана с региональными традициями Баварии.

Изучение структурно-семантических особенностей бытовых реалий в немецком и русском языках демонстрирует тесную связь языка с культурным контекстом. Немецкие реалии часто формируются через словосложение, что отражает тенденцию к прозрачности внутренней формы. Например, лексема *Handtuch* (‘полотенце’) объединяет основы *Hand* (‘рука’) и *Tuch* (‘ткань’), тогда как в русском языке аналогичное понятие выражено суффиксальным образованием *полотенце*, где корень *полотн-* сочетается с суффиксом *-ец-* (Erben, 1983; Шанский, 1968). Заимствования, такие как *Küche* и *кухня*, восходящие к латинскому *coquina*, адаптируются к морфологическим нормам каждого языка: в русском варианте добавлен суффикс *-ня*, что характерно для обозначения помещений.

Синтаксические конструкции при описании бытовых действий также различаются. В немецком языке глагольные префиксы уточняют действие: *aufräumen* (‘убирать’) включает префикс *auf-* (‘вверх’), тогда как в русском аналогичные значения передаются глаголами движения: *прибрать, разложить*.

Семантические особенности бытовых реалий часто обусловлены культурными нюансами. Немецкое *Gemütlichkeit* подразумевает не только физический уют, но и атмосферу душевного комфорта, связанную с традиционными ценностями, тогда как русское *уют* фокусируется на практической комфортности пространства (Влахов, 1980). Безэквивалентные реалии, такие как русский самовар, символизирующий коллективное чаепитие, или немецкая *Brotzeit*, отражающая баварские традиции перекуса, подчеркивают уникальность культурных кодов.

Контрастивный анализ выявляет структурные и семантические расхождения. Например, немецкое *Staubsauger* (‘пылесос’, досл. ‘пыль’ + ‘сосать’) мотивировано функцией прибора, а русское *пылесос* — действием. Лексема *Butterbrot* в немецком сохраняет буквальное значение (‘масло’ + ‘хлеб’), тогда как в русском языке бутерброд расширил семантику, включая любую начинку.

Итак, структурные различия («преобладание сложных слов» в немецком vs. «суффиксации в русском») и семантические нюансы («культурные коннотации») отражают специфику национального мировосприятия.

Результаты могут быть применены в переводоведении для адекватной передачи безэквивалентной лексики и в межкультурной коммуникации для минимизации непонимания.

Список литературы

1. *Виноградов, В. В.* Русский язык: Грамматическое учение о слове / В. В. Виноградов. – Москва: Высшая школа, 1947. – 784 с.

2. *Влахов, С., Флорин, С.* Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – Москва: Международные отношения, 1980. – 352 с.

3. *Шанский, Н. М.* Очерки по русскому словообразованию / Н. М. Шанский. – Москва: Учпедгиз, 1968. – 198 с.

4. Словарь русского языка: в 4 т. / под ред. А. П. Евгеньевой. – Изд. 3-е, стер. – Москва: Русский язык: Полиграфресурсы, 1999. – Т. 1. – 702 с.

5. *Duden*. Redewendungen. Wörterbuch der deutschen Idiomatik // Dudenredaktion. – Mannheim: Dudenverlag, 2010. – 928 S.

6. *Erben, J.* Einführung in die deutsche Wortbildungslehre / J. Erben. – Berlin: Schmidt, 1983. – 183 S.

Пономарёва С. О.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Способы выражения безличности в английском и русском языках: инфинитивные и пассивные конструкции

1. Введение. Изучение способов выражения безличности является одним из ключевых направлений в современной лингвистике, так как безличные конструкции играют важную роль в передаче информации, обеспечивая объективность и нейтральность высказывания, выражении неопределённости, отвлечённости действия от субъекта, а также обеспечивают передачу модальности и оценки. Безличность как языковая категория определяется через инвариантное значение грамматической бессубъектности, реализуемое в специализированных морфологических формах и синтаксических конструкциях (Петров 2012: 47).

Актуальность исследования обусловлена необходимостью анализа инфинитивных и пассивных конструкций как способов выражения безличности в английском и русских языках. Сложность категории безличности и многообразие подходов к трактовке и классификации безличных предложений, особенно в экономическом контексте, требуют систематизации и целостного анализа.

В качестве **объекта** исследования выступают инфинитивные и пассивные безличные конструкции, **предметом** – функциональные характеристики инфинитивных и пассивных конструкций в контексте выражения безличности в английском и русском языках.

Материалом исследования послужили случаи употребления безличных конструкций, отобранные путем сплошной выборки из более 20

экономических статей на английском («Journal of Economic Perspectives») и русском языках («Вопросы экономики»), опубликованные в период с 2020 по 2024 годы.

2. Способы выражения безличности в английском и русском языках. Вопросами выражения безличности в английском языке занимались многие лингвисты, такие как О. А. Березина (2019) и А. А. Аносова (2020). В русском языке исследованием безличных конструкций занимались Н. Т. Зейналова (2021), Е. В. Зарецкий (2008), Е. С. Паташкова (2010) и А. В. Петров (2012, 2014). Они рассматривали безличные конструкции как значимый элемент грамматического строя языка.

2.1. В английском языке безличность преимущественно выражается через конструкции с формальным подлежащим (*it, there*), а также посредством пассивных и инфинитивных структур (Березина 2019: 11). Английский язык компенсирует отсутствие морфологической безличности обязательным сохранением синтаксического подлежащего, использованием пассивного залога вместо бесподлежащных конструкций и распространённым применением инфинитива в безличных оборотах:

(1) англ. *To see this, it is useful to consider a narrower definition of post-tax income – disposable cash income* ‘Чтобы проиллюстрировать это, полезно рассмотреть более узкое определение постналогового дохода – располагаемый доход’;

(2) англ. *The amount and type of data accessed by US authorities is not publicly known* ‘Объем и характер данных, к которым имеют доступ власти США, не раскрываются публично’;

(3) англ. *Of course, there is some level of the minimum wage at which employment will decline significantly*. ‘Разумеется, существует такой уровень минимальной заработной платы, при котором занятость существенно снизится’.

2.2. Русский язык характеризуется широкой системой безличных конструкций, включающей глагольные формы безличности, конструкции с инфинитивами, краткие страдательные причастия и особые предикативные слова (Зейналова 2021: 71). Синтетические механизмы безличности в русском языке проявляются в использовании глаголов в форме третьего лица единственного числа, среднего рода прошедшего времени, а также возвратных глаголов на *-ся*, создающих эффект отсутствия агенса – лица, выполняющего действие. В русском языке безличные конструкции преимущественно выражаются морфологическими средствами, включая безличные глаголы, формы среднего рода прошедшего времени, возвратные глаголы, инфинитивные конструкции (Петров 2014: 7). Рассмотрим примеры из экономических статей, демонстрирующие эти механизмы:

(4) рус. Показано, что санкционные эффекты отличаются неоднозначностью, изменчивостью во времени и разнонаправленностью. (букв. *It has been demonstrated that…*);

(5) рус. Можно утверждать, что бюджетные правила выступают недостаточным условием проведения контрциклической бюджетной политики. (букв. *It can be argued that…*);

(6) рус. Отметим, что восстановление роста в ходе кризисов всегда занимает значительное время. (букв. *It should be noted that…*);

(7) рус. В странах ЕС наблюдается активное восстановление спроса на нефть. (букв. *There is a strong recovery in oil demand…*);

(8) рус. Однако в периоды экономического роста расходы также чаще увеличивают вслед за положительной динамикой бюджетных доходов. (букв. …expenditures are also more often increased…).

Безличные конструкции русского языка являются одной из наиболее употребительных синтаксических моделей, обеспечивая выражение модальности, оценки и неопределённости.

2.3. Безличность английском и русском языках реализуется различными способами, что обусловлено их типологическими характеристиками. Результаты сравнительного анализа показывают, что английский язык использует синтаксические механизмы, такие как конструкции с формальным подлежащим и пассивный залог, а в русском языке преобладают бесподлежащные формы (Зарецкий 2008: 149). В английском языке безличность нередко передаётся через грамматическое размывание субъекта, что достигается за счёт использования инфинитивных конструкций и страдательного залога (Березина 2019: 9). Типологические различия в выражении безличности связаны с эволюцией языков: английский развил аналитические структуры, компенсирующие отсутствие морфологической маркированности, а русский язык сохранил синтетические формы.

3. Выводы. Проведённый анализ способов выражения безличности в английском и русском языках на материале экономических статей позволяет сделать выводы о роли безличных конструкций.

3.1. В английских текстах безличные конструкции составляют 30–40% глагольных форм, обеспечивая деагентивность и аналитичность, тогда как в русских – 48–50%, тем самым подчёркивая синтетическую природу языка.

3.2. В обоих языках безличность выражает тенденции, закономерности и прогнозы, снижая субъектность, обеспечивая объективность и независимость от автора.

3.4. В английских экономических статьях пассивный залог широко используется, но его доля ниже, чем в русскоязычных статьях, так как в английском стиле чаще допускается активный залог с субъектом. В англоязычных экономических текстах модальные инфинитивные конструкции используются реже, однако в русскоязычных статьях частотность их употребления высока. Это подчеркивает ориентацию на гипотетические и нормативные суждения и связано с особенностью русского научного стиля.

3.5. В отличие от экспрессивных стилей, где безличные конструкции используются для передачи эмоционального состояния, в экономическом тексте они выполняют функцию создания формального и объективного стиля изложения.

Список литературы

1. *Аносова, А. А.* Функционирование неличных форм глагола в научно-технических текстах русского и английского языков / А. А. Аносова // Вестник ЮУрГУ. Серия: Лингвистика. – 2020. – Т. 17, № 1. – С. 48–52.

2. *Березина, О. А.* Категория «безличность» в современном английском языке: автореф. дис. ... д-ра филол. наук / О. А. Березина. – Санкт-Петербург, 2019. – 43 с.

3. *Зарецкий, Е. В.* Безличные конструкции в русском языке: культурологические и типологические аспекты (в сравнении с английским и другими индоевропейскими языками): монография / Е. В. Зарецкий. – Астрахань: Издательский дом «Астраханский университет», 2008. – 564 с.

4. *Зейналова, Н. Т.* Безличные предложения в современном русском языке / Н. Т. Зейналова // Язык и литература. – 2021. – № 3 (117). – С. 71–73.

5. *Паташкова, Е. С.* Безличные предложения в синтаксической системе языка / Е. С. Паташкова // Вестник ЮУрГУ. – 2013. – С. 298 – 301.

6. *Петров, А. В.* Грамматика безличности / А. В. Петров // *Cuadernos de Rusística Española*. – 2012. – № 8. – С. 47–55.

7. *Петров, А. В.* Система безличных предложений в современном русском языке: учеб. пособие / А. В. Петров. – Москва: ФЛИНТА, 2014. – 162 с.

Попел В. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Устойчивые выражения с компонентом «имя числительное» в английском и русском языках

1. Введение. Данная работа посвящена изучению структуры и семантики фразеологизмов и паремий с числительным компонентом в английском и русском языках.

Актуальность исследования обусловлена важностью изучения числительных в контексте языковой и культурной коммуникации. Имена числительные являются неотъемлемой частью повседневной коммуникации, а их комбинация с фразеологизмами и пословицами придает текстам и высказываниям особую силу и выразительность. Изучение таких единиц позволяет понять особенности каждого языка, их культурные и исторические контексты, а также различия в функционировании фразеологических единиц (далее – ФЕ) и паремий (далее – ПЕ) в сопоставляемых языках. Использование числительных во фразеологических единицах несёт этнокультурную специфику, поэтому для каждого народа знаменательными являются только определённые числа (Кунин 1996: 19). Некоторые имеют общечеловеческий символизм, который является понятным повсеместно.

В качестве **объекта** исследования выступают фразеологические единицы и паремии с компонентом «имя числительное» в английском и русском языках.

Предметом исследования является структура и семантика фразеологических единиц и паремий с компонентом-числительным в английском и русском языках.

Цель исследования заключается в выявлении сходств и различий фразеологических единиц и паремий с компонентом «имя числительное» в английском и русском языках.

Материалом исследования послужили 531 ед. фразеологических единиц и паремий (англ. – 224 ед., рус. – 307 ед.), содержащие в своей структуре количественные и порядковые числительные в английском и русском языках. ФЕ и ПЕ были отобраны путём сплошной выборки из авторитетных лексикографических источников английского языка, среди которых «Большой англо-русский фразеологический словарь» под ред. А. В. Кунина, «Большой фразеологический словарь русского языка» В. Н. Телии, «Фразеологический словарь русского литературного языка» под ред. А. И. Фёдорова, «Cambridge Idioms Dictionary», «Oxford Dictionary of English Idioms», «Longman Dictionary of English Idioms».

2. Структура ФЕ и ПЕ с числительным компонентом в английском и русском языках. Подавляющее большинство ФЕ являются двувершинными и многовершинными: (1) англ. *one and only*, (2) *a nine's day wonder*; рус. (3) *первый во всём*, (4) *в один голос*. Самые малочисленные группы – адъективные (2,7% английских ФЕ, 1,6% русских ФЕ) и междометные (1,8% английских ФЕ, 1,3% русских ФЕ) фразеологизмы. Субстантивные ФЕ составляют подавляющее большинство в английском языке (28%), а адвербиальные – в английском (31,3%). На третьем месте коммуникативные фразеологизмы в обоих языках (22% английских, 20,2% русских ФЕ). За ними следуют глагольные ФЕ (23,2% английских ФЕ, 23,5% русских ФЕ).

ФЕ, относящиеся к междометным, передают эмоции. Например, в английском языке используется *Give me five!* ('Дай пять!'), а в русском – *Чёрта с два!*. Адъективные фразеологизмы выполняют функцию прилагательных, как в английском *as cross as two sticks* ('рассерженный') и русском *похожие, как две капли воды*.

Коммуникативные фразеологизмы выражают определённые смыслы в речи. В английском языке встречается *One hour in the morning is worth two in theevening* ('утро вечера мудренее'), в то время как в русском используется *Семеро одного не ждут*. К субстантивным относятся устойчивые выражения, функционирующие как существительные, среди которых английское *seven-leagued boots* ('семимильные сапоги') и русское *седьмая вода на киселе*. Глагольные выражения включают глаголы и обозначают действия. В английском языке есть выражение *Kill two birds with one stone* ('убить двух зайцев'), а в русском – *Жить в четырёх стенах*.

Адвербиальные фразеологизмы выполняют роль наречий. Например, в английском языке употребляется *In seventh heaven* ('на седьмом небе'), а в русском – *В один голос*.

В составе фразеологизмов обоих языков самыми частотными являются числа «один», «два» и «три». Это можно объяснить тем, что эти числа

многозначны (Авезова 2019: 17). Они вбирают в себя как положительную, так и отрицательную коннотации (Аверина 2013: 24).

3. Семантика ФЕ и ПЕ с числительным компонентом в английском и русском языках. В результате анализа отобранного материала были выделены 7 лексико-семантических групп.

Лексико-семантическая группа ФЕ, обозначающая поведение и действия человека, наиболее широко представлена в обоих языках (англ. – 83 ед., рус. – 92 ед.). К ФЕ данной группы относятся такие единицы, как, например, (5) англ. *take five* ‘отдохнуть пять минут’; (6) рус. *сидеть на двух стульях* ‘человек стремится везде быть первым, при этом даже если у него не все хорошо получается, он везде умудряется быть на плаву’.

Группа фразеологизмов, обозначающих образ действия и результат, является второй по продуктивности (61 единица в английском языке, 87 единиц – в русском): (7) англ. *six and two threes*, (8) рус. *один на один* ‘равнозначность или эквивалентность двух вариантов или ситуаций’.

Третья по продуктивности ЛСГ с семантикой внешности и характера человека насчитывает 23 единицы в английском языке ((9) англ. *dressed to the nines* ‘элегантно одетый’) и 45 единиц в русском языке ((10) рус. *одна кожа да кости*).

Четвертая группа – оценка межличностных отношений, положения в обществе. В английском языке таких фразеологизмов 18 ((11) англ. *one for all* ‘один за всех’), в русском – 29 ((12) рус. *десятая вода на киселе*). Группа ФЕ с семантикой физического и эмоционального состояния является самой малочисленной (15 единиц в английском языке, 26 единиц – в русском): (13) англ. *as cross as two sticks* ‘очень рассерженный’, (14) рус. *быть на седьмом небе от счастья*.

Нейтральное оценочное отношение составляет отдельную ЛСГ, в которую входят 9 единиц в английском языке и 10 единиц – в русском: (15) англ. *two heads are better than one* ‘две головы лучше одной’, (16) рус. *семь пятниц на неделе*.

4. Выводы.

4.1. В результате исследования было выделено 7 лексико-семантических групп: 1) поведение и действия человека; 2) образ действия и результат; 3) внешность и характер человека; 4) оценка межличностных отношений, положения в обществе; 5) физическое и эмоциональное состояние; 6) нейтральное оценочное отношение; 7) абстрактное значение.

4.2. При рассмотрении коннотаций в выявленных фразеологических единицах было обнаружено, что в пяти семантических группах превалирует негативная оценка фразеологизмов. При анализе полноты соответствия фразеологизмов двух языков было выявлено, что фразеологизмов с частичным соответствием и несоответствием оказалось больше, чем тех, которые полностью совпадают в двух языках. Это объясняется тем, что английская и русская культура отличаются между собой. Данный факт находит отражение и в языках, которые относятся к разным группам индоевропейской языковой семьи.

4.3. Анализ фразеологических единиц показал их совпадение в некоторых значениях, что объясняется принадлежностью обеих культур к общим европейским традициям, к общему вероисповеданию – христианству, общими закономерностями мышления и логики, общими современными реалиями и проблемами.

Список литературы

1. *Авезова, Б. С.* Структурно-семантический анализ именных фразеологизмов с числительным «один» в английском, русском, таджикском языках и языке хинди / Б. С. Авезова // Филологические науки в МГИМО. – 2019. – №. 7. – С. 6–23.

2. *Аверина, М. А., Хомутова, Т. Н.* Числовой компонент фразеологических единиц русского и английского языков / М. А. Аверина, Т. Н. Хомутова // МНКО. – 2013. – № 5 (42).

3. *Кунин, А. В.* Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Русский язык, 1984. – 944 с.

4. *Кунин, А. В.* Курс фразеологии современного английского языка / А. В. Кунин. – 2-е изд., перераб. – Москва: Высшая школа; Дубна: Феникс, 1996. – 381 с.

5. *Ларин, Б. А.* О числительных: (Ст. девятая) / Б. А. Ларин // Лит. учеба. – 1934. − № 10. – С. 112–119.

Прогонюк И. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Имена собственные в текстах политических статей (на материале онлайн-версий англоязычных и русскоязычных СМИ)

Имена собственные играют ключевую роль в формировании политического дискурса, выступая маркерами идеологических установок и инструментами воздействия на аудиторию. Как отмечает Т. Ван Дейк, они не только идентифицируют субъекты, но и актуализируют оценочные коннотации, формируя восприятие событий. Например, использование сочетаний *The Biden administration* в англоязычных СМИ и *The Zelensky team* в русскоязычных медиа отражает различия в подаче политических акторов (van Dijk 2006: 359).

Актуальность темы обусловлена тем, что медиатексты, будучи основным источником информации, оказывают прямое влияние на общественное мнение. Исследования К. Лассен подчеркивают, что выбор имён собственных, например, *Кремль* вместо *правительство России* может манипулировать восприятием, создавая скрытые ассоциации. В условиях цифровизации медиапространства анализ онлайн-статей позволяет выявить динамику языковых стратегий в реальном времени.

Цель исследования – провести сопоставительный анализ функций и лингвистических особенностей употребления имён собственных в политических статьях онлайн-версий англоязычных (The Guardian, BBC) и

русскоязычных (РИА Новости, Коммерсантъ) СМИ за 2021–2023 гг., направленный на выявление культурно-обусловленных стратегий идеологического воздействия на аудиторию.

Сравнительный анализ англоязычных и русскоязычных СМИ демонстрирует культурную и политическую специфику использования имён. Так, в западных изданиях чаще встречаются прямые оценки *The Lukashenko regime*, тогда как в российских СМИ преобладают нейтральные формулировки *президент Беларуси,* что связано с различиями в медийных традициях (Lassen 2021: 180).

Задачи работы:

1. Провести анализ контекстов, где имена служат для маркировки позиции автора.

2. Изучить случаи, когда имена собственные используются для создания эмоционального подтекста.

В лингвистике имена собственные (ИС) определяются как единицы, обозначающие уникальные объекты и противопоставленные именам нарицательным. Их ключевая функция – индивидуализация.

Классификация ИС включает:

- персоналии *Владимир Путин, Joe Biden*;
- топонимы *Киев, Donbass*;
- названия организаций *НАТО, ООН*;
- идеологические маркеры *Западный мир, Свободная Европа;*

В медиатекстах ИС выполняют несколько функций:

- Идентификация: точное указание на объект *President Joe Biden of the United States;*
- Оценка: внедрение скрытой оценки через контекст *«режим Зеленского»* vs. *«правительство Украины»*;
- Создание контекста: связь с историческими или культурными нарративами (*«Третий рейх»* в статьях о неонацизме).

В англоязычных СМИ имена собственные используются для эксплицитной оценки, как в сочетаниях «Putin’s regime» и «Lukashenko’s dictatorship», в то время как нейтральные номинации, например, «President Biden», встречаются реже. Топонимы, такие как Donbass, сопровождаются эмоциональными эпитетами, например, *Ruined Donbass*, *Peaceful Donbass, Glorious Donbass, Problematic Donbass, Conflict-ridden Donbass* (van Dijk 2006: 383).

В русскоязычных медиа преобладает имплицитная оценка: опускание титулов снижает легитимность, например, *Зеленский заявил*, а замены типа *киевский режим* связывают географию с идеологией. Идеологемы, такие как *специальная военная операция*, минимизируют масштаб конфликтов, а кавычки в терминах, например, *«Западные партнёры»*, выражают иронию.

Сопоставительный анализ показывает, что англоязычные СМИ используют прямую критику, тогда как русскоязычные применяют скрытую дискредитацию. В англоязычных статьях преобладают персоналии, тогда как

в русскоязычных чаще упоминаются коллективные субъекты. Западные медиа ссылаются на исторические аллюзии, а российские – на идеологические конструкции. Имена собственные формируют идеологические оппозиции, отражая культурные различия в оценочных стратегиях (Lassen 2021: 180).

Список литературы

1. *Lassen, K.* Media and Political Communication / K. Lassen. – New York: Routledge, 2021. – 180 p.

2. *van Dijk, T. A.* Discourse and Manipulation / T. A. van Dijk // Discourse & Society. – 2006. – Vol. 17 (2). – P. 359–383.

Прокопенко В. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвостилистические приемы в рекламных текстах русского и немецкого языков

Реклама является главным инструментом маркетинговых коммуникаций. Одним из ключевых факторов ее эффективности является использование выразительных языковых средств, которые позволяют привлечь внимание аудитории, усилить эмоциональное воздействие, повысить запоминаемость слоганов и сформировать положительный образ бренда.

Объектом исследования являются рекламные тексты на русском и немецком языках.

Предмет исследования – лингвостилистические приемы, используемые в рекламе.

Цель исследования – выявление и анализ языковых приемов, характерных для рекламных текстов в русском и немецком языках, их функциональных особенностей и влияния на восприятие аудитории.

Материалом исследования послужили рекламные тексты, включающие слоганы и рекламные сообщения, созданные на русском и немецком языках.

Важно отметить, что рекламные тексты ориентированы на среднестатистического потребителя, а значит текст должен быть простым и понятным, но в то же время интересным. В рекламных текстах преобладает нейтральная лексика. Несмотря на это, существенную роль в рекламном тексте играют выразительные средства языка, такие как эпитеты, метафоры, гиперболы и др. (Гасанова, 2024).

Разнообразие языковых средств, которые используется в рекламе, охватывает фонетический, лексический, морфологический и синтаксический уровни. Среди фонетических приемов наибольшей популярностью пользуются аллитерация и ассонанс, придающие тексту ритмичность и благозвучность (Алиева, 2022). Например, такая конструкция, как «*Red Bull окрыляет*», *“Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso”* демонстрируют рифмованную и звуковую игру, которая привлекает внимание и усиливает рекламный текст.

Лексические приемы включают в себя метафоры, эпитеты, неологизмы и элементы разговорной речи, которые помогают создать выразительный и эмоционально насыщенный текст. Метафорические конструкции, такие как «*Кофе – заряд бодрости на весь день*», *"Milka – Die zarteste Versuchung, seit es Schokolade gibt"* формируют у потребителя яркие ассоциации, а использование неологизмов, например, «*Ореоменты*» (сочетание Oreo + моменты), способствует созданию уникального имиджа бренда.

Морфологический уровень также играет значительную роль в построении рекламного текста. Часто используются императивные формы глаголов, подчеркивающие побудительный характер текста: «*Попробуй!*», «*Сделай шаг навстречу мечте!*», "*Gönn dir was Gutes!*".

Синтаксические приемы включают риторические вопросы, инверсию и параллелизм. Вопросительные конструкции, такие как «*Хочешь сэкономить?*», "*Lust auf was Neues?*", создают эффект диалога с аудиторией, побуждая ее к размышлению.

Стилистические фигуры, такие как гипербола, градация и антитеза, также являются мощными инструментами воздействия. Гиперболические выражения, например «*Самый вкусный шоколад в мире!*», "*Nichts ist unmöglich – Toyota*", усиливают эмоциональный эффект.

Лингвостилистические приемы в рекламе выполняют манипулятивную функцию, влияют на потребительские предпочтения. Часто используется игра на позитивных и негативных коннотациях. Недосказанность также является популярным приемом, когда рекламный текст намекает на некую выгоду, но оставляет потребителю возможность самому додумать детали.

Сторителлинг, или создание мини-историй в рекламе, способствует установлению эмоциональной связи с брендом, делая продукт частью личного опыта потребителя (Назайкин, 2023).

Анализ успешных рекламных кампаний показывает, что применение лингвостилистических приемов существенно повышает эффективность маркетинговых коммуникаций. Удачные слоганы и рекламные тексты, в которых использованы выразительные языковые средства способствуют формированию прочных ассоциаций с брендом.

Таким образом, лингвостилистические приемы являются неотъемлемой частью рекламных текстов. Современные тенденции в рекламе демонстрируют рост интереса к персонализации текстов, использованию креативных языковых стратегий и интеграции новых стилистических решений.

Список литературы

1. *Алиева, М. А.* Аллитерация и ассонанс как средство фонетического воздействия / М. А. Алиева // Вестник Международного Университета Кыргызстана. – 2022. – № 2 (46). – С. 235–242.

2. *Гасанова, К.* Лингвистические особенности рекламных текстов (на примере компании «Pepsi») / К. Гасанова // Сопоставительное изучение германских и романских языков и литератур: материалы XXII

Международной студенческой научной конференции. – Донецк: Донецкий национальный университет. – 2024. – С. 118–121.

3. *Назайкин, А. Н.* Сторителлинг в рекламе и PR / А. Н. Назайкин // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. – 2023. – № 2. – С. 137–140.

Протопопов И. Е.
ФГАОУ ВО «СКФУ» (г. Ставрополь)

Особенности текстовой семантики синонимического ряда со значением «доброта» в англоязычном оригинале и его переводе

Исследование семантических и структурных особенностей синонимических рядов представляет собой важное направление в современной антропоцентрически ориентированной лингвистике, поскольку позволяет проникнуть в механизмы формирования, трансляции и восприятия смысловых оттенков и авторских обертонов. Акцент в данной работе сделан на текстовой синонимической парадигме со значением *доброта* в англоязычном оригинале и его переводной версии, что актуально в контексте изучения проблем межъязыковой эквивалентности и специфики передачи концептуальных значений. *Доброта* как морально-этическая категория занимает значимое место в языковой картине мира, а ее вербализация через синонимические средства разной степени семантической близости отражает культурные и когнитивные особенности носителей языка. Понятие *доброта* с точки зрения включенности в ценностную и языковую картины мира и соотнесенности его параметров с онтологическими характеристиками языковой картины мира является важным для русско- и англоязычной традиции в целом (Бережкова 2011: 20).

Целью исследования является выявление специфики текстовой семантики и структурной организации синонимического ряда, выражающего значение *доброты*, в оригинальном тексте и его переводе, а также анализ факторов, влияющих на выбор эквивалентных соответствий в процессе перевода. Работа основывается на методах семантического, контекстуального и сравнительного приемов анализа, что позволяет раскрыть особенности функционирования синонимов в разных лингвокультурах.

Задачи исследования:

1. Определить состав и структуру синонимического ряда со значением «доброта» в англоязычном оригинале, выявив ключевые лексические единицы, выражающие данное значение и их семантические оттенки.

2. Проанализировать семантические особенности синонимов, входящих в исследуемый ряд, с учетом их контекстуального употребления и стилистической маркированности.

3. Сравнить структуру и семантику синонимического ряда в оригинале и переводе, определив степень сохранения смысловых оттенков и стилистических особенностей.

В качестве материала использовался оригинальный текст романа Дж. Остин «Sense and Sensibility» и его перевод на русский язык, выполненный И. Г. Гуровой. Основное внимание уделено выявлению сематически связанных средств со значением *доброта* и анализу особенностей их функционирования в коррелирующих текстах. Важно отметить, что синонимами являются слова, содержащие в своих, сходных в целом, значениях те или иные различия (Апресян 1995: 217), однако в художественной речи в семантические переклички по воле автора вступают единицы, которые синонимами не являются. Писатель использует индивидуально-авторские номинации разной степени семантической близости, используя механизмы синонимического варьирования и акцентируя таким образом концептуально значимые смыслы. Поэтому исследование базируется на широком понимании синонимов, по-разному и с разной степенью семантического сближения отражающих специфику художественной рефлексии, которая должна быть сохранена в адекватном переводе.

Как показал анализ, в англоязычном оригинале романа значение *доброта* передается через целый ряд лексических единиц, таких как *kindness*, *goodness*, *benevolence*, *generosity*, *compassion*, отражающих ее проявления в различных коммуникативных ситуациях. Каждый из этих синонимов наделяется в романе своими семантическими оттенками. По мнению С. В. Серебряковой, «процессы синонимизации расширяют свой функциональный потенциал, втягивая в семантическое взаимодействие не только семантически, но и ассоциативно связанные единицы» (Серебрякова 2022: 239). Согласно толковому словарю Merriam Webster's, *kindness* подчеркивает проявление доброты в повседневных взаимодействии, а *benevolence* акцентирует благожелательность и желание делать добро.

Для иллюстрации обратимся к контексту:

*Her **kindness** was not confined to words; for within an hour after Elinor's arrival, she brought her a plate of sandwiches. (J. Austen)*

'Ее **доброта** не ограничивалась словами; уже через час после приезда Элинор она принесла ей тарелку сэндвичей.' (Д. Остин, пер. И. Г Гуровой)

В данном контексте *kindness* выражает конкретное проявление заботы и внимания, которое передано на русский язык соответствием *доброта*, сохраняющим общий смысл, но несколько нивелирующим конкретику английского оригинала.

В русском переводе синонимический ряд со значением *доброта* включает такие лексемы, как *доброта*, *доброжелательность*, *щедрость*, *сострадание*, *милосердие*. Переводчик стремится сохранить семантические оттенки, однако в некоторых случаях наблюдается смещение акцентов. Например, *kindness* чаще всего переводится как доброта, но в отдельных контекстах может быть передано как *доброжелательность* или *забота*.

*She was received by Lady Middleton with more than politeness; with a **kindness** which Sir John's account of her and her own gratitude for his **kindness** in bringing her to Barton Park made almost natural. (J. Austen)*

‘Леди Миддлтон приняла ее не просто вежливо, но с **доброжелательностью**, которая казалась почти естественной благодаря рассказу сэра Джона о ней и ее собственной **благодарности** за его любезность в том, что он привез ее в Бартон Парк.’ (Д. Остин, пер. И. Г. Гуровой)

Здесь доброжелательность передает не просто формальную вежливость, но и искреннее расположение. В оригинале используется слово *kindness*, которое в русском переводе приобретает более социально-ориентированный оттенок. Переводчик делает выбор в пользу расширения синонимического ряда, используя единицы с сильной синонимической связью по отношению к номинации *доброта – доброжелательность* и *благодарность*.

Сравнение оригинального текста и перевода позволяет выявить как сходства, так и различия в передаче семантики синонимических средств. В целом, переводчик стремится сохранить их функциональную специфику, однако в некоторых случаях наблюдается упрощение или утрата отдельных оттенков значения. Например, *benevolence* может быть переведено как *доброжелательность* или *благожелательность*, что, однако, не всегда точно передает нюансы значения английского слова.

*Colonel Brandon’s **benevolence** was not confined to words; he had already offered Edward a living on his estate. (J. Austen)*

‘**Благожелательность** полковника Брэндона не ограничивалась словами; он уже предложил Эдварду место на своем поместье.’ (Д. Остин, пер. И. Г. Гуровой)

В данном контексте семантика существительного *benevolence* выражается через конкретные действия, подчеркивая щедрость и готовность помочь. В переводе используется слово *благожелательность* в целях сохранить возвышенный тон. Д. Остин наполняет синонимический ряд новыми номинациями, переводчик, в свою очередь, адекватно передает семантическую и прагматическую составляющие контекста, также расширяя синонимический ряд единицами разной степени семантической близости.

Анализ текстового синонимического ряда со значением *доброта* демонстрирует сложность передачи окказиональных номинаций как отражения индивидуально-авторского оценочного мировидения с учетом контекстуальных и культурных особенностей.

Список литературы

1. *Апресян, Ю. Д.* Избранные труды. Лексическая семантика / Ю. Д. Апресян. – Т. 1. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Школа «Языки русской культуры», Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 1995. – 472 с.

2. *Бережкова, Д. В.* Понятие «доброта» в концептуальном пространстве английской народной сказки: автореф. дис. кандидата филологических наук: 10.02.04. / Д. В. Бережкова. – Москва, 2011. – 26 с.

3. *Остин, Д.* Чувство и чувствительность: Роман / пер. с англ. И. Г. Гуровой (1988); коммент. Е. Гениевой, Н. Демуровой. – Москва: Издательство АСТ, 1999. – 381 с.

4. *Серебрякова, С. В.* Когнитивно-прагматическая обусловленность синонимической аттракции как маркера концептуально значимой информации

// Когнитивные парадигмы языкового сознания и проблемы билингвизма в современной лингвистике: материалы III Международной научной конференции. – Майкоп: АГУ, 2022. – С. 235–243.

5. *Austen, J.* Sense and Sensibility. – NY: Barnes & Nobles, 2003. – 271 p.

Рзаева Э. Э. кызы
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Морфологические особенности персонификации в английском и русском художественном тексте

Данный доклад посвящен изучению персонификации, которая является одним из ключевых тропов художественной речи, позволяющих наделять неодушевлённые объекты, абстрактные понятия и явления человеческими качествами. Этот приём усиливает образность и эмоциональное воздействие текста, делая описания более выразительными (Воскресенская, 2016).

Актуальность данной работы обусловлена необходимостью дальнейшего исследования особенностей стилистических приемов, функционирующих в художественных текстах разноструктурных языков.

Объект исследования данной работы составляет персонификация, используемая в текстах англо- и русскоязычной художественной литературы.

Предметом исследования выступают морфологические свойства персонификации в английском и русском языках.

Целью данной работы является сопоставительный анализ морфологических характеристик персонификации в английском и русском художественном тексте.

Материалом исследования послужили 144 примера употребления персонификации в произведении Оскара Уайльда «Портрет Дориана Грея» и 103 примера – в произведении Ф. М. Достоевского «Преступление и наказание».

Проведенное исследование показывает, что персонификация как стилистический приём широко используется в художественной литературе и выполняет ряд значимых функций. Этот приём позволяет передать эмоциональное состояние персонажей, создать образную характеристику явлений и предметов, а также усилить выразительность текста.

В произведениях Оскара Уайльда и Ф. М. Достоевского персонификация реализуется в различных формах: субстантивной, адъективной и глагольной (в соответствии с частеречной классификацией, предложенной Е. В. Серебряковой на материале немецкого языка (Серебрякова, 2010)).

1. Глагольная персонификация – 107 ед. (74,31%) в английском языке и 71 ед. (68,93%) в русском языке. Глаголы, обозначающие действия, состояния и эмоции, широко используются в художественной речи (Серебрякова, 2010). В рамках данного вида персонификации употребляются глаголы восприятия,

эмоций, передвижения, а также глаголы, обозначающие деятельность живых существ:

(1) *...shadows of his crime were to peer at him from silent corners, to mock him from secret places, to whisper in his ear...* '...тени его преступления должны были заглядывать на него из безмолвных углов, насмехаться над ним из укромных мест, шептать ему в ухо...';

(2) *The sense of his own beauty came on him like a revelation.* 'Ощущение собственной красоты охватило его, словно откровение';

(3) *Сильно билось его сердце, и сильно волновались его мысли;*

(4) *Страх охватывал его всё больше и больше....*

2. Субстантивная персонификация – 23 ед. (15,97%) в английском языке, 10 ед. (9,71%) в русском языке. Персонификация часто затрагивает лексико-грамматические категории имени существительного, включая конкретность / абстрактность, одушевлённость / неодушевлённость и грамматический род. В русском языке категория рода является морфологической и представлена тремя основными разрядами: мужским, женским и средним. В английском языке, напротив, грамматическая категория рода утратила свою формальную выраженность, и род существительных преимущественно определяется семантически. Вместо морфологического рода английский язык использует систему местоимений (*he* 'он', *she* 'она', *it* 'оно') для указания на пол и одушевлённость, что особенно важно в контексте персонификации. Существуют два типа субстантивной персонификации: эксплицитная, когда персонифицируемый объект выражен явно, и имплицитная, когда персонифицируемый объект скрыт в контексте (Серебрякова, 2010).

В проанализированном английском тексте зафиксированы оба типа субстантивной персонификации (эксплицитных – 16 ед. (69,57%), имплицитных – 7 ед. (30,43%)):

(5) *At last, liveried in the costume of the age, reality entered the room in the shape of a servant...* 'Наконец, одетая в костюм эпохи, реальность вошла в комнату в образе слуги...' (эксплицитная субстантивная персонификация);

(6) *This bud of love by summer's ripening breath / May prove a beauteous flower when next we meet…* 'Да превратится этот бутон любви, созревающий под дыханием лета, в прекрасный цветок, когда мы встретимся в следующий раз...' – (имплицитная субстантивная персонификация).

В русском языке обнаруживается только один тип – эксплицитный (10 ед. (9,71%)):

(7) *Чувство бесконечного отвращения, начинавшее давить и мутить его сердце;*

(8) *Опять сильная, едва выносимая радость… овладела им на мгновение.*

3. Адъективная персонификация – 14 ед. (9,72%) в английском языке и 22 ед. (21,36%) в русском языке. Прилагательные и причастия как персонификаторы играют вспомогательную роль, но усиливают эффект персонификации (Серебрякова, 2010). Адъективная персонификация характеризуется использованием прилагательных и причастий, которые

придают неодушевлённым предметам или явлениям свойства, присущие живым существам:

(9) *...whose tremulous branches seemed hardly able to bear the burden of a beauty so flamelike as theirs*» '...чьи дрожащие ветви, казалось, едва могли выдержать бремя своей огненной красоты';

(10) *Нестерпимая же вонь из распивочных... довершила отвратительный и грустный колорит картины.*

Таким образом, в проанализированных произведениях персонификация реализуется преимущественно через глаголы, передающие действия и состояния. В то же время для русского текста характерно более активное использование адъективной персонификации, а субстантивная персонификация проявляется менее вариативно, чем в английском языке. Дальнейшие исследования могут быть направлены на анализ употребления различных типов персонификации в литературе разных периодов, а также на выявление возможных корреляций между частотностью их использования и специфическими особенностями грамматического строя языков.

Список литературы

1. *Воскресенская, С. Ю.* Метафора и персонификация: к проблеме взаимоотношений / С. Ю. Воскресенская // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». – 2016. – № 4. – С. 11−15.

2. Серебрякова, Е. В. Персонификация как приём иносказания (на материале немецкоязычного художественного текста): автореф. … дис. канд. филол. наук: 10.02.04 / Е. В. Серебрякова. – Москва: Московский педагогический гос. ун-т., 2010. − 26 с.

3. *Достоевский, Ф. М.* Преступление и Наказание / Ф. М. Достоевский. – Москва: «Русский вестник», 1866. – 488 с.

4. *Wilde, O.* The Picture of Dorian Gray / Oscar Wilde. – America: Lippincott's Monthly Magazine, 1891. – 253 с.

Селезень Е. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Сопоставительный анализ переводов рассказа «Дама с собачкой» А. П. Чехова на немецкий язык

А. П. Чехов – один из самых изучаемых российских писателей в Германии. Художественный перевод его драматургии на немецкий язык – задача, требующая от переводчика особых усилий. Необходимо не только передать значение слов, используемых в тексте, но и передать общую идею и мотивы, пронизывающие произведение Чехова, и адаптировать его для немецкого читателя. С 1902 по 1905 год в Германии вышло 42 издания произведений русского писателя. Особое внимание переводчиков привлекли пьесы «Чайка», «Три сестры» и «Дядя Ваня» (Разумова, 2014).

Переводческие (межъязыковые) трансформации обеспечивают переход от единиц оригинала к единицам перевода (Комиссаров,1990). Актуальность

темы обусловлена необходимостью анализа использования изменений и трансформаций при переводе с одного языка на другой с целью наиболее точной передачи содержания текста на языке оригинала на текст на языке перевода.

Проблематика данной работы заключается в выявлении наиболее приемлемых и часто используемых переводческих трансформаций, применяемых в переводе.

Цель исследования – проанализировать лексические и грамматические трансформации в переводах рассказа А. П. Чехова на немецкий язык.

Задачи работы следующие:

– изучить научную литературу по творчеству А. П. Чехова и по переводу в целом;

– проанализировать варианты перевода рассказа «Дама с собачкой» А. П. Чехова на немецкий язык, выявить переводческие трансформации, использованные в переводах, и проанализировать их влияние на смысл и содержание произведения;

– сделать выводы о применении всех видов переводческих трансформаций при переводе художественных текстов с русского языка на немецкий.

В работе использован материал, включающий произведение А. П. Чехова «Дама с собачкой», его перевод на немецкий язык – “Dame mit dem Hündchen” Александра Элиасберга, а также 155 лексических и грамматических трансформаций.

Александр Элиасберг (1878-1924) – немецкий переводчик, выходец из России. Особое место в его творчестве занимают переводы произведений А. П. Чехова – об этом свидетельствует сборник рассказов автора, вышедший в 5 томах. Несмотря на популярность юмористических рассказов, переводчик стремился представить иностранным читателям Чехова как автора серьезных произведений. Одно из произведений, переведенных А. Элиасбергом, – рассказ «Дама с собачкой». Он утверждал, что «Дама с собачкой» – «...одна из самых прекрасных и самых печальных историй любви в мировой литературе». Элиасберг увидел основной мотив произведения в любовных отношениях героев, а не в мироощущении самого Чехова. Он обращает внимание на темпоральность, но упускает из виду общую ритмическую привязку к этим временным отрезкам. Он часто применяет лексико-грамматическую трансформацию опущения, удаляя моменты, которые считает лексически пустыми. Индивидуальная драма Чехова в глобальном мире природы трансформируется Элиасбергом в контраст земного и небесного, в который ввинчивается история любви.

Лексико-грамматические трансформации оказались самой распространенной группой трансформаций в данном переводе – их обнаружено 99. Среди них: антонимический перевод, 7 приемов (*«Изменять ей он начал уже давно…» “Er nahm es mit der ehelichen Treue seit vielen Jahren nicht mehr genau”*), конверсная трансформация, 13 применений *(«…теперь же ему было не до рассуждений…» “aber jetzt lagen ihm alle Überlegungen fern”*),

метафоризация и деметафоризация, всего 12, экспликация, или описательный перевод, 3 применения, *(«не писала в письмах ъ» "schrieb die vereinfachte Reformorthographie"*). Переводчик часто использует контекстуальную замену (15 случаев), чтобы точнее донести смысл предложений *(«Его женили рано, когда он был ещё студентом второго курса…» "Er wurde jung verheiratet, als er noch Student in den ersten Semestern war…"*). Прием лексического добавления (35 случаев) использовался гораздо чаще, чем прием опущения (14 случаев): *«В рассказах о нечистоте местных нравов много неправды…» "In all den Erzählungen über die in Jalta herrschenden laxen Sitten ist ja vieles übertrieben und erlogen"*.

Что касается передачи русских реалий на немецкий язык, Элиасберг использует как транскрипцию, так и экспликацию *(«…целую порцию селянки…» "eine ganze Portion vom Moskauer Fischgericht – Sseljanka"*). Для географических реалий используется калькирование: *«на Старо-Гончарную…» "in die Alte Töpfergasse…"*, *«в губернском правлении или в губернской земской управе» "ob bei der Gouvernementsverwaltung oder bei der Gouvernements-Semstwoverwaltung"*. Однако некоторые из них все-таки были переведены: *«Приехав в Москву, она останавливалась в «Славянском базаре»…» "In Moskau stieg sie jedesmal im «Slavischen Bazar» ab"*.

Рассказ «Дама с собачкой» был написан А. П. Чеховым в 1899 году. Важнейшей онтологической метафорой в «Даме с маленькой собачкой» является море (Hielscher, 2004). Оно часто изображается в моментах сюжетных поворотов (Дмитрий Дмитриевич и Анна Сергеевна встречаются у моря). Чехов подчеркивает связь с вечной природой, с течением времени, которое неподвластно человеку. Об этом свидетельствует частота мотивов природы: «У нее опустились, завяли черты...».

Изучение драматургии Чехова на русском языке и сопоставление с немецкими версиями показало, что в его произведениях присутствуют национальные явления, реалии и культурные реалии, передача которых может представлять серьезную проблему для успешного перевода. Особая сложность перевода произведений А. П. Чехова заключалась в том, что на немецком языке их невозможно сформулировать в лаконичных предложениях. Многие переводчики прибегали к описательному переводу, добавляя сноски и объясняя факты, что делало структуру текста громоздкой в отличие от оригинального произведения.

Список литературы

1. *Бархударов, Л. С.* Язык и перевод: Вопросы общей и частной теории переводов / Л.С. Бархударов. – Москва: Международные отношения, 1975. – 239 с.

2. *Комиссаров, В. Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров. – Москва: Высшая школа, 1990. – 253 с.

3. *Разумова, Н. Е.* «Дама с собачкой» А. П. Чехова: «непрерывное совершенство» и его переводческая трансформация. // Вестник ТГПУ (TSPU Bulletin) / Н. Е. Разумова. – 2014. – № 7 (148). – С. 157–165.

4. *Чарыяров, С.* Переводы произведений А. П. Чехова на языки мира // Язык в контексте межкультурных и национальных взаимосвязей Материалы VI Международной научно-практической конференции: посвящается 10-летию кафедры русского и татарского языков Казанского государственного медицинского университета / С. Чарыяров. – 2016. – С. 317–323.

5. *Hielscher, K.* «Aber die Wege, die ich gebahnt habe, bleiben heil und unversehrt…» Aktuelles zu Anton Pavlovič Čechov / K. Hielscher // Osteuropa. – Vol. 54, No. 7. – 2004. – S. 19–34.

Силенко Е. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структура фразеологических единиц, обозначающих речевую деятельность человека в немецком и русском языках

Введение. Фразеология, как уникальное явление языка, занимает центральное место в лингвистических исследованиях (Виноградов, 1977). Этот раздел лингвистики изучает устойчивые сочетания слов с определенным значением, включая идиомы, коллокации, поговорки, пословицы и речевые клише. Фразеологические единицы (далее ФЕ) передают идеи, эмоции или ситуации, характерные для культурного и языкового опыта группы людей.

Актуальность исследования ФЕ, обозначающих речевую деятельность человека в немецком и русском языках, обусловлена тем, что они являются ключом к пониманию культурных и исторических особенностей народов. Фразеологизмы отражают уникальные культурные коды и представления, что делает их важным объектом для лингвистических исследований.

Целью работы является исследование сходств и различий в структуре ФЕ, связанных с речевой деятельностью, в немецком и русском языках. Это позволит глубже понять механизмы функционирования ФЕ и раскрыть культурные связи между языками.

Материалом данного исследования послужила словарная выборка немецких и русских ФЕ, обозначающих речевую деятельность человека, насчитывающая 208 ед.

В предложении фразеологизмы, как правило, выступают в качестве целого элемента и выполняют функцию единого члена предложения. В настоящем исследовании выделяются две большие группы ФЕ, которые в свою очередь распадаются на подгруппы:

1. ФЕ со структурой словосочетания;
2. ФЕ со структурой предложения.

ФЕ со структурой словосочетания и их типы

В сопоставляемых языках выявлены ФЕ со структурой словосочетания. К ним относятся парные словосочетания, глагольные фразеологизмы, адвербиальные фразеологизмы, субстантивные фразеологизмы, междометные фразеологизмы.

Парные сочетания слов – это ФЕ с целостным смыслом, возникающим в результате семантического преобразования сочинительных сочетаний, включающих два однородных слова (существительные, прилагательные, глаголы, наречия). Они так названы, поскольку соединены при помощи союзов und / и, реже, oder / или или weder…noch / ни…ни. Ср:

(1) нем. *mit Leib und Seele* ‘всей душой’; *mit Herz und Hand* ‘с душой и руками’;

(2) рус. *ни слуху ни духу*, т.е. ничего не слышно.

Глагольные ФЕ соотносятся с глаголом. Главным компонентом в таких фразеологизмах является глагол, а связь с подчинительными словами – объектная. Глагольные ФЕ могут являться разными членами предложения: предикатом, субъектом, атрибутом. Ср:

(3) нем. *das Wort ergreifen* ‘взять слово’; *ins Wort fallen* ‘перебивать’;

(4) рус. *держать язык за зубами*, т.е. молчать.

Среди глагольных ФЕ выявлено несколько моделей:

1. S (существительное) + V (глагол):

(5) нем. *jemandem das Wort erteilen* – ‘предоставить слово кому-л.’;

(6) рус. *держать слово*, т.е. выполнять обещание.

2. Pron (местоимение) / Adj (прилагательное) + S + V:

(7) нем. *sein Wort halten* ‘держать слово’;

(8) рус. *излить свой гнев.*

3. Präp (предлог) + S + V:

(9) нем. *im Gespräch sein* ‘разговаривать’;

(10) рус. *войти в разговор,* т.е. начать говорить.

4. S + Präp + S + V:

(11) нем. *ein Wort im Munde führen* ‘говорить’;

(12) рус. *слово в слово передать*, т.е. передать дословно.

Адвербиальные ФЕ функционируют в качестве обстоятельств и отвечают на вопросы «как?», «каким образом?» и «где?». Они выражают характеристику действия или степень качественной характеристики предмета. Например:

(13) нем. *mit einem Wort* ‘одним словом’;

(14) рус. *без лишних слов*, т.е. кратко.

Адъективные ФЕ бывают двух типов: компаративные и некомпаративные. Для адъективных сравнительных ФЕ характерна двуплановость значения: одно сравнивается с другим. Ср:

(15) нем. *stumm wie ein Fisch* ‘нем как рыба’;

(16) рус. *нем как могила*.

Субстантивные ФЕ коррелируют с существительным и могут выполнять функции подлежащего, дополнения, несогласованного определения и именной части составного сказуемого. Ср.:

(17) нем. *ein gutes Wort* ‘доброе слово’;

(18) нем. *ein scharfes Wort* ‘резкое слово’;

(19) рус. *острое слово*.

Субстантивные ФЕ образуются по следующим моделям:

1. Adj (прилагательное) + S (существительное):

(20) нем. *ein gutes Wort* ‘доброе слово’;

(21) рус. *пустое слово*.

2. S (существительное) + S (существительное):

(22) нем. *das letzte Wort* ‘последнее слово’;

(23) рус. *музыка слов*, т.е. мелодичная речь.

3. S (существительное) + Präp (предлог) + S (существительное):

(24) нем. *ein Wort im Ohr* ‘слово на ухо’;

(25) рус. *слово за слово*, т.е. разговориться.

Междометные ФЕ соотносимы с междометиями и выражают эмоции и волеизъявления. Ср.:

(26) нем. *Ach, du meine Güte!* ‘о боже мой!’;

(27) рус. *Вот тебе и на!*

ФЕ со структурой предложения

К группе ФЕ, соотносимых с предложением, относятся коммуникативные ФЕ, которые употребляются в качестве целого предложения. Часто в качестве ФЕ со структурой предложения выступают пословицы и поговорки. Ср:

(28) нем. *Reden ist Silber, Schweigen ist Gold* ‘слово – серебро, молчание – золото’;

(29) рус. *Слово не воробей, вылетит – не поймаешь*.

ФЕ рассматриваемого типа могут быть как простыми предложениями, так и сложными. Ср:

(30) нем. *Wenn man den Mund hält, hört man mehr* ‘если молчишь, больше услышишь’;

(31) рус. *Слово – не стрела, а ранит больнее.*

Поговорки и пословицы могут носить не только повествовательный характер, но и вопросительный и побудительный. Например:

(32) нем. *Halt den Mund!* ‘закрой рот!’;

(33) рус. *Не болтай лишнего!*

Итак, анализ структурных особенностей немецких и русских ФЕ, обозначающих речевую деятельность человека, свидетельствует об их большом разнообразии, что обусловлено особенностями грамматического и морфологического строя сопоставляемых языков. В сопоставляемых языках выявлены ФЕ со структурой словосочетания и коммуникативные ФЕ со структурой предложения.

В обоих языках высокую продуктивность обнаруживают ФЕ со структурой словосочетания, которые, в свою очередь, распадаются на глагольные, субстантивные, адъективные, междометные и адвербиальные ФЕ.

Список литературы

1. *Бинович, Л. Э.* Немецко-русский фразеологический словарь / сост. Л. Э. Бинович и Н. Н. Гришин; под ред. д-ра Малиге Клаппенбах и К. Агрикола. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Русский язык, 1975. – 107 с.

2. *Виноградов, В. В.* Основные понятия русской фразеологии как лингвистической дисциплины / В. В. Виноградов // Избранные труды. Лексикология и лексикография. – Москва: Просвещение, 1977. – 140 с.

3. Fleischer, V. Bildung der deutschen modernen Sprache / V. Fleischer // Enzyklopädie. – 1976. – С. 1−45.

Тедеева А. И.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Онимные библеизмы в немецкой, русской и английской литературе: сравнительный анализ

Библейские онимы, то есть собственные имена и топонимы, происходящие из Священного Писания, стали неотъемлемой частью национальных культур и литератур. Хотя их источник един, их семантика и применение значительно варьируются в зависимости от языка и исторического контекста. В русской, английской и немецкой литературе библейские онимы обретают новые значения, отражая уникальные взгляды и принципы каждой культуры.

Актуальность исследования обусловлена тем, что современная филология активно изучает библеизмы как феномен интертекстуальности и межкультурного обмена. Библейские антропонимы и топонимы продолжают использоваться в литературе, журналистике и повседневной речи, выполняя важные стилистические функции. Их анализ углубляет понимание культурных различий, выявляет особенности восприятия религиозных мотивов
и прослеживает переосмысление библейского наследия. В эпоху глобализации изучение подобных явлений особенно важно.

Цель работы – сравнительный анализ использования библейских онимов в русской, английской и немецкой литературах, определение их общих черт и различий, а также факторов, влияющих на их интерпретацию. Материалом исследования послужили произведения русской, английской и немецкой литературы, где библейские онимы играют ключевую роль, включая тексты Достоевского, Толстого, Диккенса, Манна и Кафки. Исследование направлено на выявление универсальных и уникальных черт в употреблении онимных библеизмов в разных культурных традициях, что позволит глубже понять механизмы формирования и трансформации библейского наследия в литературе.

В рамках трех культурных традиций библейские имена нередко служат олицетворением нравственных принципов. К примеру, имя *Иуда* является синонимом предательства (Макаров, 2022). В русской литературе: *«Иуда предал Христа за тридцать серебряников»* (Достоевский, 1880*)*; в английской: *“Yet Judas was hanged on an elder”* (Shakespeare, 1606); в немецкой: *“Judas war ein schwarzer Fleck auf der weißen Weste der Jünger”* (Heine, 1851). Имя Иуды, благодаря библейскому повествованию о предательстве Искариота, широко известному в христианстве, обычно несёт

отрицательную коннотацию. В англоязычной и немецкоязычной литературе, однако, использование этого имени может быть менее эмоционально окрашенным, нежели в русской традиции, где тема предательства Иуды зачастую рассматривается с философской и религиозной точек зрения, что усиливает негативное восприятие этого имени.

Имя *Лазарь* в трех культурах олицетворяет воскрешение (Флоренский, 1993). В русской литературе: *«И он воскрес, словно Лазарь*» (Толстой, 1877). В английской литературе: *"He rose like Lazarus from his grave"* (Dickens, 1861). Согласно немецкой традиции: *"Lazarus kehrte ins Leben zurück, aber war er noch derselbe?"* (Kafka, 1917). В русской словесности данный библейский образ нередко служит символом духовного обновления, тогда как в английской – для усиления драматизма. Немецкая же традиция использует его для философских изысканий, касающихся сущности бытия и конечности существования.

Библейские топонимы активно используются в рамках трех культурных традиций. Так, *Вавилон* является аллегорией беспорядка и гибели. В русской словесности: *«Москва — не Вавилон»* (Блок, 1918). В английской культуре *Вавилон* порой обладает более сдержанной коннотацией: *"This is a new Babylon, where all is permitted"* (Huxley, 1932). В немецкоязычной литературе этот топоним ассоциируется с критикой общества: *"Wir leben im neuen Babylon"* (Brecht, 1928). В русской традиции *Вавилон*, как правило, выступает отрицательным образом порочного города, в английской – служит метафорой для описания современного социума, а в немецкой – предостережением о результатах социального разложения.

Топоним *Голгофа* вызывает ассоциации с мучениями, что можно увидеть в произведениях Ф. М. Достоевского: *«Его жизненный путь был подобен Голгофе»* (Достоевский, 1866). В английской литературе это наименование стало символом самопожертвования: *"This is the road to Golgotha"* (Eliot, 1922). В немецкой литературе Голгофа сохраняет свое религиозное значение, но иногда используется в философском ключе: *"Jeder Mensch trägt seine eigene Golgatha*" (Goethe, 1808). Таким образом, русская литература через образ Голгофы акцентирует внимание на страданиях протагониста, английская – на символической жертве, а немецкая – на философских размышлениях о предназначении и жизненных испытаниях.

По итогам проведённого исследования сделаны следующие выводы:

1. Понимание библейских имен собственных в русской, английской и немецкой культурах разное. Несмотря на общее религиозное начало, библейские онимы в русской, английской и немецкой литературах наделяются своеобразными семантическими нюансами. Их интерпретация обусловлена культурно-историческим фоном, национальным восприятием Библии и литературными обычаями.

2. В русской литературе особое внимание уделяется духовным исканиям и моральному выбору. Библейские образы часто сопровождают героев в периоды кризисов и переоценки ценностей.

3. В английской традиции библейские онимы преимущественно используются в качестве метафор и аллюзий. Они способны приобретать новые значения в зависимости от контекста произведения и часто служат символами, связанными с этическими дилеммами или общественными проблемами.

4. В немецкой литературе библейские онимы часто рассматриваются сквозь призму философских, теологических и исторических концепций. Авторы применяют библейские образы для анализа человеческой природы, свободы воли и морального выбора, углубляя их значение посредством философской рефлексии.

Список литературы

1. *Блок, А. А.* Стихотворения. Поэмы. Театр: в 2 т. – Т. 1: 1898-1907. – Москва: Художественная литература, 1972. – 559 с.

2. *Достоевский, Ф. М.* Братья Карамазовы. – Ленинград: Художественная литература, 1969. – 910 с.

3. *Макаров, Д.* Феномен Иуды Искариота (по повести Л. Н. Андреева «Иуда Искариот») // Слово и образ. Вопросы изучения христианского литературного наследия. – 2024. – № 1 (10). – 18 с.

4. *Толстой, Л. Н.* Анна Каренина. – Москва: Художественная литература, 1985. – 766 с.

5. *Флоренский, П. А.* Имена. – Москва: Мысль,1993. – 136 с.

6. *Brecht, B.* Die Dreigroschenoper. – Berlin: Suhrkamp, 1981. – 118 S.

7. *Dickens, Ch.* Great Expectations. – London: Penguin, 1974. – 564 p.

8. *Eliot*, *T. S.* The Waste Land. – London: Faber & Faber, 1952. – 100 p.

9. *Goethe, J. W.* Faust. – Weimar: G. J. Göschen, 1970. – 783 p.

10. *Huxley, A.* Brave New World. – London: Chatto & Windus, 1965. – 236 p.

11. *Kafka, F.* Die Verwandlung. – Berlin: Fischer, 1978. – 84 p.

12. *Mann, T.* Doktor Faustus. – Frankfurt am Main: Fischer, 1963. – 532 p.

13. *Shakespeare, W.* King Lear. – Cambridge: Cambridge University Press, 1989. – 264 p.

Трухина Э. Д.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Гендерная маркированность англоязычного и русскоязычного политического дискурса в аспекте гендерной коммуникации

Вопросы взаимодействия гендера и языка являются объектом пристального внимания лингвистов, социологов, политологов и других исследователей на протяжении нескольких десятилетий.

Актуальность работы обосновывается тем, что современный политический дискурс играет ключевую роль в формировании общественного мнения.

Материалом исследования послужили записи современных политических дебатов, интервью и речей на английском и русском языках.

Всего проанализировано 1210 языковых единиц, из них 615 в английском языке и 595 в русском языке.

Понятие «политический дискурс» включает в себя все формы общения, связанные со сферой политики. Для достижения конкретных коммуникативных задач политики прибегают к различным коммуникативным стратегиям. Коммуникативные стратегии включают в себя тактики, характеризующиеся как маскулинные и феминные:

1. Стратегия самопрезентации (маскулинная тактика: презентация через «Я»; феминная тактика: презентация через «Мы»);
2. Стратегия дискредитации (маскулинная тактика: прямое обвинение; феминная тактика: косвенное обвинение);
3. Стратегия удержания власти (маскулинные тактики: фокус на положительной информации, предложение способов решения проблемы; феминные: ориентир на ценности, призыв к единению);
4. Стратегия агитирования (маскулинная тактика: тактика прямого призыва к действию; феминная: обещания).

Далее коммуникативная стратегия будет упоминаться как КС, а коммуникативная тактика как КТ.

КС самопрезентации в англоязычном дискурсе представлена у обоих полов в основном через концепцию феминную «Мы». В англоязычном дискурсе «Мы»-концепция реализуется за счет призыва к действию через конструкцию “Let us” и комбинации местоимения “we” с модальными глаголами: “*We wanted women and girls to help shape our new national Strategy to Tackle Violence Against Women and Girls*” (Виктория Мэри Аткинс). Для женщин также характерно устанавливать эмоциональный контакт с аудиторией при помощи метода биографической интроспекции – они рассказывают о моментах своей жизни, которые являются показателем их небезразличия к определенным проблемам: “… *my mother raised my sister and me but there was a woman who helped raise us. We call her our second mother. She was a small business owner. I love our small businesses*” (Камала Харрис).

КС самопрезентации в русскоязычном политическом дискурсе во всех случаях идет через феминную «Мы» концепцию. В русском языке она реализуется через избегание упоминания себя как исполнительного лица, частотное употребление местоимения «мы», а также пассивных конструкций при описании как достижений, так и негативных событий: «*Прежде всего, в стране восстановлен конституционный правопорядок, укреплена, а по сути, отстроена заново вертикаль федеральной исполнительной власти*», (Владимир Путин).

КС дискредитации характерна по большей части для предвыборного дискурса, но иногда она также встречается в других контекстах. В англоязычном пространстве и мужчины, и женщины прибегают к маскулинной КТ прямого обвинения оппонента – это значит, что говорящий может назвать имя и неблагоприятные действия оппонента: “*He invited trade wars, you wanna talk about his deal with China what he ended up doing is under Donald Trump's presidency”* (Камала Харрис). К тому же, в одинаковой степени

они обращаются к авторитету экспертов в обсуждаемой области: “*If the president's re-elected, you'll see dramatic cuts to our military. The secretary of defense has said these would be even devastating*” (Митт Ромни).

В русскоязычном дискурсе также используется тактика прямого обвинения, но реже и в большей степени мужчинами-политиками, а то время как женщины чаще, хотя не без исключений, прибегают к феминной КТ косвенного обвинения, реализуемой за счет обилия случаев употребления противопоставления и оценочной лексики в отношении действий групп людей без привязки к конкретным именам: «*Я верю в наших избирателей. Они сумеют отличить серьезную, ответственную позицию от дешевого популизма. Они сумеют отличить тех, кто идет в парламент работать, от оголтелых любителей саморекламы*» (Валентина Матвиенко). Для подкрепления своих доводов, женщины чаще прибегают к авторитету верховных инстанций и квалифицированных личностей.

Что в англоязычном, что в русскоязычном политическом дискурсе КС удержания власти представители обоих полов комбинируют маскулинные и феминные тактики: политики признают наличие проблем, используя эмоционально-окрашенную лексику с оттенком сожаления, а затем предлагают свои пути их решения, излагая свои мысли через множественное использование подчинительных предложений: «*Жалко, но в данном случае существуют санкционные риски и опасность затруднения операций с этими активами для России… <…> В этом смысле я за то, чтобы нам другими методами компенсировать этот рост цен. Поддержкой населения, каких-то компаний и прочее, потому что это, как правило, временное. Но не надо менять стимулы для инвесторов»* (Алексей Кудрин). Разница состоит в том, что в русскоязычном дискурсе и мужчины, и женщины сначала говорят акцентируют внимание аудитории на положительных аспектах, что является маскулинной тактикой, а затем говорят о проблемах, которые все еще предстоит решить. Женщины в два раза чаще прибегают к использованию метафор и сравнений для конструирования яркого образа в сознании зрителя. Горя о своих стратегиях по разрешению проблем, они в три раза чаще пользуются вопросно-ответной формой повествования: «*Что такое для нас "Ниссан", "Тойота", "Дженерал Моторс"? Это больше чем арифметическое сложение инвестиций, налогов и количества новых рабочих мест*» (Валентина Матвиенко). В случае с англоязычным дискурсом, политики сначала говорят о проблемах, затем делятся успехами в преодолении трудностей и в конце предлагают свою программу для преумножения успехов и эффективной борьбы с кризисами. В случае мужчин, речь чаще заходит об экономике, а женщины акцентируют большее внимание на социальных проблемах.

КС агитирования в англоязычном политическом предвыборном дискурсе реализуется с помощью обещаний, феминной тактики. Для ее реализации используются модальные глаголы и эмоционально окрашенная лексика: “*But I also promised that I'd fight every single day on behalf of the American people and the middle class and all those who are striving to get*

in the middle class. I've kept that promise and if you'll vote for me, then I promise I'll fight just as hard in a second term". Разница состоит в том, что мужчины часто параллельно обещаниям прибегают к противопоставлению результатов выборов в свою пользу и в пользу оппонента, тем самым используя этот как момент дискредитировать своего оппонента. Женщины чаще прибегают к конструированию абстрактных идей, ориентированных на ценности и объединение, через абстрактные существительные, использование эмфатических конструкций: "*And I do believe that the American people know we all have so much more in common than what separates us and we can chart a new way forward. And a vision of that includes having a plan, understanding the aspirations, the dreams, the hopes, the ambition of the American people, which is why I intend to create an opportunity economy"* (Камала Харрис).

Ту же КТ выбирают и русскоязычные политики обоих полов, при этом перечисляют конкретные действия, которые намереваются выполнить. Политики используют наречные показатели степени «обязательно», «непременно», чтобы подчеркнуть свои обязательства: «*Мы обязательно завершим идущие сейчас преобразования в судебной системе и в правоохранительных органах*», (Владимир Путин).

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод, что политической пространство меняется: некоторые маскулинные тактики уходят в прошлое, возможно, потому что кажутся слишком агрессивными для демократического общества. Женщины в обеих культурах чаще придерживаются феминных тактик, но для поддержания своего авторитета в мужской сфере деятельности не боятся проявлять маскулинные черты, а мужчины могут применять более мягкие формы коммуникации с аудиторией.

Список литературы

1. *Куницына, Е. В*. Гендерная маркированность политического дискурса: языковой и речевой аспекты: автореф. дисс. … канд. филол. наук / Е. В. Куницына. – Ставрополь, 2011. – С. 16–17.

Цыцаковская А. О.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантические особенности устойчивых выражений со значением времени в английском и русском языках

1. Введение. Актуальность исследования обуславливается особой ролью устойчивых выражений, выражающих время, так как они занимают важное место в межкультурной и лингвистической прагматике, и восприятие времени может существенно различаться в разных языках и культурах. Сопоставительный анализ единиц (далее – ФЕ) и паремий (далее – ПЕ) со значением времени в английском и русском языках позволяет выявить сходства и различия в этих языковых системах, а также понять, как различные культуры реализуют концепт времени через язык.

В качестве объекта исследования выступают устойчивые выражения со значением времени в английском и русском языках.

Предметом исследования является семантика ФЕ и ПЕ со значением времени в английском и русском языках.

Материалом исследования выступили 280 ФЕ и ПЕ (144 устойчивых выражения английского языка и 136 устойчивых выражения русского языка) со значением времени, отобранные из одно- и двуязычных толковых словарей русского и английского языков.

Цель исследования заключается в выявлении сходств и различий в семантике устойчивых выражений со значением времени в английском и русском языках.

2. Семантика фразеологизмов и паремий со значением времени в английском и русском языках. В английском языке фразеологизмы со значением времени часто акцентируют внимание на личной ответственности и действии (англ. 56 ед.). Например, фразеологизм (1) *time is money* ‘время – деньги’ подчеркивает ценность времени, его экономическую значимость и необходимость эффективного использования. Это отражает более прагматичный подход ко времени, свойственный английской лингвокультуре, где результативность и продуктивность занимают центральное место. Таким образом, в английском языке время рассматривается как ресурс, который нужно оптимально использовать (Милованова 2017: 126).

В русском языке фразеологические единицы часто связаны с природными явлениями, сезонными изменениями и традициями, что демонстрирует глубокую связь русского народа с природой и цикличностью времени. Например, ФЕ (2) *после дождичка в четверг* указывает на нечто маловероятное, что можно сопоставить с изменчивостью погоды. Здесь время представлено как что-то непредсказуемое, как и погодные условия. Это выражение отражает менталитет, который склонен к ожиданию и терпению, а также пониманию того, что не все зависит от человека (Волошина 2010: 13).

В ходе исследования были отмечены несколько ключевых аспектов, которые подчеркивают культурные различия. Например, в английском языке акцент делается на необходимости активного вмешательства, ср.: (3) *make the most of your time* ‘используй время с пользой’. Это подчеркивает активную роль человека в управлении своим временем и жизнью. Напротив, в русском языке были отмечены 72 ФЕ, связанные с цикличностью времени, такие как (4) *время лечит* или (5) *время – лучший судья*. Эти ФЕ подчеркивают идею о том, что время имеет свою собственную силу и может влиять на события и эмоции. В этом контексте время воспринимается как нечто, что может исцелять, изменять и приводить к справедливости.

В английском языке более распространены выражения, которые подчеркивают необходимость действия (38 ед.), например, (6) *the early bird catches the worm* ‘ранняя пташка ловит червя’. Это выражение акцентирует внимание на том, что успех приходит к тем, кто действует быстро и решительно. В русском же языке были обнаружены 18 ФЕ, связанных с ожиданием, например, (7) *ждать у моря погоды*. Данная ФЕ иллюстрирует

терпеливое ожидание чего-то, что может никогда не произойти. Оно отражает русскую душу, склонную к надежде, но также и к смирению перед обстоятельствами.

Еще одной интересной особенностью является то, как фразеологизмы со значением ‘время’ в английском и русском языках отражают отношение к будущему. В английском языке акцент делается на планировании и стремлении к достижению целей: (8) *time will tell* ‘время покажет’. Значение данной единицы подразумевает, что будущее можно предсказать, если действовать разумно и целеустремленно. В русском же языке часто встречаются выражения, связанные с неопределенностью будущего, такие как (9) *божий промысел* или (10) *как пойдет*. Эти ФЕ показывают, что будущее воспринимается как нечто, что находится вне контроля человека и зависит от высших сил.

Также стоит отметить, что фразеологизмы со значением ‘время’ могут отражать исторические и культурные особенности различных народов. В английском языке, с одной стороны, ФЕ (11) *wasting time* может быть более связана с концепцией потребительства и индивидуализма, где время рассматривается как ресурс, который можно расточить. В русском же языке есть устойчивое выражение (12) *потерять время* – это может быть связано с историческим контекстом, когда время было связано с трудом и выживанием.

Еще одним интересным аспектом является то, как фразеологизмы со значением ‘время’ отражают концепцию исторической памяти и культурного наследия. В английском языке существует выражение (13) *the sands of time* ‘пески времени’, которое метафорически описывает течение времени как песок, который уходит сквозь пальцы. Это выражение подчеркивает неумолимость времени и его способность ускользать. В русском языке аналогичная идея присутствует в выражении (14) *песок времени*, но часто используется с акцентом на ностальгию и воспоминания о прошлом. Например, выражение (15) *время летит* может использоваться для описания быстротечности жизни и неизбежности старения, что также имеет глубокие корни в русской культуре (Яхина 2008: 13).

3. Выводы. В результате сопоставительного анализа в сопоставляемых языках было выделено 8 ЛСГ со значением времени: 1) обозначение личной ответственности; 2) обозначение природных явлений, сезонных изменений и традиций; 3) обозначение необходимости вмешательства человека; 4) обозначение цикличности времени; 5) обозначение ожидания; 6) обозначение отношения к будущему; 7) обозначение срока; 8) обозначение отношения к прошлому и исторической памяти.

3.1. Наибольшую частотность в сопоставляемых языках проявила группа ФЕ, которые обозначают представления о сроках (32 ед.). Второй по частотности стала ЛСГ «обозначение отношения к будущему». Это объясняется концептуальной важностью как для англоговорящего, так и для русскоговорящего человека соблюдения сроков, а также знания о будущем, что косвенно подтверждается многочисленными примерами из мифологии и фольклора.

3.2. Фразеологизмы со значением времени могут отражать различные подходы к планированию и организации времени. В английском языке такие единицы используется для обозначения неопределенности будущего и подчеркивают важность терпения и ожидания, что отражает более индивидуалистический подход к жизни, характерный для англоязычных стран. В русском языке такие ФЕ могут иметь более коллективистский оттенок, подразумевая, что общество в целом будет оценивать и судить о событиях, а не отдельные индивиды.

3.3. Устойчивые выражения со значением времени в английском языке отражают важность результативности и продуктивности для английской лингвокультуры, тогда как для русской лингвокультуры свойственна глубокая связь с природой и цикличностью времени, природными явлениями, сезонными изменениями и традициями.

3.4. ФЕ и ПЕ со значением времени также затрагивают темы, связанные с восприятием будущего и прошлого. В английском языке присутствуют выражения, которое подразумевают анализ прошлого и его влияния на настоящее. В русском языке аналогичные единицы также содержат эмоциональную окраску (ностальгия, сожаление, радость от воспоминаний и т.д.). Различие в акцентах может указывать на то, как разные культуры относятся к своему прошлому и как это влияет на их восприятие настоящего и будущего.

Список литературы

1. *Волошина, К. С.* Фразеологизм как средство концептуализации понятия «гендер» (на материале английского и русского языков) / К. С. Волошина. – 2010. – URL: https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/106230/0783361.pdf?sequence=1 (дата обращения: 11.01.2025).

2. *Кунин, А. В.* Большой англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – Москва: Живой язык, 1998. – 944 с.

3. *Милованова, А. И.* Отражение пространства и времени во фразеологизмах, выражающих значение через нереальные явления / А. И. Милованова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2017. – №. 12-1 (78). – С. 125–128. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/otrazhenie-prostranstva-i-vremeni-vo-frazeologizmah-vyrazhayuschih-znachenie-cherez-nerealnye-yavleniya (дата обращения: 10.01.2025).

4. *Яхина, А. М.* Оценочность как компонент значения фразеологических единиц в русском, английском и татарском языках:(на материале глагольных ФЕ, обозначающих поведение человека) / А. М. Яхина. – 2008. – 24 с. – URL: https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/92454/080422_2.pdf?sequence=1 (дата обращения: 14.01.2025).

5. *Collins, V. H.* A Second Book of English idioms / V. H. Collins. – Longmans, 1958. – 258 p.

Чупахина Е. И., Подгайская И. М.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лексические особенности англоязычного и русскоязычного устного академического дискурса

Настоящая работа посвящена сопоставительному исследованию лексических особенностей устного академического дискурса английского и русского языков.

Цель работы заключается в выявлении сходных и отличительных черт в использовании лексических средств в англоязычном и русскоязычном устном академическом дискурсе.

Исследование проводится на **материале** видеозаписей лекций Дэвида Кристала, выдающегося современного британского филолога, языковеда-англиста, писателя и лектора по английскому языку, и Андрея Зализняка, советского и российского лингвиста, доктора филологических наук, академика Российской академии наук по Отделению литературы и языка.

Академический дискурс определяется как нормативно структурированное речевое взаимодействие, характеризующееся наличием лингвистического и экстралингвистического уровней организации. Данный тип дискурса использует специализированную систему профессионально-ориентированных знаков и учитывает статусно-ролевые характеристики коммуникантов (Моисеева 2022: 18). В настоящей работе академический дискурс интерпретируется как коммуникативный процесс между членами академического сообщества, в частности, научными исследователями, преподавателями и студентами, осуществляющими взаимодействие в рамках релевантных коммуникативных жанров.

Лекция в учебно-научном стиле включает тему, план и учебную ориентацию, а в научно-популярном – тему, план, освещение проблемы и ориентацию на широкую аудиторию (Жеребило 2001: 125). Академическая лекция как жанр учебно-научного дискурса – уникальный объект исследования из-за интеграции устной и письменной речи. В данном исследовании анализируется текст как материальная репрезентация коммуникативного события, обладающая специфическими свойствами, ограничивающими применение обычных методологических подходов (Литвинов, 2004).

Анализ материала показывает, что лекции ведущих ученых-лингвистов отличаются следующими лексическими особенностями.

1. К лексическим особенностям проанализированных лекций можно отнести использование терминологии, стилистически маркированных слов и стилистических приемов, основанных на аналогии:

1.1. Терминология. Д. Кристал активно использует лингвистическую терминологию, но часто объясняет термины, делая их доступными для широкой аудитории: “*So, a ‘morpheme’ – it’s a fancy word, I know! – it just means the smallest meaningful unit in a language. Like ‘un-happy-ness’ – three*

morphemes”. А. Зализняк употребляет лингвистическую терминологию без подробных объяснений, предполагая, что аудитория обладает базовыми знаниями. Может использовать термины из смежных областей (истории, археологии) также без пояснений: «*Итак, мы имеем дело с редуцированным гласным в первом предударном слоге, что характерно для северорусских говоров»*.

1.2. Стилистически маркированные слова. Характерной особенностью лекций Д. Кристала является достаточно неформальный стиль, который создается использованием разговорных выражений и даже элементов сленга (в умеренных количествах): *“Okay, so basically, like, what’s the deal with slang, right? It’s, like, totally cool, but…”.* Для лекций А. Зализняка, напротив, характерен более формальный и академичный стиль, лектор избегает разговорных выражений и сленга, но прибегает к использованию книжных слов и оборотов: «*Таким образом, представляется целесообразным рассмотреть данный вопрос в контексте исторической лингвистики»*.

1.3. Стилистические приемы, основанные на аналогии. Д. Кристал часто проводит аналогии для упрощения сложных концепций и привлечения внимания аудитории, используя метафоры и сравнения: “*Think of grammar like a set of rules for a game. If you don’t follow the rules, nobody understands what you’re doing!”* А. Зализняк реже прибегает к использованию данных средств при этом его метафоры и сравнения более строгие и логичные, а не образные: «*Можно представить себе языковую систему как сложную сеть, где изменение одного элемента неизбежно влечет за собой изменения в других»*.

Анализ лексики академического дискурса Д. Кристала и А. Зализняка выявляет общие черты (терминология), но и различия. Д. Кристал адаптирует язык к широкой аудитории, поясняя термины и используя аналогии, тогда как А. Зализняк ориентируется на подготовленных слушателей, избегая разговорных элементов. Эти различия обусловлены разными коммуникативными целями: Д. Кристал стремится к популяризации науки о языке, а А. Зализняк – к точности и углубленному изложению материала.

Список литературы

1. *Жеребило, Т. В.* Термины и понятия лингвистики / Т. В. Жеребило. – Изд-во ИнГУ, 2001. – 328 с.

2. *Литвинов, А. В.* Научный дискурс в свете межкультурной коммуникации / А. В. Литвинов // Филология в системе современного университетского образования: материалы науч. конф. – URL: https://www.researchgate.net/publication/332274529_NAUCNYJ_DISKURS_V_SVETE_MEZKULTURNOJ_KOMMUNIKACII (дата обращения: 10.01.2025).

3. *Моисеева, Е. С.* Функционально-стилистические и лингвокогнитивные особенности академического дискурса: автореф. дис. … канд. филол. наук: 05.07.22 / Е. С. Моисеева. – Петрозаводск, 2022. – 24 с.

Шестопалова В. К.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвистические средства выражения противопоставления в английском и русском языках

Данная работа посвящена изучению антитезы как выразительной фигуры речи, которая является важным инструментом формирования смысловых и эмоциональных контрастов в языке и находит свое применение в различных текстах – от художественной литературы до научных и рекламных сообщений. Актуальность данного исследования заключается в необходимости сопоставительного исследования для понимания как общих закономерностей, так и специфических черт функционирования антитезы в разноструктурных языках.

Цель исследования заключается в сопоставительном изучении языковых средств создания антитезы.

Материал исследования отобран путем сплошной выборки из англоязычных и русскоязычных литературных произведений, статей из газет и журналов, лексикографических источников. Всего проанализировано 162 примера антитезы (78 примеров в английском языке и 84 примера в русском языке).

Антитеза – это стилистический приём усиления выразительности за счет резкого противопоставления, контраста понятий или образов (Матвеева, 2010). Этот приём часто используется в литературе, поэзии, риторике и философии для подчёркивания контраста между противоположными явлениями или понятиями. Антитеза может быть определена как противопоставление, создание контраста между двумя идеями или образами, что достигается с помощью лексических, синтаксических и стилистических средств (Герасимова, 2018).

Анализ материала показывает, что противопоставление в антитезе в английском и русском языках на лексическом уровне может выражаться использованием антонимов, которые бывают двух типов:

– корневые антонимы: англ. *best defence is attack* ‘лучшая защита – нападение’, *all things are difficult before they are easy* ‘все кажется трудным до того, как станет легким’; рус. *рубашка беленька, да душа черненька, он глуп как треска, но умен как лиса*;

– словообразовательные антонимы: англ. *he who likes borrowing dislikes paying* ‘тот, кто любит брать взаймы, не любит платить’, *lucky at cards, unlucky in love* ‘везет в картах, не везет в любви’; рус. *счастье на крылах, несчастье на костылях; недоля пудами, доля золотниками.*

К общим синтаксическим особенностям антитезы в английском и русском языках относятся:

– параллельные конструкции: англ. *To be, or not to be, that is the question* ‘Быть иль не быть, вот в чем вопрос’ (У. Шекспир); рус. *Ты богат, я очень беден; // Ты прозаик, я поэт* (А. С. Пушкин);

– бессоюзие: англ. *Some people are wise, some otherwise* ‘некоторые люди мудры, другие – нет’; рус. *познание горше лука, знания слаще меда*.

Только в английском языке в проанализированном материале зафиксировано использование параллельных конструкций, усиленных лексическими повторами: *it is an equal failing to trust everybody and to trust nobody* ‘доверять всем и не доверять никому – одинаковая ошибка’, *the age of wisdom, the age of foolishness* ‘век мудрости, век глупости’, *everybody’s business is nobody’s business* ‘у семи нянек дитя без глазу’.

Только в русском языке в рассмотренных антитезных конструкциях обнаруживается эллипсис, который реализуется с помощью тире (*бояться несчастья – и счастья не будет; ученье – свет, а неученье – тьма*), а также использование многосоюзия (рус. *Ему нравилось все: и хорошая погода и плохая, и наличие денег, и отсутствие* (В. Токарева)).

Исследование антитезы в английском и русском языках выявляет как общие закономерности, так и уникальные аспекты, присущие каждому языку. Несмотря на то, что антитеза выполняет сходные функции в обоих языках, методы ее реализации и выразительность могут варьироваться. Понимание этих различий важно не только для теоретического анализа, но и для практического применения в литературе, переводе и межкультурной коммуникации.

Список литературы

1. *Герасимова, О. А.* Антитеза как средство выразительности в художественной стиле / О. А. Герасимова // Обилие языков. – 2018. – № 12 (2). – С. 34–45.

2. *Матвеева, Т. В.* Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2010. – 562 с.

Щербина О. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Полисемия глаголов движения в немецком и русском языках

1. Полисемия глаголов движения в немецком и русском языках представляет собой одно из ключевых явлений лексической семантики, поскольку данные глаголы играют важную роль в формировании пространственных, временных, метафорических и когнитивных значений. Исследование механизмов полисемии позволяет не только глубже понять процессы семантического расширения значений, но и выявить закономерности языковой эволюции и межъязыковых соответствий. Актуальность данной темы обусловлена необходимостью комплексного изучения полисемии как когнитивного и прагматического феномена, что способствует совершенствованию переводческих стратегий и преподавания иностранного языка, а также более точному моделированию процессов смыслообразования в языках.

Объектом исследования являются глаголы движения в немецком и

русском языках, обладающие многозначностью и участвующие в формировании различных семантических структур.

Предмет исследования составил сопоставительный анализ полисемии глаголов движения в немецком и русском языках.

Цель работы заключается в количественной и качественной характеристике полисемии глаголов движения в двух языках.

2. Полисемия – это способность одного слова иметь несколько взаимосвязанных значений, которые формируются в результате семантического расширения и метафоризации. В лексической системе языка многозначность играет ключевую роль, так как позволяет передавать широкий спектр смыслов без необходимости увеличения количества лексических единиц (*Боярская*, 2018). Особенно важное значение полисемия имеет в глагольной группе, так как глаголы движения в различных языках обладают высокой семантической продуктивностью и способны изменять свое значение в зависимости от контекста. Так, И. В. Арнольд отмечала, что полисемия является одним из фундаментальных свойств языка и представляет собой динамическую систему значений, находящихся в постоянном развитии (Арнольд, 1986). Ю. Д. Апресян рассматривал полисемию в рамках лексической семантики и подчеркивал, что многозначность слов обусловлена когнитивными и прагматическими факторами, влияющими на восприятие значения (Апресян, 1974). А. Я. Шайкевич, анализируя структуру полисемичных слов, обращал внимание на закономерности их употребления в различных языковых ситуациях (Шайкевич, 2005), а А. А. Потебня и Л. В. Щерба подчеркивали роль контекста в актуализации одного из возможных значений многозначного слова (*Барабаш, 2012*; Щерба, 1974).

3. Анализ полисемии глаголов «бежать / бегать» и “laufen” на основе толковых словарей русского языка (словарь Ожегова) и немецкого языка (Duden) позволил выделить лексико-семантические варианты (ЛСВ) этих глаголов.

1) В русской видовой паре *«бежать / бегать»* отмечены 6 ЛСВ:

1. Перемещаться на ногах с высокой скоростью (*Мальчик бежит по дороге*);

2. Быстро проходить, течь (время, события) (*Жизнь бежит стремительно*);

3. Убегать, скрываться (*Преступник бежал из тюрьмы*);

4. Течь (о жидкости) (*По трубам бежит вода*);

5. О механизмах: спешить, идти быстрее нормы (*Часы бегут*);

6. О глазах: метаться, беспокойно двигаться (*Глаза бегают по комнате*).

2) Глагол *“laufen”* (немецкий язык) обнаруживает 8 ЛСВ:

1. Бежать, передвигаться на ногах с высокой скоростью (*Er läuft sehr schnell* ‘Он бежит очень быстро’);

2. Идти пешком (*Er läuft zur Schule* ‘Он идет в школу’);

3. Функционировать (о механизмах, процессах) (*Die Maschine läuft gut* ‘Машина работает хорошо’);

4. Течь (о жидкости) (*Das Wasser läuft aus dem Hahn* ‘Вода течет из крана’);

5. О ходе событий, процессах (*Das Projekt läuft nach Plan* ‘Проект идет по плану’);

6. Показываться, демонстрироваться (о фильмах, программах) (*Der Film läuft im Kino* ‘Фильм идет в кинотеатре’);

7. Заканчиваться, истекать (о сроках) (*Der Vertrag läuft nächsten Monat aus* ‘Договор истекает в следующем месяце’);

8. Быть актуальным, действовать (о документах, сроках) (*Der Pass läuft noch ein Jahr* ‘Паспорт действителен еще год’).

3) Выявлены ЛСВ, общие для немецкого и русского языка:

1. Бежать, двигаться быстро (*laufen* ‘бежать’);

2. Функционировать (о механизмах) (*Die Maschine läuft* ‘Часы бегут’);

3. Течь (о жидкости) (*Das Wasser läuft aus dem Hahn* ‘Бежит вода из крана’);

4. Ход событий, процессов (*Das Projekt läuft nach Plan* ‘Жизнь бежит быстро’).

4) Найдены ЛСВ, отмеченные только в русском языке:

1. Убегать, скрываться (*Преступник бежал из тюрьмы*) → В немецком это “*fliehen”, “weglaufen”;*

2. О глазах: метаться, беспокойно двигаться (*Его глаза бегают по комнате*) → В немецком чаще “*flackern”, “umherblicken”*.

5) Выделены ЛСВ, отмеченные только в немецком языке:

1. Идти пешком (*Ich laufe zur Arbeit* ‘Я иду на работу’) → В русском это *‘идти’*;

2. Показываться, демонстрироваться (о фильмах) (*Der Film läuft im Kino*) → В русском это *‘идти в кинотеатр’;*

3. Заканчиваться, истекать (о сроках) (*Der Vertrag läuft aus*) → В русском это *‘истекать’*;

4. Быть действительным (о документах) (*Der Pass läuft noch ein Jahr*) → В русском это *‘действовать, быть актуальным’.*

В итоге:

1) Определено общее количество ЛСВ в русском и немецком языках:

a. Русский язык «*бежать / бегать*» – 6 ЛСВ.

b. Немецкий язык “*laufen*” – 8 ЛСВ.

2) Выявлено совпадение 4 ЛСВ в обоих языках.

3) Найдены уникальные ЛСВ:

a. В русском языке 2 ЛСВ, которые отсутствуют в немецком.

b. В немецком языке 4 ЛСВ, отсутствующие в русском.

Таким образом, немецкий “*laufen*” имеет более широкую полисемию, включая значения, связанные с документами, фильмами и повседневной речью, тогда как русский «бежать / бегать» более связан с динамическими и эмоциональными процессами.

Вывод. В ходе исследования было выявлено, что полисемия глаголов движения в немецком и русском языках является не случайным явлением,

а целенаправленной языковой стратегией, обеспечивающей гибкость и экономичность коммуникации. Сравнительный анализ показал, что механизмы расширения значений схожи в обоих языках: глаголы движения приобретают новые смыслы за счет метафорических, переносных и прагматических изменений, однако реализуются эти процессы по-разному – через словообразование в русском языке и сочетания с наречиями и существительными в немецком.

Список литературы

1. *Арнольд, И. В.* Семантические аспекты полисемии / И. В. Арнольд. – Москва: Высшая школа, 1986. – 215 с.

2. *Апресян, Ю. Д.* Лексическая семантика: синонимические средства языка / Ю. Д. Апресян. – Москва: Наука, 1974. – 361 с.

3. *Щерба, Л. В.* Языковая система и речевая деятельность / Л. В. Щерба. – Ленинград: Изд-во Ленинградского университета, 1974. – 428 с.

4. *Шайкевич, А. Я.* Введение в лингвистику: учеб. пособие для студ. филол. и лингв. фак. высш. учеб. заведений / А. Я. Шайкевич. – Москва: Издательский центр «Академия», 2005. – 400 с.

5. *Барабаш, О. В.* Полисемия и когнитивные механизмы языковой номинации / О. В. Барабаш // Вестник РГГУ. – 2012. – № 7. – С. 89–97.

6. *Боярская, Е. Л.* Семантическое варьирование многозначных глаголов / Е. Л. Боярская // Когнитивные исследования языка. – 2018. – Т. 31. – С. 25–32.

Языковые единицы и категории в лингвокультурологическом, лингвокогнитивном и социолингвистическом аспектах

Афонская Е. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Репрезентация культурных кодов в английских фразеологизмах, обозначающих эмоции

Культура является неотъемлемой частью картины мира и представляет собой сложный комплекс сочетания разнообразных культурных установок, таких как нормы поведения, религиозные догмы, традиции, обычаи, поверья и другие культурные наследия, которые, так или иначе, влияют на культурно-национальные ориентиры. И каждый этнос хранит в своем коллективном сознании данные ориентиры в виде культурных кодов, передает их из поколения в поколение и транслирует в процессе межнационального общения.

Актуальность исследуемой проблемы обусловлена тем фактом, что фразеологические обороты в языке несут в себе не только лексическое значение, но и отражают культурные особенности и ценности общества, в котором они используются. Понимание и анализ фразеологизмов, выражающих эмоции, помогают раскрывать культурные коды англоязычного сообщества, а также предоставляют информацию о том, какие аспекты жизни и какие события они ценят и фиксируют языковыми средствами.

Целью данного исследования является анализ и интерпретация фразеологизмов, которые выражают различные эмоции в английском языке, с целью выявления и объяснения культурных кодов, заложенных в этих выражениях.

Объектом исследования являются фразеологизмы английского языка, выражающие эмоции. Предметом исследования являются культурные коды, воплощенные в этих фразеологизмах.

Материалом исследования служат 1230 фразеологических оборотов, которые выражают радость, гнев, восторг, страх и другие эмоции в английском языке.

Культура, в самом широком смысле слова, может рассматриваться как мировидение и миропонимание. Она воплощается и обретает знаковое выражение в языке, который принимает непосредственное участие в ее хранении, воспроизведении, в формировании ее концептов, стереотипов, ценностей. Именно язык чаще всего выступает в качестве основного критерия при различении, типологизации культур (Дарамилова 2008: 48).

В современной антропологической парадигме лингвистического знания язык изучается в тесной связи с этнокультурой, и в центре внимания лингвистики оказывается сам человек как носитель определенного сознания (связанного с особенностями его мышления), языка и культуры (Бухарова 2015: 8). В языке закрепляется как общечеловеческий, так и национальный

общественно-исторический опыт познания мира в виде определенной картины мира.

Коды культуры, по мнению В. В. Красных (Красных 2002: 297), представляют собой «сетку», которую культура набрасывает на окружающий мир, категоризует, структурирует и оценивает его. Коды культуры соотносятся с древнейшими архетипическими представлениями человека, они эти представления и кодируют.

В. Н. Телия (Телия, 1996: 121) определяет культурные коды как вторичные знаковые системы, использующие разные материальные и формальные средства для кодирования одного и того же содержания, сводимого в целом к картине мира, к мировоззрению данного социума.

В качестве культурного кода может выступать любая чувственно воспринимаемая область бытия: ландшафты, явления природы, флора, фауна, создания человеческих рук (орудия труда, жилища, хозяйственная утварь, одежда, оружие и т.п.). Всё это – «языки», с помощью которых люди общаются друг с другом.

Культурные коды в англоязычной картине мира отражают традиции, ценности, историю и общественные нормы англоязычных стран. Фразеологические обороты и выражения могут быть обогащены культурными контекстами, которые для носителей других языков могут быть неочевидными (Горбунова, 2007: 15). Они могут быть сложными для понимания носителями других языков, но они добавляют глубину и окраску в разговоры и письменные тексты на английском языке, а также отражают культурные особенности англоязычных обществ.

Проанализировав 1230 фразеологических единиц, выражающих положительные и отрицательные эмоции, мы определили, что с концептуализацией эмоций наиболее связаны соматический, пространственный, биоморфный, предметный и мифологический культурные коды.

Был рассмотрен соматический код фразеологических единиц с семантикой положительных и отрицательных эмоций. 401 ФЕ, содержащие соматизмы, имеют значительный удельный вес во фразеологическом фонде (32,6%) английского языка и отличаются высокой частотностью употребления. Например, *to fall in love head over hills* ‘влюбиться по уши’, *a lump in one’s throat* ‘ком в горле от обиды’, *to grind one’s teeth* ‘скрипеть зубами от злости’.

Основными компонентами соматического кода, формирующими значение фразеологизмов, являются лексемы: *heart* (сердце) и *eyes* (глаза), которые связаны с внутренним миром: *stars in one’s eyes* ‘глаза светятся надеждой’, *to cry one’s eyes out* ‘горько рыдать’. Лексема *heart* (сердце) используется для обозначения места средоточия чувств: *to have a heart of gold* ‘иметь золотой характер ’, *to be sick at heart* ‘тосковать’.

Предметный код культуры связан с предметами, заполняющими пространство и принадлежащими окружающему миру. Данная группа представляет 367 ФЕ (29,8%). Предметный код обслуживает метрически-

эталонную сферу окультуренного человеком мира (Крутова, 2010: 305). Данный код реализуется путем ассоциаций и образов, связанных с предметами обихода носителей языка: *as good (nice) as pie* ‘симпатичный, любезный’, *out of whole cloth* ‘беспардонно’, *rough as bags* ‘очень грубый’.

Сдедующий код – биоморфный, который является результатом познания природы человеком и осознания своего места в нем. Данная группа состоит из 249 ФЕ (20,3%). Так как данный код характеризирует связи человека и с растениями, и с животным миром, биоморфный код подразделятся на:

- Фитотропный, который характеризует образы и ассоциации, связанные с растениями: *a bed of roses* ‘путь, устланный розами; лёгкая, счастливая, безмятежная жизнь’, *to play old gooseberry* ‘испортить все дело; устроить беспорядок’.
- Зоотропный, демонстрирующий образы и ассоциации, связанные с животными): *like a dog with two tails* ‘очень довольный, в восторге’, *sick as a pig* ‘раздосадованный’.

Четвертая группа представляет 126 фразеологизмов, содержащих пространственный код (10,2%). Они непосредственно связаны с пространственными представления человека. Во фразеологизмах положительные эмоции ассоциируются с высотой, состоянием полета или парения: *on cloud seven* ‘бесконечно счастлив’, *a break in the clouds* ‘ «просвет в тучах», луч надежды, надежда на улучшение’, *to be head over heels in love with* ‘влюбиться’.

Следующая группа представляет 87 фразеологизмов с мифологический кодом (7,1%). К данному коду принадлежит так называемая вторичная реальность, которая является неотъемлемым элементом культурного пространства (черти, ангелы, ведьмы). Они бытуют в культуре как персонажи или элементы фольклора, обладают определенными стереотипами.

Проанализировав фразеологические единицы, мы определили, что *angel* (ангел) является признаком светлого, доброго чувства: *to be on the side of the angels* ‘быть поборником справедливости’, *an angel of light* ‘дорогой, всеми любимый человек’. В то время как *devil* (дьявол) играет важную роль, представляя собой символ зла, агрессии, коварства или трудности. Образ дьявола в языке часто используется для усиления негативных эмоций или для обозначения чего-то сложного, неприятного или угрожающего: *between the devil and the deep blue sea* ‘между молотом и наковальней’, *to play the devil* ‘разрушать, создавать проблемы’.

В результате проведенного исследования удалось прийти к выводу, что при выявлении, определении и анализе культурных кодов в фразеологизмах нам открывается возможность понять внутренний образный мир, особенности познавательного и мыслительных процессов носителей языка, диктуемых национально-специфичными факторами и определяющие образ и основу концептов – единицы познания и понимания мира.

Список литературы

1. *Бухарова, Г. Х.* Антропоморфный и соматический коды культуры в моделировании ландшафта и их отражение в башкирской топонимии /

Г. Х. Бухарова // Вестник Башкирского университета. – 2015. – №4 – С. 1289–1294.

2. *Горбунова, Н. В.* Фразеологические единицы в английском языке: отражение культурных ценностей / Н. В. Горбунова. – Москва: Гнозис, 2007. – 320 с.

3. *Дарамилова, З. Г.* Концепт, концептосфера как базовые понятия когнитивной лингвистики / З. Г. Дарамилова // Университетские чтения: материалы науч.-метод. чтений ПГЛУ. – Пятигорск, 2008. – С. 161–167.

4. *Красных, В. В.* Этнопсихолингвистика и лингвокультурология / В. В. Красных. – Москва: Гнозис, 2002. – 282 с.

5. *Крутова, И. Н.* Прагматика эмотивных синтаксических идиом (на материале современной русской прозы): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / И. Н. Крутова. – Астрахань, 2010. – 151 с.

6. *Телия, В. Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический, лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – Москва: Языки русской культуры, 1996. – 284 с.

Барабанщикова Д. Е., Крамаренко Е. К.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структурно-грамматические особенности фразеологических единиц с компонентом-наименованием природных стихий и явлений в английской языковой картине мира

Данное исследование посвящено изучению структурно-грамматической организации фразеологических единиц (далее – ФЕ) с компонентом-наименованием природных стихий и явлений в английской языковой картине мира.

Актуальность исследования обусловлена антропоцентрическим подходом к изучению языка и растущим интересом к исследованию культурных кодов, заложенных во фразеологии. В этой связи особое значение приобретает изучение фразеологизмов, содержащих наименования природных стихий и явлений, поскольку они представляют собой важный источник информации о национальном мировоззрении, а также культурных и когнитивных представлениях носителей языка о мире природы.

Объектом исследования является группа ФЕ с компонентом-наименованием природных стихий и явлений в английской языковой картине мира.

Предметом исследования являются структурно-грамматические особенности ФЕ, содержащих наименования природных стихий и явлений в английском языке.

Цель исследования заключается в изучении и описании структуры английских фразеологических средств, включающих наименования природных стихий и явлений, а также в проведении их структурно-грамматической классификации.

Материалом исследования послужили 470 ФЕ с компонентом-наименованием природных стихий и явлений, отобранных методом сплошной выборки из авторитетных одноязычных и двуязычных фразеологических словарей, а также словарей пословиц и поговорок: «Англо-русского фразеологического словаря» А. В. Кунина (Кунин, 1984), Cambridge International Dictionary of Idioms (Walter, 2002), The Oxford Dictionary of Proverbs (Speake, 2008).

С древних времен стихии и природные явления оказывали значительное влияние на жизнь человека, определяя условия его существования. Многообразие воздействий, сочетавших в себе разрушительную и созидательную силы, привело к формированию сложного и неоднозначного восприятия природных явлений. Это восприятие находит отражение в языке, в частности, во фразеологизмах, включающих наименования природных стихий и явлений. Анализ данных фразеологизмов позволяет выявить особенности культуры и менталитета народа, отражающиеся в их отношении к природе.

Изучение стихий и природных явлений в фразеологии является предметом внимания многих лингвистов (С. А. Литвинова, Д. Д. Хайрулинна, М. Айчичек, А. В. Балонкина, О. А. Казенас, А. Б. Григорьева, К. Э. Исакова. Е. Ю. Войтенко и др.)

При изучении ФЕ с компонентом-наименованием природных стихий и явлений важным аспектом является исследование их структурно-грамматических особенностей.

Структурно-грамматическая классификация, предложенная Е. Ф. Арсентьевой (Арсентьева 1989: 10) и разделяющая ФЕ на единицы со структурой словосочетания и предложения, послужила основой для анализа единиц исследования. Результаты показали, что преобладающее большинство ФЕ, содержащих наименования природных стихий и явлений, имеют структуру словосочетания (413 ед., 87,9%): *between two fires* ‘между двух огней’. Меньшая часть ФЕ представляет собой единицы со структурой предложения (57 ед., 12,1%): *there is no fire without smoke* ‘посл.; уст. нет огня без дыма’.

Помимо структурно-грамматической классификации, в работе была использована смысловая классификация И. В. Арнольд (Арнольд 1986: 172), согласно которой фразеологизмы со структурой словосочетания разделяются на глагольные, адъективные, адвербиальные, субстантивные и междометные.

В ходе анализа языкового материала было установлено, что глагольные ФЕ составляют наиболее многочисленную группу в английском языке (227 ед., 54,9%): *blaze a path* ‘быть новатором’, *catch the wind in the net* ‘заниматься бесполезным делом, попусту стараться’.

Для данных ФЕ характерны следующие структурные модели:

1. V + N(s) (84 ед., 37%): *get wind* ‘стать известным, распространиться’, *bat breeze* ‘болтать, сплетничать’.
2. V + Prep + N (71 ед., 32,7%): *put on the air* ‘транслировать по радио’, *limn on water* ‘строить воздушные замки’.

3. V + N + Prep + N (25 ед., 11%): *juggle balls in the air* ‘делать несколько дел одновременно’, *draw water on one’s mill* ‘отстаивать свои интересы’.

Второй по численности группой являются субстантивные ФЕ (108 ед., 26,1%). Наиболее распространенной структурной моделью для данной группы является N + Prep + N (42 ед., 39%): *wind in the head* ‘зазнайство, самодовольство’, *calm before the storm* ‘затишье перед бурей’.”

Адвербиальные ФЕ представлены относительно небольшим количеством единиц (42 ед., 10,2%). Среди них преобладает структурная модель Prep + N (16 ед., 38%): *off the wind* ‘мор. с попутным ветром’, *under a cloud* ‘в плачевном состоянии’.

Адъективные ФЕ представлены в значительно меньшей степени (30 ед., 7,3%). Одной из наиболее продуктивных структурных моделей является Comp + Adj + comp + N (11 ед., 36,7%), например: *as light as air* ‘невесомый’, *as free as the air* ‘вольный, как ветер’.

Междометные ФЕ представляют собой наименее продуктивный класс (6 ед., 1,5%): *Here’s mud in your eye!* ‘Ваше здоровье!’, *Fire in the hole!* ‘сейчас рванет! осторожно, граната! граната, ложись!’.

Таким образом, анализ эмпирического материала выявил преобладание ФЕ со структурой словосочетания, среди которых наиболее продуктивными являются глагольные фразеологизмы. При этом, наименее представленными являются междометные ФЕ, что свидетельствует об их ограниченной роли в выражении концептов, связанных с природными стихиями и явлениями.

Список литературы

1. *Арнольд, И. В*. Лексикология современного английского языка / И. В. Арнольд. – Москва: Высшая школа, 1986. – 295 с.

2. *Арсентьева, Е. Ф.* Сопоставительный анализ фразеологических единиц / Е. Ф. Арсентьева. – Казань: Изд-во Казанского университета, 1989. – 128 с.

3. *Кунин, А. В.* Англо-русский фразеологический словарь = English-Russian phraseologycal dictionary: около 20000 фразеологических единиц / А. В. Кунин. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва: Русский язык, 1984. – 942 с.

4. *Speake, J.* The Oxford Dictionary of Proverbs / ed. by J. Speake. – 5th edition. – Oxford: Oxford University Press, 2008. – 625 p.

5. *Walter, E.* Cambridge International Dictionary of Idioms / E. Walter. – Cambridge: Cambridge University Press, 2002. – 608 p.

Баранчук В. Д.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Положительно-оценочные высказывания в англоязычном драматургическом дискурсе XIX-XX вв.

1. Данное исследование посвящено описанию коммуникативно-прагматических особенностей положительно-оценочных высказываний в драматургическом дискурсе XIX-XX вв.

Актуальность работы обусловлена повышенным интересом современных учёных к изучению оценочных высказываний, в связи с антропоцентричным характером современной лингвистики, ориентированной на изучение человеческого фактора в языке.

Цель исследования – установить и описать семантические и прагматические особенности положительно-оценочных высказываний в англоязычном драматургическом дискурсе XIX-XX вв., выявить сходства и различия.

Объект исследования – положительно-оценочные высказывания в англоязычном драматургическом дискурсе XIX-XX вв., предмет – их семантические и прагматические особенности.

Материалом исследования послужили 1150 контекстов употребления положительно-оценочных высказываний, отобранных путём сплошной выборки из англоязычных драматургических произведений XIX-XX вв.

2. Под термином «оценка», вслед за А. А. Ивиным, понимается «высказывание, устанавливающее абсолютную или сравнительную ценность некоторого объекта» (Ивин 1970: с. 49-50). Согласно Е. М. Вольф, оценочное высказывание следует рассматривать, как особый вид иллокутивных актов, где действуют специфические именно для них иллокутивные силы, целью которых является вызвать у собеседника перлокутивный эффект – определённую эмоциональную реакцию, позитивную либо негативную (Вольф 2006: 163). «Компоненты оценочного высказывания взаимосвязаны с обязательными компонентами оценочного предложения, которое выражается следующей формулой: «А (субъект оценки) считает, что Б (объект оценки) хороший / плохой» (Там же: 6). Большую роль в реализации категории оценки играет эмотивность Согласно В. И. Карасику, эмотивность определятся как выражение эмоций, т.е. как категория, связанная с эмоциональностью без непосредственного отождествления с категорией оценки (Карасик 2007: 93). Помимо этого, эмотивность нередко рассматривается как коннотация, т. е. один из аспектов лексического значения слова.

Под драматургическим дискурсом Н. А. Алефиренко понимает: «когнитивно-коммуникативное событие, составляющее внутреннее содержание художественного произведения; область взаимного проникновения активизированных зон сознания автора и читателя (соответственно в период создания пьесы и в период её восприятия)» (Алефиенко 2012: 152).

Драматургический дискурс характеризуется следующими особенностями: 1) высокая степень стилизации; 2) наличие персонажной

(монологической / диалогической) речи и авторских ремарок; 3) использование специфических вербальных средств, выступающих маркерами авторского замысла, в том числе его ценностно-оценочных аспектов.

Положительно-оценочные высказывания играют важную роль в создании образов персонажей, передаче их эмоциональных состояний и отражении норм поведения, сложившихся в том или ином обществе.

Наиболее широко категория положительной оценки представлена на лексическом уровне. Установлено, что носителями положительно-оценочной семантики в драматургическом дискурсе XIX-XX вв. могут быть лексемы, принадлежащие к разным частям речи, среди которых: существительное, прилагательное, глагол, наречие. Наиболее многочисленной группой оказались прилагательные: XIX в. – 231 контекст (40%), XX в. – 220 контекстов (38%): *"Gwendolen. I never change, except in my affections. Cecily. What a noble nature you have, Gwendolen!*" (O. Wilde), "*He is of the energetic, scientific type, heartily, even violently interested in everything that can be studied as a scientific subject, and careless about himself and other people, including their feelings*" (G. B. Shaw). Наименее частотными – наречия: XIX в. – 94 контекста (16%), XX в. – 71 контекст (13%), например: "*Well, I persuaded Mrs Denbigh to try on that bonnet, and you can't think how charming she looked in it; and yet I don't think it became her as much as it does you"* (E. Gaskell), "*Town seems to have settled down for night pretty well"* (T. Williams).

По тематическому признаку положительно-оценочные высказывания были объединены в 2 тематические группы (ТГ): 1) «Человек» и 2) «Окружающий мир», при этом наиболее многочисленной в обоих периодах выступает первая группа – 328 контекстов (69%) в XIX в. и – 355 контекстов (62%) в XX в. Это обусловлено тем, что человек как социальный субъект ежедневно подвергается большому количеству различных оценок и характеристик, в связи с чем его оценочный потенциал значительно превосходит другие категории, например:

В рамках ТГ «Человек» выделено 7 подгрупп, которые объединяют высказывания, положительно оценивающие разные аспекты человеческой личности: «внешность», «характер», «эмоционально-психическое состояние», «интеллектуальные способности», «профессиональные качества», «занятия / развлечения». Между данными подгруппами установлены количественные расхождения. Самой многочисленной в англоязычном драматургическом дискурсе XIX и XX вв. является подгруппа «внешность»: 105 контекстов (30%) и 79 контекстов (30%) соответственно. Напр., "*They are so young and beautiful"* (T. Williams), "*I thought you were the prettiest girl I would ever seen"* (W. B. Thomas).

К самой малочисленной в драматургическом дискурсе XIX и XX вв. относится подгруппа «развлечения / занятия»: 16 контекстов (5%) и 10 контекстов (4%) соответственно: "*She can play the piano quite beautifully"* (G. B. Shaw), *"DONNA LUCIA: Yes, on of those cute Brazilian songs Don Pedro was so fond of"* (W. B. Thomas)

Установлено, что ТГ «Окружающий мир» в XIX в. насчитывает 248

контекстов (24%), тогда как в текстах XX в. обнаружено 220 контекстов (36,6%). Количественный анализ отражает более частое использование в текстах обоих периодов высказываний, входящих в подгруппу «строения / места»: XX в. – 68 контекстов (31%), XIX в. – 92 контекста (37%), например: "*The sides of the streets had a quaint richness, from the effect of the gables, and the stacks of chimneys which cut against the blue sky above*" (E. Gaskell), "*She showed me a picture of your home-place, the plantation. A great big place with white columns"* (T.Williams).

Меньше всего положительно оценивались в обществе XIX в. – «предметы обихода» – 12 контекстов (5%). Напр., *"I brought some nice clothes to meet all your lovely friends in"* (Walter Brandon Thomas).

А в драматургических произведениях XX в. менее частотной группой является – «период времени» – 9 контекстов (4%), напр., *"DOOLITTLE: She's been very low, thinking of the happy days that are no more"* (G. B. Shaw).

Исследование позволяет сделать вывод, что среди положительно-оценочных речевых актов в драматургическом дискурсе XIX в. первое место по частотности употребления занимает комплимент: 242 контекста (42%), например: "*You are the most earnest-looking person I ever saw in my life"*(O. Wilde). В то время как, в XX в. самым частотным носителем оценочной семантики является похвала: 225 контекстов (39%), например: *Well, this is very nice of you, Miss Doolittle*. При этом необходимо подчеркнуть, что самыми малочисленным речевым актом с положительной оценкой в XIX и XX вв. является лесть: 46 контекстов (8%) в XIX в. и 75 контекстов (13%) в XX в., например: *"Some held up admiringly the beautiful ball-dress in progres"* (E. Gaskell), "*Gwendolen. The moment Algernon first mentioned to me that he had a friend called Ernest, I knew I was destined to love you"* (G. B. Shaw).

Положительно-оценочные высказывания являются маркерами ценностных ориентаций исследуемого периода в англоязычном обществе. Они также служили средством влияния на зрителя, формируя эмоциональное восприятие сюжета и поддерживая авторскую идеологическую позицию.

Список литературы

1. *Алефиренко, Н. Ф.* Теория речевых жанров и прагматика дискурса [Текст] / Н. Ф. Алефиренко // Вестник КемГУ: Филология. – Кемерово, 2012. – № 4 (52). – Т. / 3. – С. 16–21.

2. *Вольф, Е. М.* Функциональная семантика оценки / [Текст] – М.: Едиториал УРСС, 2002. – 280 с.

3. *Ивин, А. А.* Основание логики оценок [Текст] / А. А. Ивин. – М.: Издательство московского университета, 1970. – 230 с.

4. *Карасик, В. И.* О типах дискурса [Текст] / Языковая личность: институциональный и персональный дискурс : сб. науч. тр. – Волгоград: Перемена, 2007.– 333 с.

Белова Е. И.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Явление поликодовости в англоязычных медиатекстах качественной и желтой онлайн-прессы

В современном мире информация стала одним из ключевых ресурсов, оказывающих значительное влияние на различные сферы жизни общества. В условиях стремительного развития технологий и глобализации роль средств массовой информации возрастает, так как они обеспечивают доступ к актуальной информации для широкой аудитории. Современная лингвистика все более активно исследует язык, используемый в медиа, что привело к возникновению нового направления – медиалингвистики. Это направление изучает различные аспекты функционирования языка в современных медиа, включая как печатные издания, так и их онлайн-версии, что позволяет обеспечить открытый и быстрый доступ к информации (Бернацкая 2000: 104-110).

Одним из ключевых явлений в медиалингвистике является поликодовость текста. Это понятие охватывает наличие в тексте различных кодов – вербальных, визуальных и других элементов, которые взаимодействуют друг с другом (Добросклонская, 2000). Исследование поликодовости имеет давние традиции, как в отечественной, так и в зарубежной лингвистике, что подтверждается обширной литературой по этой теме. Многих лингвистов привлекают особенности структуры медиатекста, что находит отражение в работах таких исследователей, как А. Г. Сонин, который анализирует язык как средство коммуникации и формирования сознания, Ю. Г. Алексеев, изучающий вербальные и иконические компоненты креолизованных текстов, а также Т. Г. Добросклонская, подчеркивающая значение медиалингвистики в современном научном дискурсе.

Современные электронные медиатексты представляют собой яркий пример поликодового текста, который включает не только текстовые элементы, но и визуальные компоненты, такие как изображения, графики и видео. С развитием технологий и распространением интернета произошли кардинальные изменения в способах получения и распространения информации. Печатные и электронные СМИ стали основными каналами коммуникации, однако их роль и особенности восприятия аудиторией продолжают вызывать активные дискуссии среди исследователей и практиков (Алексеев, 2002).

Теоретические основы исследования поликодового медиатекста включают несколько ключевых аспектов. Во-первых, поликодовость подразумевает интеграцию различных кодов в одном тексте, что создает новые возможности для передачи информации и взаимодействия с аудиторией. Во-вторых, медиатекст следует рассматривать как основную единицу медиадискурса. Сравнительный анализ печатных и электронных СМИ позволяет выявить их уникальные характеристики и различия в восприятии читателями.

Жанровая характеристика медиатекста также играет важную роль в его интерпретации. Разные жанры медиатекстов могут использовать различные стратегии представления информации и взаимодействия с аудиторией.

Кроме того, следует обратить внимание на характеристики качественной и желтой прессы. Качественная пресса стремится предоставлять глубокий анализ событий и фактов, в то время как желтая пресса часто акцентирует внимание на сенсационности и эмоциональности подачи материала. Эти различия влияют на восприятие информации аудиторией и формируют общественное мнение (Добросклонская, 2000).

Проанализируем новостную статью из таблоидного издания The Mirror *“Donald Trump struggles and seems confused in 'painful' crypto interview while trying to change topic”* (от 22.02.2024), характеризующегося сенсационным стилем, упрощенным языком, использованием ярких визуальных элементов и фокусом на эмоциональном воздействии на читателя. Критерии отбора статьи включают:

1. Наличие провокационного заголовка, который недвусмысленно указывает на негативное освещение события и предполагает наличие визуального материала, подтверждающего это.

2. Использование эмоционально окрашенной лексики. Слова *“struggles”, “confused”, “painful”* несут сильный эмоциональный заряд и призваны привлечь внимание читателя.

3. Поликодовый характер статьи, усиливающей эмоциональное воздействие текста.

Статья из источника The Mirror представляет собой типичный пример новостного сообщения в желтой прессе. Структурные особенности включают:

1. Заголовок, кратко и эффектно передающий суть сообщения, акцентирующий внимание на негативных аспектах интервью Трампа.

2. Первые несколько предложений, которые кратко излагают основную идею статьи и призваны зацепить внимание читателя.

3. Развернутое описание события с цитатами и комментариями.

4. Фотография Трампа, усиливающая эмоциональное воздействие текста демонстрирует его замешательство и напряжение.

В отличие от аналитических статей, которые характеризуются глубоким анализом ситуации и приведением различных точек зрения, и художественной публицистики, которая использует художественные приемы для передачи информации, новостное сообщение в желтой прессе стремится к максимальной эмоциональной насыщенности и упрощенному изложению фактов (Анисимова, 2003).

В качественной прессе поликодовость используется для передачи объективной и многогранной информации. Визуальные элементы служат дополнением к тексту, обеспечивая иллюстрацию и пояснение. В желтой прессе, как показано в анализируемой статье The Mirror, поликодовость используется для усиления эмоционального воздействия и манипулирования восприятием читателя. Средства выражения поликодовости включают:

1. Эмоционально заряженные заголовки нацелены на привлечение внимания и формирование определенного отношения к описываемому событию.

2. Провокационные изображения выбираются для усиления негативного или позитивного восприятия персоны или события. В данном случае, фото Трампа должно демонстрировать его беспомощность и некомпетентность.

3. Понятность для широкой аудитории ценится выше точности и нюансированности.

4. Преимущественно подаются только те факты, которые поддерживают основную идею статьи, часто упуская другие аспекты.

Фотография Трампа, изображающая его замешательство и трудности во время интервью, напрямую подтверждает и усиливает утверждения заголовка и текста. Вербальная составляющая (заголовок и текст) создает интригующую историю, а визуальная (фотография) обеспечивает эмоциональное подтверждение этой истории. Это взаимодействие направлено на создание негативного образа Трампа и привлечение внимания читателей. Отсутствие нейтральности и объективности характерно для желтой прессы. В качественной прессе, визуальный ряд дополняет текст, предоставляя дополнительные детали или контекст, но не диктует эмоциональную реакцию читателя.

Информация в современном мире является важнейшим ресурсом, определяющим разные аспекты жизни общества. Изучение медиатекстов помогает понять особенности коммуникации в современном информационном пространстве.

Список литературы

1. *Алексеев, Ю. Г.* Вербальный и иконический компоненты креолизованного текста в интракультурной и интеркультурной коммуникации (экспериментальное исследование): автореф. дис. …канд. филол. наук / Ю. Г. Алексеев. – Ульяновск, 2002. – 23 с.

2. *Анисимова, Е. Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация: на материале креолизованных текстов: учебное пособие / Е. Е. Анисимова. – М.: Академия, 2003.

3. *Добросклонская, Т. Г.* Вопросы изучения медиатекстов / Т. Г. Добросклонская. – М.: Макс пресс, 2000. – 286с.

Билищук П. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвопрагматические особенности негативно-оценочных речевых актов (на материале художественного дискурса конца XX в. – начала XXI в.)

В эпоху информационного перенасыщения и расширения коммуникативных горизонтов изучение оценочных речевых актов (РА),

особенно негативно-оценочных, представляется крайне важным. Негативно-оценочные РА, эксплицирующие отрицательное отношение к объекту, обладают значительным потенциалом в формировании и трансляции негативных смыслов, влияющих на восприятие социокультурной реальности, межличностные отношения и общественные процессы.

Актуальность данной работы обусловлена повышенным интересом ученых к исследованиям речевых актов в контексте их прагматической обусловленности и влияния на коммуникацию. В частности, распространенность негативно-оценочных речевых актов в современной художественной литературе отражает общие тенденции к усилению критичности, скептицизма и эмоциональности в обществе.

Объектом данного исследования является негативно-оценочный речевой акт.

Предметом данного исследования является лингвопрагматические особенности негативно-оценочных речевых актов.

Цель данной работы: проанализировать лингвопрагматические особенности негативно-оценочных речевых актов в художественном дискурсе конца XX в. – начала XXI в.

В соответствии с целью были использованы следующие методы исследования: контекстуальный анализ, интенциональный анализ, количественный анализ и описательный метод.

Материалом исследования послужили 400 негативно-оценочных речевых актов, отобранных путем контекстуальной выборки из художественных произведений конца XX в. – начала XXI в. на английском языке.

Теоретической основой работы являются положения прагматики и теории речевых актов. Согласно Дж. Остину (Austin, 1975), РА – это не просто высказывания, а действия, совершаемые посредством слов. Н.Д. Арутюнова (1990) подчеркивает, что РА – это “минимальная единица общения, которая включает в себя говорящего, слушающего, высказывание и ситуацию, в которой оно происходит” (Арутюнова, 1990: 25).

В рамках данной работы негативно-оценочные РА рассматриваются как иллокутивные акты, выражающие отрицательное отношение говорящего к определенному объекту или ситуации. Дж. Р. Серль (Серль, 2010) определяет иллокутивную силу как то, что говорящий “делает посредством высказывания” (Серль, 2010: 45), то есть намерение говорящего, которое адресат должен распознать. И.П. Сусов (Сусов, 2006) подчеркивает, что прагматика изучает отношения между языком, его пользователями и контекстом, подчеркивая, что “прагматика имеет дело с использованием языка в реальной коммуникации” (Сусов, 2006: 15).

Е.М. Вольф определяет оценочное высказывание как речевое образование, при помощи которого субъект выражает свое оценочное отношение к какому-либо объекту действительности в рамках определенной коммуникативной ситуации (Вольф, 2002: 34). Негативная оценка, в свою очередь, предполагает выражение неодобрения, запрета или отрицания.

Анализ осуществлялся на основе диалогической формы коммуникации, что позволило изучить процессы создания и восприятия речи в контексте конкретной коммуникативной ситуации и речевого жанра. Анализ корпуса текстов показывает, что наиболее частотным негативно-оценочным речевым актом является несогласие (50%), за ним следуют отказ (30%) и запрет (20%), что обусловлено спецификой дискурса, фокусирующегося на внутренних конфликтах и сложных отношениях между героями.

Речевой акт несогласия репрезентирует дивергенцию когнитивных оценок, выражая неприятие пропозиционального содержания высказывания адресата. Он реализуется как эксплицитно *"You're wrong," I said. "What you're doing is not the answer."* (Palahniuk, 1996: 41), посредством перформативных глаголов несогласия, так и имплицитно *"His friends looked at him with a mixture of pity and respect. 'Well,' said Samad. 'You always were one for the surprises.'"* (Smith, 2000: 63), при помощи невербальных средств и косвенных речевых стратегий, нивелирующих открытую конфронтацию. В последнем случае, симультанное проявление жалости и уважения маркирует латентное несогласие, а формально нейтральная реплика, нагруженная иронией, сигнализирует о расхождении в оценке, избегая прямой вербализации негативной интенции.

Запрет, будучи директивным речевым актом, репрезентирует негативную оценку действия, подлежащего прекращению, что имплицирует наличие властной асимметрии в коммуникации, апеллирует к нежелательности, вредоносности, неприемлемости или опасности действия. Данный акт проспективен, ориентирован на будущее, и реализуется посредством императивных конструкций, как, например, в случае с *"The first rule of Fight Club is: You do not talk about Fight Club."* (Palahniuk 1996: 49), где отрицательная повелительная форма эксплицитно кодирует категорический запрет, исключающий возможность интерпретативной вариативности и постулирующий негативные последствия нарушения.

Отказ, в свою очередь, представляет собой речевой акт, выражающий негативную оценку просьбы, предложения или требования, мотивированную восприятием невыполнимости, нецелесообразности, обременительности или противоречия интересам говорящего. В примере *"'But if you are already dead, Alsi-' 'Shut up! Shut up! I am not mad…'"* (Smith 2000: 148), Алсана артикулирует отказ от восприятия пропозиционального содержания реплики Самада. Повторная императивная реплика "*Shut up*!" интенсифицирует отказ и выражает неодобрение. Данный речевой акт функционирует как маркер эмоционального напряжения и служит средством самозащиты, репрезентируя попытку контроля над коммуникативной ситуацией и сопровождаясь отрицанием психического статуса, что актуализирует конфликт между коммуникантами.

Реализация негативно-оценочных речевых актов характеризуется значительной вариативностью в англоязычном художественном дискурсе конца XX в. – начала XXI в., охватывая широкий спектр синтаксических структур, включая повествовательные, вопросительные, отрицательные и

восклицательные предложения. Доминирующее положение повествовательных конструкций (55%) обусловлено их нарративной функцией и способностью имплицитно кодировать негативную оценку посредством лексического выбора, семантических конфигураций и репрезентации негативных эмоций. Например, в отрывке *"The kid's name was Danny Patrick. He beat the living shit out of me once when we were in the sixth grade. I hated him, but I was scared, too."* (King 1974: 18) негативная оценка имплицируется через вульгарный и грубый идиоматизм *"beat the living shit out of me"*, эксплицирующий жестокость и насилие, а также через лексему *"hated",* выражающую интенсивно негативное отношение к субъекту оценки.

Вопросительные конструкции, наряду с основной функцией запроса информации, в контексте негативной оценки часто служат для экспликации сомнения, упрека, иронии или риторического вопроса, имплицитно кодирующего отрицательный ответ, как демонстрирует пример *"What the hell is wrong with you?"* (Palahniuk 1996: 67), где интенсификатор *"the hell"* эмфатически усиливает экспрессивность и сигнализирует о негативной коннотации.

Восклицательные предложения, обладающие высокой степенью эмотивности, используются для выражения интенсифицированных негативных чувств, акцентируя отрицательные аспекты денотата, что иллюстрируется примером "*He was just a fucking idiot, really! Couldn't string two thoughts together unless they involved the words 'America' or 'imperialism'!"* (Smith 2000: 173), где пейоративная лексема *"idiot"* эксплицирует неодобрение.

Отрицательные предложения, выражая несогласие с фактами, утверждениями или действиями, позволяют выразить неприятие, отказ или отрицание денотата, обладающего негативными коннотациями. Пример "I am no religious man – I have never possessed the strength – but I am not fool enough to deny the truth!" (Smith 2000: 89) демонстрирует использование отрицательной конструкции для ассертивного утверждения, имплицирующего негативную оценку тех, кто отрицает *"I am not fool enough to deny the truth"*, что создает асимметрию в оценках и маркирует противопоставление субъекта высказывания и реципиентов.

Анализ лингвопрагматических характеристик негативно-оценочных речевых актов в художественном дискурсе конца XX в. – начала XXI в. подтверждает их ключевую роль в формировании нарратива и отражении современных социокультурных тенденций. Доминирующей стратегией является выражение несогласия (50%), за которым следуют стратегии отказа (30%) и запрета (20%). Реализация негативной оценки преимущественно осуществляется в повествовательных предложениях (55%), однако активно задействуются также восклицательные, вопросительные и отрицательные конструкции, что свидетельствует о многообразии лингвистических средств выражения негативных оценок и их адаптивности к различным коммуникативным задачам.

Список литературы

1. *Арутюнова, Н. Д.* Речевой акт / Н. Д. Арутюнова // Лингвистический энциклопедический словарь. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 638 с.
2. *Вольф, Е. М.* Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – 2-е изд. – М.: УРСС, 2002. – 247 с.
3. *Серль, Дж. Р.* Философия языка / Дж. Р. Серль. – М: Едиториал УРСС, 2010. – 208 с.
4. *Сусов, И. П.* Лингвистическая прагматика / И. П. Сусов. – М.: «Восток–Запад», 2006. – 200 с.
5. *Austin, J. L.* How to Do Things With Words / J. L. Austin. – 2nd ed. – Cambridge, MA: Harvard University Press, 1975. – 166 p.
6. *King, Stephen.* Carrie / Stephen King. – New York: Doubleday, 1974. – 199 p.
7. *Palahniuk, Chuck.* Fight Club / Chuck Palahniuk. – New York: W. W. Norton & Company, 1996. – 208 p.
8. *Smith, Zadie.* White Teeth / Zadie Smith. – London: Hamish Hamilton, 2000. – 461 p.

Болдырева Д. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантические особенности английских фразеологических единиц с компонентом модальности

Модальность важна для коммуникации, так как именно она играет ключевую роль в передаче отношения говорящего к высказыванию. От понимания различных оттенков значений зависит, будет ли точной интерпретация высказывания или нет, особенно в случае использования фразеологических единиц (далее ФЕ), так как они являются культурно-маркированными и вызывают в сознании носителей языка определенную совокупность сведений (Каюмова, 2016). Кроме того, ФЕ являются ценным лингвокультурологическим материалом, позволяющим раскрыть механизмы кодирования культурной информации в языке (Войтенко, 2023), исходя из этого можно с уверенностью сказать, что английские ФЕ с компонентом модальности являются неотъемлемой частью английского языка и широко применяются как в устной, так и в письменной речи, поэтому их верное понимание и употребление критически важны для эффективной коммуникации, что обуславливает актуальность настоящего исследования.

Объектом исследования являются английские ФЕ с компонентом модальности.

Предмет исследования – семантические и лингвокультурологические особенности английских ФЕ с компонентом модальности.

Целью исследования является исследование способов выражения модальных значений в английских ФЕ, а также семантические и лингвокультурологические особенности данных языковых знаков.

Материалом исследования послужили 307 ФЕ английского языка с компонентом модальности, отобранные методом сплошной выборки из фразеологических словарей (Англо-русский фразеологический словарь под редакцией А. В. Кунина (1984), Русско-английский фразеологический словарь под редакцией Е. Ф. Арсентьевой (1999), Сборник фразеологических сочетаний и идиом разговорного английского языка под редакцией И. С. Владовской (1970), Cambridge International Dictionary of Idioms (1998)).

Примерами единиц исследования могут выступать следующие ФЕ:

– *most certainly* ‘вне всякого сомнения, безусловно, определённо, конечно’ (данная ФЕ выражает значение уверенности; модальность выражена при помощи компонента *certainly*);

– *what’s done can’t be undone* ‘сделанного не воротишь; что с возу упало, то пропало’ (данная ФЕ выражает значение неизбежности; модальность выражена при помощи глагола *can*).

Стоит отметить, что термин «модальность» многогранен, а его трактовка в современной лингвистике довольно широка. В данной работе вслед за О. С. Ахмановой модальность понимается как «понятийная категория со значением отношения говорящего к содержанию высказывания и отношения содержания высказывания к действительности (отношения сообщаемого к его реальному осуществлению), выражаемая различными грамматическими и лексическими средствами, такими как формы наклонения, модальные глаголы, интонация и т. п.» (Ахманова, 1966).

Во фразеологической системе модальность – это выражение ФЕ утверждения и отрицания, а также обозначение ими отношения говорящего к высказыванию со стороны его достоверности, желательности, предположительности, а также соотнесённость ФЕ с различными модальными словами (Кунин, 1996). А. М. Чепасова отмечает, что модальность является национальной категорией, так как «по образности, оценочности связана с уровнем развития производительных сил, уровнем развития мышления, культуры; модальность связана с отношением к религии и т.д.» (Чепасова, 2016).

Существует большое количество модальных значений, отражённых во фразеологической системе английского язык: способность / неспособность; возможность / невозможность; разрешение / запрет; вероятность; необходимость; обязательность; рекомендация; совет / подсказка, как следует поступить правильно; обязанность; приказ; угроза; предсказание; недоумение; удивление; упрек; желание; намерение; готовность что-то сделать; просьба / предложение; уверенность; обещание; предупреждение; отсутствии необходимости действия в прошлом (Агаева, 1990).

В ходе исследования были выделены следующие семантические типы английских ФЕ с модальным компонентом:

1. ФЕ, выражающие уверенность (51 ФЕ, 16,6 %), например, ФЕ *you may rest assured* ‘можете быть уверены’, в которой модальность выражена при помощи модального глагола *may*.

2. ФЕ, выражающие неизбежность (49 ФЕ, 16 %), например, *(as) sure as death* ‘точно, непременно, неизбежно’: в данном примере модальность выражена при помощи оборота *as sure as*.

3. ФЕ, выражающие невозможность (31 ФЕ, 10 %), например, ФЕ *when pigs fly* ‘когда рак на горе свистнет’, в которой модальность выражена при помощи местоимения *when*.

4. ФЕ, выражающие вероятность и возможность (30 ФЕ, 9,8 %), например, *be as it may* ‘как бы то ни было; будь что будет’; *a ragged colt may make a good horse* ‘и плохой жеребенок может стать хорошей лошадью’: и в первом, и во втором примере модальность выражена при помощи модального глагола *may*.

5. ФЕ, выражающие необходимость (25 ФЕ, 8,1 %), например, ФЕ *what can’t be cured must be endured* ‘приходится мириться с тем, чего нельзя исправить; что сделано, того не воротишь’, в которой модальность выражена при помощи модального глагола *must*.

6. ФЕ, выражающие предположение (14 ФЕ, 4,6 %), например, *perhaps, it’s for the best* ‘возможно, это к лучшему’: в данном примере модальность выражена при помощи модального слова *perhaps*.

7. ФЕ, выражающие совет (14 ФЕ, 4,6 %), например, ФЕ *a full cup must be carried steadily* ‘„полную чашу нужно нести осторожно“, счастье нужно беречь’, в которой модальность выражена при помощи модального глагола *must*.

Анализ эмпирического материала показывает, что с точки зрения выражаемого модального значения, наиболее продуктивными модальными ФЕ являются ФЕ, выражающие уверенность (51 ФЕ, 16,6 %), а также ФЕ, выражающие неизбежность (49 ФЕ, 16 %), что вероятно, обусловлено тем, что в английской культуре ценится определённость и уверенность в своих словах, а также тем, что многие англичане ориентируются на логику и практичность, и это отражается в их языке. Также стоит отметить, что англичанам традиционно свойственна вежливость и избегание прямого несогласия, но при этом в их речи можно довольно легко найти большое количество модальных ФЕ, которые позволяют выражать мнение решительно, но не вступая в открытое столкновение.

Таким образом, модальные ФЕ помогают лучше понять культуру, особенности быта, ценности и историю народа, говорящего на этом языке.

Список литературы

1. *Агаева, Ф. А.* Модальность как лингвистическая категория (на материале английского и туркменского языка): автореферат дис. ... доктора филологических наук / Ф. А. Агаева. – Азерб. пед. ин-т рус. яз. и лит. им. М. Ф. Ахундова. – Баку, 1990. – 47 с.

2. *Ахманова, О. С.* Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова, А. И. Полторацкий. – М.: Советская энциклопедия, 1966 – 608 с.

3. *Войтенко, Е. Ю.* Семантические особенности английских и русских фразеологизмов, репрезентирующих природный код культуры / Е. Ю. Войтенко // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. – 2023. – № 16. – С. 76-82.

4. *Каюмова, Д. Ф.* Лингвокультурная специфика фразеологических единиц с компонентом модальности / Д. Ф. Каюмова, Д. И. Хрипкова // Вестник Казанского государственного университета культуры и искусств. – 2016. – № 3. – С. 84-86.

5. *Кунин, А. В.* Курс фразеологии современного английского языка: учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз / А. В. Кунин. – 2-е изд., перераб. – М.: Высш. шк., Дубна: Изд. центр "Феникс", 1996. – 381 с.

6. *Чепасова, А. М.* Фразеология в контексте современных лингвистических исследований / А. М. Чепасова // Избранные труды: в 2 т. – Т. 2. – Челябинск, 2016. – 212 с.

Болотова М. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантика антонимичных фразеологизмов и их роль в отражении языковой картины мира английского и русского языков

Фразеологические единицы (ФЕ), пословицы и идиомы составляют ту часть языка, в которой сосредоточен результат культурного опыта народа. Их внутреннее содержание отражает различные аспекты жизни: успех или неудача, отношения между людьми, их переживания и чувства, одобрение и неодобрение, доброта и враждебность.

В структуре языка антонимы – слова, имеющие противоположные значения, занимают особое место. Антонимичные ФЕ являются важным аспектом системных отношений в словарном запасе языка, как английского, так и русского языков.

Актуальность исследования заключается в необходимости тщательного изучения и анализа семантики антонимичных фразеологических единиц и их роли в отображении языковой картины мира, для адекватной оценки человеком окружающей его действительности.

Объектом исследования являются антонимичные фразеологические единицы в английском и русском языках.

Предметом исследование является семантика английских и русских антонимичных фразеологических единиц.

Целью данного исследования является установление и описание особенностей семантики антонимичных фразеологизмов в английском и русском языках.

Материалом исследования послужили 450 английских антонимичных ФЕ и 450 русских ФЕ, отобранных методом сплошной выборки из фразеологических словарей английского и русского языков.

Национально-культурная специфика присутствует на всех языковых уровнях, но наиболее ярко она проявляется в языковых единицах, которые являются имманентными и внутренняя форма которых отражает мировоззрение конкретной этнической группы. Являясь фрагментом языковой

картины мира (ЯКМ), фразеология выражает материальную и духовную культуру, мышление и познание людей.

По мнению известного лингвиста В. Н. Телии, фразеологический состав языка – это «зеркало, в котором лингвокультурная общность идентифицирует свое национальное самосознание», именно фразеологизмы как бы навязывают носителям языка особое видение мира, ситуации (Телия 1996: 115).

Исследователь М. В. Пименова определяет ЯКМ как «совокупность знаний о мире, которые отражены в языке, а также способы получения и интерпретации новых знаний» (Пименова 2007: 56).

В результате семантического анализа материала, состоящего из 450 английских антонимичных фразеологизмов, категория ФЕ, характеризующая действия, человека оказалась самой многочисленной группой – 85 единиц (19%): *blow away the cobwebs* ‘выйти прогуляться’ – *keep the house* ‘оставаться дома’; ФЕ, описывающие социальное положение человека, составили 64 единицы (14%): *dog's dinner* ‘презренный человек’ – *of much account* ‘имеющий ценность, значение’; ФЕ, обозначающие эмоциональное состояние – 55 единиц (12%): *be up in the air* ‘выйти из себя, взбеситься’ – *hold one’s own* ‘держать себя в руках’; ФЕ, характеризующие межличностные отношения составили 54 единицы (12%): *make peace* ‘помириться’ – *be at loggerheads with smb.* ‘поссориться, быть не в ладах с кем-то’.

В ходе семантического анализа материала, состоящего из 450 русских антонимичных фразеологизмов, категория ФЕ, характеризующая, действия человека стала самой многочисленной группой – 84 единицы (19%): *от зари до зари* ‘долго и усердно работать’ – *считать ворон* ‘бездельничать’; ФЕ, описывающие социальное положение человека, составили 68 единиц (15%): *большая рука* ‘влиятельный человек’ – *пятое колесо в телеге* ‘бесполезный человек’; ФЕ, характеризующие умственные способности человека – 60 единиц (13%): *с царём в голове* ‘сообразительный человек’ – *без царя в голове* ‘взбалмошный, глупый человек’; ФЕ, обозначающие характер человека, составили 58 единиц (13%): *трусливый как заяц* ‘робкий’ – *смелый как лев* ‘храбрый’.

Опираясь на высказывания В. Н. Телии и М. В. Пименовой, мы делаем вывод, что язык становится одним из основных факторов, влияющих на формирование мировоззрения человека. Исходя из анализа материала, самыми многочисленными категориями стали действия и социальное положение человека, как в английском, так и в русском языке. Таким образом, для обеих лингвокультур действия и деятельность человека занимают высокие позиции, что напрямую влияет на оценку социального положения. В связи с сословным разделением общества, как в Великобритании, так и в России для человека всегда было важно достичь лучшего результата, и занять высокое положение в обществе благодаря своей деятельности.

Различия появляются в третьей и четвертой по многочисленности категориям – английские ФЕ, характеризующие эмоциональное состояние и межличностные отношения, и русские ФЕ, описывающие умственные способности и характер человека.

Выделение этих категорий можно объяснить культурными установками и стереотипным поведением. Настоящий английский джентльмен, как пишет Д. М. Когут, печется о своем происхождении, воспитании и умении вести себя достойно в любых ситуациях. Так называемые стереотипные педантичные англичане, которые пойдут на все для поддержания статуса и сохранения хороших отношений с окружающими (Когут 2020).

Л. А. Климкова отмечает, что для русского человека характерными чертами становятся: смекалистость, духовность, склонность к самопожертвованию, стойкость и терпеливость. Стереотипный суровый русский характер, на который повлияли климат, коммунистическое прошлое и окружающая действительность, не спроста укоренился в обществе (Климкова 2016: 387).

Итак, в ходе анализа семантики английских и русских антонимичных фразеологизмов было выявлено, что самыми продуктивными группами английских ФЕ являются фразеологизмы, обозначающие действия, социальное положение, эмоции и межличностные отношения. В русском же языке можно выделить группы фразеологизмов, характеризующих действия, социальное положение, умственные способности и характер человека.

Подводя итог, стоит сказать, что стереотипное поведение людей разных национальностей, очень ярко отражено в ЯКМ. Именно в содержательной стороне языка проявляется картина мира этноса, которая становится фундаментом всех культурных стереотипов. Таким образом, анализ разных ЯКМ помогает нам понять не только различия, но и сходства национальных культур.

Список литературы

1. *Климкова, Л. А.* Феномен русскости: языковая экспликация / Л. А. Климкова // Русский универсум в условиях глобализации: сборник статей участников Всероссийской научно-практической конференции (26–28 октября 2016 г.) / Науч. ред. Е. В. Валеева, отв. ред. С. В. Напалков; Арзамасский филиал ННГУ; Фонд «Русский мир». – Саров: Интерконтакт, 2016. – С. 387.

2. *Когут, Д. М.* Определение «английскости» в современном литературоведении / Д. М. Когут // Вестник науки, 2020. – №6 (27). Т.4. – URL: https://www.вестник-науки.рф/article/3348 (дата обращения: 13.02.2025)

3. *Пименова, М. В.* Коды культуры и проблема классификации концептов / М. В. Пименова // Язык. Текст. Дискурс: научный альманах Ставропольского отделения РАЛК. – Ставрополь, 2007. – Вып. 5. – С. 56.

4. *Телия, В. Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – М: Школа «Языки русской культуры», 1996. – 115 с.

Будаева В. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантика фразеологических средств репрезентации эмоционального концепта СЧАСТЬЕ в английском языке

Концепт СЧАСТЬЕ занимает центральное место в языковой картине мира, отражая культурные ценности и мировоззрение. Лингвистическое изучение репрезентации концепта СЧАСТЬЕ в английском языке, в частности фразеологическими средства, позволяет раскрыть особенности его понимания и выражения в англоязычной культуре.

Согласно мнению А. В. Кунина, фразеологизм – это устойчивое сочетание слов с осложненной семантикой, не образующееся по порождающим структурно-семантическим моделям переменных словосочетаний (Кунин, 1984: 5).

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что анализ лексических и фразеологических единиц вербализующих концепт СЧАСТЬЕ, способствует более глубокому пониманию эмоциональной и культурной специфики английского языка. Исследование позволяет выявить, какие аспекты счастья акцентируются в английской лингвокультуре, и как они соотносятся с общечеловеческими представлениями о счастье.

Объектом исследования являются фразеологические средства английского языка, репрезентирующие концепт СЧАСТЬЕ.

Предметом исследования выступают семантические особенности данных фразеологических средств.

Целью настоящего исследования является исследование семантических особенностей фразеологических средств репрезентации концепта СЧАСТЬЕ в английском языке. На основе семантического анализа английских фразеологизмов, репрезентирующих концепт СЧАСТЬЕ, необходимо выявить и систематизировать основные тематические группы, отражающие различные грани этого понятия в английском языковом сознании.

Материалом исследования послужили 452 фразеологические единицы, вербализующие концепт СЧАСТЬЕ, отобранные из «Большого англо-русского фразеологического словаря» А. В. Кунина; Cambridge international dictionary of idioms, и других фразеологических словарей. В результате анализа были выделены 7 семантических групп:

(1) ФЕ, обозначающие счастье как радость, например: *as bright as a button* ‘быть радостным’

(2) ФЕ, обозначающие счастье как любовь, например: *head over heels in love* ‘влюбиться по уши’

(3) ФЕ, обозначающие счастье как удача, например: *like a lottery winner* ‘везунчик’

(4) ФЕ, обозначающие счастье как удовольствие, например: *on top of the world* ‘на вершине блаженства’

(5) ФЕ, обозначающие счастье как успех и благополучие, например: *to hit the big time* ‘добиться успеха’

(6) ФЕ, обозначающие счастье как физическое, эмоциональное и душевное проявление, например: *jumping for joy* ‘прыгать от счастья’

(7) ФЕ, обозначающие счастье как смех, например: *laughter is the best medicine* ‘смех – лучшее лекарство’

Как показывает анализ языкового материала, «счастье» – многоаспектное понятие, тесно связанное с положительными эмоциями и имеющее положительную оценку.

Наиболее многочисленной группой в английском языке является группа ФЕ, выражающих счастье как любовь, включающая 115 ФЕ, что составляет 25,4% от общего числа. Согласно данным количественного анализа, далее по значимости идут три группы ФЕ, выражающие счастье как радость (75 ФЕ, 16,5%), счастье как успех, благополучие (71 ФЕ, 15,7%) и счастье как физическое, эмоциональное и душевное проявление (70 ФЕ, 15,5%). Следующей в количественном отношении группой является счастье как удача, включающая 64 ФЕ и составляющая 14,1%. Значимой является группа, отражающая счастье как удовольствие, которая включает 39 ФЕ (8,6%). Наименее многочисленной, но также важной является группа ФЕ, отражающая такое внешнее проявление эмоционального состояния счастья как смех (18 ФЕ, 4%). Это свидетельствует о том, что данные аспекты играют важную роль в понимании счастья в английской культуре.

Результаты исследования демонстрируют многоаспектность концепта СЧАСТЬЕ в английском языке. Фразеологизмы, связанные с семьей, любовью и удачей, отражают важность межличностных отношений и благоприятных обстоятельств для достижения счастья в английской культуре. Меньшая представленность других тематических групп может указывать на то, что данные аспекты (комфорт, смех, религиозные мотивы) играют менее значимую роль в формировании представлений о счастье, либо выражаются другими языковыми средствами.

Дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение культурной специфики каждой тематической группы и сопоставление английских представлений о счастье с другими культурами.

Список литературы

1. *Кунин, А. В.* Большой англо-русский фразеологический словарь / лит. ред. М.Д. Литвинова – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Рус. яз., 1984. – 944 с.

Вельчев К. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Эвфемизмы в американском политическом дискурсе XX-XXI веков

Введение. Работа посвящена изучению особенностей использования эвфемизмов в американском политическом дискурсе XX-XXI вв. на материале речей политиков.

Актуальность данной темы обусловлена повышенным интересом современных лингвистов к эвфемизмам, которые играют важную роль в

политической коммуникации, определяя восприятие событий, принятие решений и политических программ. Использование эвфемизмов является неотъемлемым элементом публичной риторики, особенно в контексте дипломатии, экономики и социальной политики.

Объектом исследования является американский политический дискурс XX-XXI в., предметом – семантика и функции эвфемизмов в речах американских политиков.

Цель работы – изучить семантику и функции эвфемизмов в американском политическом дискурсе XX-XXI вв., выявить сходства и различия.

Теоретико-методологическая основой исследования послужили труды отечественных (В. И. Карасик, Н. Караулов, Л. П. Крысин, Д. В. Шапочкин, Ю. А. П. Чудинов и др.) и зарубежных лингвистов (Т. ван Дейк, Н. Фэрклаф, Дж. Лакофф и др.).

Материалом исследования послужили эвфемизмы, отобранные путем сплошной выборки из публикаций ведущих американских СМИ XX-XXI вв. – таких, как *BBC News, The Guardian, The New York Times, The Washington Post*. Всего проанализировано 220 эвфемизмов – 110 из XX в., 110 из XXI в.

Политический дискурс – коммуникативная деятельность, направленная на формирование идеологического влияния и закрепление власти (Карасик, 2002).

Эвфемизм – это лексическое средство, используемое для замены табуированных или социально чувствительных выражений нейтральными и приемлемыми формулировками (Крысин, 1994). Эвфемизмы часто используются в текстах СМИ как эффективный инструмент воздействия на аудиторию и манипулирования общественным мнением.

В американском политическом дискурсе XX-XXI вв. используются различные группы эвфемизмов: 1) эвфемизмы, смягчающие политическую обстановку; 2) эвфемизмы, отвлекающие от негативных экономических процессов; 3) эвфемизмы, маскирующие острые социальные вопросы.

Установлено, что в политической коммуникации XX века эвфемизмы чаще всего выполняют маскирующую функцию, маскируя те явления и процессы, которые могут вызвать негативную реакцию людей.

Приведем несколько примеров.

1. Эвфемизмы, смягчающие политическую ситуацию. Так, Франклин Рузвельт, обращаясь к американцам 8 декабря 1941 года после атаки на Перл-Харбор, использовал в свое речи выражение *a date which will live in infamy* ‘день, который останется в памяти как бесчестный’, которое является более мягким напоминанием о трагических последствиях комбинированной атаки воздушных и подводных сил японского флота на американские силы.

В речи Дина Эйчесона, провозглашенной 12 января 1950 года в Нью-Йорке используется эвфемизм *the necessity of assuming the military defense of Japan* ‘необходимость взять на себя военную защиту Японии’. Речь идет о фактическом военном присутствии и защите Японии, но благодаря эвфемизму оратору удалось избежать прямого упоминания о возможной оккупации и

смягчить категоричность утверждения, снизить градус напряжения, сделав заявление более нейтральным.

Президент Дуайт Эйзенхауэр в своей прощальной речи 1961 года использовал эвфемизм *military-industrial complex* ‘военно-промышленный комплекс’ вместо открытого указания на тесное слияние бизнеса и армии.

2. Эвфемизмы, маскирующие неблагоприятную экономическую ситуацию. Так, Герберт Гувер в период Великой депрессии 1930-х гг. называл экономический кризис *economic difficulties* ‘экономические трудности’ вместо слова *depression,* чтобы избежать резкой негативной реакции людей.

В 1970-х гг. Ричард Никсон для обозначения экономического спада использовал эвфемизм *economic adjustment* ‘экономическая корректировка’ вместо слова *recession* ‘рецессия’, что существенно сгладило впечатление от сказанного.

В XXI веке под влиянием глобализации, активного внедрения цифровых технологий и формирования политической корректности наблюдается широкое распространение новых эвфемизмов в сфере политики и экономики. Так, в 2003 году Джордж Буш-младший при обсуждении деятельности ЦРУ использовал фразу *enhanced interrogation techniques* ‘расширенные методы допроса’ вместо *torture* ‘пытки’.

В 2008 году, в разгар мирового финансового кризиса, СМИ и политики предпочитали говорить о *quantitative easing* ‘количественном смягчении’ вместо *printing money* ‘печатание денег’.

Администрация Джо Байдена в 2021 году использовала термин *economic transition* ‘экономический переход’ вместо *inflation crisis* ‘кризис инфляции’.

В XXI веке активно используются эвфемизмы, касающиеся острых социальных вопросов. Например: *It doesn’t matter, whether you’re black or white or Hispanic or Asian or Native American; or young or old or rich or poor, abled, disabled, gay or straight* (Obama’s Victory Speech, November 5, 2008). В данном случае эвфемизмы *black* и *Native Americans* заменяют слово *negro,* смягчая тем самым болезненную для США проблему расовой дискриминации и подчеркивая многонациональность страны и единство всех ее граждан.

В своем выступлении Дональд Трамп также следует принципам эвфемизации речи, и, вместо повсеместно употребляемых в отношении представителей чернокожего населения лексем *blacks* and *negroes* использует в своей речи нейтральную лексему *African-American*: *Last month, African American, Spanish American and Asian American unemployment reached the lowest levels ever recorded. One out of two Hispanic seniors, one out of three African-American seniors is enrolled in Medicare Advantage* (President Donald J. Trump’s State of the Union Address. February 5, 2019).

Заключение. Проведенный анализ позволяет утверждать, что специфика использования эвфемизмов в американском политическом дискурсе XX-XXI вв. обусловлена социальными, экономическими и политическими условиями развития общества. Установлено, что в XX в. эвфемизмы в большинстве своем служили инструментом дипломатии и пропаганды, а в XXI в. – средством

соблюдения политкорректности и управления общественным мнением через СМИ и цифровые платформы.

Сегодня эвфемизмы продолжают играть важную роль в политической риторике, адаптируясь к меняющимся реалиям и новым коммуникационным технологиям. Их изучение помогает лучше понимать механизмы влияния политической речи на общественное сознание, а также выявлять скрытые способы манипуляции информацией.

Список литературы

1. *Баскова, Ю.С.* Эвфемизмы как средство манипулирования в языке СМИ (на материале русского и английского языков): дис. …канд. филол. наук / Ю.С. Баскова // Кубан. гос. ун-т. – Краснодар, 2006. – С. 162

2. *Крысин, Л. П.* Эвфемизмы в современной русской речи / Л. П. Крысин // Русистика. – Берлин, 1994. – № 1–2. – С. 28 – 35.

3. *Николаева, Н. Н.* Функционально-прагматический потенциал эвфемизмов в англоязычном политическом дискурсе / Н. Н. Николаева // Политическая лингвистика. – 2018. – № 3 (69). – С. 55–63.

Виноградова М. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвопрагматические особенности англоязычного академического письменного дискурса

Данная работа посвящена исследованию академического дискурса, который является сферой коммуникации, связанной со специфической сферой человеческой деятельности – получением и трансляцией научного знания (Шилихина, 2013).

Актуальность данной работы заключается в необходимости комплексного изучения академического письменного дискурса как важной составляющей современной образовательной культуры, что дает возможность улучшить коммуникацию между преподавателем и обучающимися, изучать формы коммуникативного воздействия на обучающихся, повышать уровень их мотивации.

Объект исследования – академический дискурс, представленный в жанре учебно-научного письменного текста по английскому языку.

Предмет исследования – лингвопрагматические характеристики современного англоязычного академического дискурса.

Цель исследования – установить и описать лингвопрагматические особенности в современном англоязычном академическом дискурсе.

Материалом исследования послужили учебно-научные тексты Дэвида Кристала, известного британского филолога, языковеда-англиста, общим количеством 21486 предложений (1307 страниц).

В соответствии с целью и задачами были использованы следующие методы: метод контекстуального анализа, метод дискурсивного анализа, метод интенционального анализа, метод количественного анализа.

Ключевыми понятиями работы являются следующие понятия. Вслед за Н. В. Казаковой академический письменный дискурс рассматривается как особый тип институциональной коммуникации, в котором сочетаются свойства научного дискурса как совокупности текстов, отвечающих целям научной коммуникации и вербализующих научное знание, и учебного дискурса как совокупности текстов дескриптивно-прескриптивного характера, не предполагающих равенства адресата и адресанта, используемых в учебных и образовательных целях (Казакова, 2011). Другим ключевым понятием является коммуникативная стратегия и тактика. Коммуникативная стратегия, вслед О. С. Иссерс, понимается как комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативной цели, а тактика как одно или несколько действий, способствующие реализации стратегии (Иссерс, 2008:54).

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы.

1. По результатам дискурс-анализа, в проанализированных текстах имеют место 3 коммуникативные стратегии: стратегия убеждения и аргументации; стратегия информирования и фатическая дискурсивная стратегия. Коммуникативная стратегия убеждения обусловлена основной функцией учебно-научного текста – обучающей функцией. По результатам количественного анализа, данная стратегия является ведущей в учебно-научном дискурсе: 56% от общего количества выборки. Данная стратегия направлена на обоснование мысли или утверждения. Средствами реализации данной стратегии являются три тактики.

Тактика конкретизации фактов (почти 50%) реализуется через группу предложений, связанных с помощью коннекторов или слов-связок, которые выражают различные смысловые отношения между частями излагаемой информации: *Firstly, a language can be made the official language of a country, to be used as a medium of communication in such domains as government, the law courts, the media, and the educational system* (D. Crystal 1997: 66).

Тактика обоснования реализуется с помощью предложений-константивов, в которых выражается апелляция к традиции, авторитету, использование цитат и отсылок, статистические данные, аналогии и др. Все эти ходы являются своего рода аргументацией, которая подтверждает достоверность излагаемой информации. Например, *As Lysandrou and Lysandrou conclude: If English can facilitate the process of universal dispossession and loss, so can it be turned round and made to facilitate the contrary process of universal empowerment and gain* (*D. Crystal,* 1997: 42). В этом случае проявляется интертекстуальность учебно-научного текста. Включение цитат, отсылок к другим текстам и библиографических справок создаёт логико-смысловую основу, связывая данный текст с метатекстами данной предметной области.

Тактика обобщения реализуется посредством предложений-константивов с обстоятельством уступки, причины, времени: *Despite some superficial similarities, so-called ‘body language’ and ‘animal language’ are very different from what it happens in language. I find it clearer to avoid the term*

'language' altogether, in fact, and to describe these phenomena in more general terms – body communication and animal communication (D. Crystal 1997: 10). Такой коммуникативный ход или несколько ходов, обобщает всю ранее высказанную информацию.

Коммуникативная стратегия информирования направлена на реализацию основной цели академического дискурса – передачи нового знания с целью обучения, сообщение информации объективного характера. По результатам количественного анализа, средства ее реализации составляют 33,6 % от общего количества выборки. Данная стратегия реализуется 3 тактиками. Во всех тактиках используются предложения-констативы, но их интенциональность различается. Для тактики констатации предложений-константивы утверждают положение дел, т.е. доктринальные знания о внешней реальности: *Language is a major means of showing where we belong, and of distinguishing one social group from another* (D. Crystal 1997: 37).

Для тактика обобщения они, соответственно, обобщают выше сказанное: *These points add to the complexity of the present-day world English situation, but they do not alter the fundamental point* (D. Crystal 1997: 6).

Для тактики размежевания предложения-констативы используются как прием сравнения: *In the older studies, small numbers of people were carefully chosen to represent what were thought of as 'pure' forms of dialect. Today, larger number of people are chosen from the whole population…* (D. Crystal 1997: 30).

Фатическая дискурсивная стратегия в научном дискурсе представляет собой приемы, которые используются для того, чтобы сохранить интерес читателя или слушателя к теме и мотивировать его к продолжению взаимодействия с текстом. В научной коммуникации поддержание внимания крайне важно, так как оно способствует лучшему усвоению материала и укреплению аргументации. Данная стратегия реализуется посредством двух тактик: поддержания внимания и привлечения внимания.

Тактика поддержания внимания реализуется с помощью средств проспекции\ретроспекции: *The history of a global language can be traced through the successful expeditions of its soldier/sailor speakers. And English, as we shall see in chapter 2, has been no exception* (D. Crystal 1997: 26).

Тактика привлечения внимания осуществляется с помощью н**есобственно-риторических вопросов:** *Why is English the global language, and not some other? There are two answers to the question* (D. Crystal 1997: 46). Реализации такого намерения адресанта способствуют также стереотипные языковые конструкции типа *note (that), recall (that), notice (that), assume (that), it is interesting to …, interestingly, importantly, it is important to note (that) …, it is important to bear in mind (that) …, notably, particularly, of particular interest …, of particular importance* … и др. Например: *It is important to face up to these fears, and to recognize that they are widely held (*D. Crystal 1997; 32*).* Указанные фатические средства придают письменному тексту диалогичности, что традиционно считается характеристикой устной формы коммуникации.

Таким образом, проведенное исследование позволило выделить и обосновать лингвопрагматические особенности академического письменного

дискурса, представив их в виде интегральной модели стратегий когнитивного (передача информации, знаний, мыслей), языкового (использование конкретных языковых средств), интерактивного (взаимодействие субъектов речевой деятельности), а также культурного аспектов академического дискурса, которые взаимосвязаны и взаимообусловлены общими и частными целями коммуникации.

Список литературы

1. *Иссерс, О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. Изд. 5-е. */ О. С. Иссерс* – Москва: Лки, 2008. – 284 с.

2. *Казакова, Н. В. Репрезентация научно-учебного дискурса в английской грамматической традиции / Н. В. Казакова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2011. – № 2(2). – С. 91–95.*

3. *Шилихина, К. М.* Ирония в академическом дискурсе */ К. М. Шилихина // Вестник* Воронежского государственного университета. Серия: Филология. Журналистика. 2013, №1. – *С. 101–115.*

4. *Crystal, D.* English as a Global Language / D. Crystal. – 2nd ed. – Cambridge: Cambridge University Press,1997. – 212 p.

Вундер А. Э.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Морфологические особенности в текстах туристической рекламы

1. Туристическая реклама играет ключевую роль в продвижении туристических направлений и услуг. Для эффективной коммуникации необходимо учитывать морфологические, синтаксические и стилистические особенности каждого языка, чтобы тексты были понятны, привлекательны и точны. Изучение морфологии помогает выявить особенности словообразования и грамматического оформления текстов в каждом языке, что особенно важно для туристической рекламы, где необходимо соблюсти культурные и языковые нормы (Алексеева, 2008).

Актуальность данного исследования обусловлена растущим интересом к кросс-культурной коммуникации и необходимостью адаптации текстов рекламы с учетом морфологических особенностей целевого языка.

Целью данного исследования является анализ и выявление морфологических особенностей в текстах туристической рекламы.

Объектом исследования являются тексты туристической рекламы.

Предметом исследования выступают морфологические особенности текстов туристической рекламы в немецком, английском и русском языке.

Материал исследования составили 60 текстов туристической рекламы, 20 из которых на немецком, 20 на английском и 20 на русском языке, отобранные путём частичной выборки. Выборка основана на материалах сайтов туристических отелей и агентств.

2. Морфологические особенности в текстах туристической рекламы являются «золотым стандартом» грамматически правильного, оформленного,

точного текста. В свою очередь, высокое качество оригинального текстового материала способствует качественному переводу (Шкляр, 2005).

В ходе исследования 60 текстов туристической рекламы, были выделены различные морфологические аспекты в немецком, английском и русском языках, главными из которых являются именные части речи, глагольные формы и словообразование.

Именные части речи – существительные, прилагательные и местоимения. Они выполняют функцию номинации и характеристики (Шкляр, 2005).

В немецкой туристической рекламе наиболее частотными являются сложные существительные (композиты) и прилагательные в превосходной степени. Например, *Erlebnisurlaub* – ‘отпуск, наполненный приключениями’, *Familienferienparadies*– ‘рай для семейного отдыха’. *Das beste Erlebnis* – ‘лучший опыт’, что подчеркивает исключительность предложений. В английском языке также широко используются прилагательные и существительные, но чаще всего они строятся в виде лаконичных и ёмких словосочетаний: *amazing destinations* – ‘удивительные места’ или *unforgettable experiences* – ‘незабываемые впечатления’. Суперлативы: *the best deal* – ‘лучшее предложение’*, the most luxurious hotel* – ‘самый роскошный отель’ также пользуются популярностью. В русском языке распространены расширенные конструкции, содержащие прилагательные, существительные и местоимения ‘ваш’, ‘наш’. Используются для установления личной связи с адресатом: ‘ваш идеальный отдых’, ‘наш лучший курорт’.

Глагольные формы в туристической рекламе используются для передачи действия, побуждения и приглашения (Шкляр, 2005).

Немецкий язык активно использует повелительное наклонение *Entdecken Sie…* – ‘открой для себя…’, *Genießen Sie…* – ‘наслаждайся…’ и модальные конструкции – *Sie können erleben* – ‘вы можете испытать...’. Английские тексты более лаконичны и схожи с характеристикой глагольных форм в немецком языке. Императив: *Have a rest!* – ‘Отдыхай! ’, *Have fun!* – ‘Повеселись!’. Часто с использованием модальных глаголов: *You can explore...*– ‘Ты можешь исследовать...’. В русском языке преобладают формы будущего времени: *‘Вас ждут незабываемые приключения! ’*, *‘Море будет ждать тебя!’*, и повелительные конструкции: *‘Посетите!’, ‘Попробуйте!’*.

В сочетании с предыдущими морфологическими особенностями важно отметить еще одну – словообразование. Существует большое количество способов образования новых лексических единиц, но стоит обратить внимание на ключевые аспекты, обнаруженные в рамках данного исследования.

Немецкий язык выделяется сложными композитами *Stadtführungsangebot* – ‘предложение тура по городу’, *Traumurlaub* – ‘отпуск мечты’, передающими емкие и точные образы. Но существуют и другие способы словообразования. Аффиксация – *Entdeckungstour (entdecken* ‘открывать’ + *-ung)* – ‘Тур, посвященный открытиям’, суффиксация – *weltlich (Welt* + *-lich*) – ‘мировой, относящийся к миру’, субстантивация – *das Buchen (buchen* ‘бронировать’) – ‘бронирование’, редупликация – В*adebadeparadies*

(Baden ‘купание’ + *Paradies* ‘рай’) – ‘рай для купания, водный парк’ и так далее. Английский язык активно использует приставки: ***un****forgettable* – ‘незабываемый’, ***over****whelming* – ‘ошеломляющий’ и суффиксы '-able', '-ous' для краткости и выразительности: *comfort****able*** – ‘комфортный’, *adventur****ous*** – ‘авантюрный, полный приключений’. В русском языке словообразование богато суффиксами и приставками: *‘сверхинтерес****ный****’*, *‘турист****ический****’*. Данный суффикс является одним из самых распространенных в русском языке. Самая распространенная приставка в русском языке – ‘пере-’. Эта приставка встречается очень часто и имеет множество значений, таких как изменение состояния, движения, перехода через что-то или повторение действия. Например: 'пересечение'. Наиболее частотные способы словообразования в русском языке это: префиксация – ‘***пере****лет’*, суффиксация – *‘отдыха****ющ****ий’*, и словосложение – ‘*турагентство’*.

3. Морфологические особенности в туристической рекламе играют ключевую роль в создании привлекательных и точных текстов, адаптированных к особенностям каждого языка. В немецком и английском языках преобладают лаконичные структуры с использованием сложных слов и суперлативов, в то время как русский язык характеризуется более развернутыми конструкциями и разнообразным словообразованием. Все три языка активно используют словообразование через приставки, суффиксы и композиты для создания выразительных и компактных фраз, а также глагольные формы для побуждения к действию с различиями в временах и наклонениях.

Список литературы

1. *Алексеева, И. С.* Текст и перевод: монография / И. С. Алексеева. – М.: Международные отношения, 2008. – 170 с.

2. *Шкляр, В. А.* Лексикология и словообразование в немецком языке: учеб. пособие / В. А. Шкляр. – М.: Наука, 2005. – 432 с.

Головин Д. Н.
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет» (г. Ставрополь)

К вопросу о классификации фразеологических выражений в инаугурационной речи Д. Трампа 2025 г.

Инаугурационные речи являются неотъемлемой частью политического дискурса, отражающей национальные ценности, культурные коды и стратегические приоритеты. Они формируют образ лидера, государства и влияют на массовое сознание за счет использования единиц разговорного и метафорического языка, фразеологических и паремиологических средств. Анализ подобных материалов помогает выявлять универсальные и этноспецифические черты коммуникативных категорий и концептов. На данный момент представляется актуальным изучение инаугурационной речи Дональда Трампа, произнесенной им 20 января 2025 г. и размещенной на сайте www.cbsnews.com. Д. Трамп является одной из самых крупных фигур в

мировой политике и оказывает значительное влияние на формирование американской и глобальной политической повестки. Необходимо следить за его планами и направлениями работы, находящими отражение в публичных выступлениях, в том числе в инаугурационной речи. Данная речь стала материалом нашего исследования. Ее перевод выполнен автором данной статьи. Целью исследования является выявление типов фразеологических выражений, свойственных политическому дискурсу Д. Трампа и определение функций, которые эти фразеологизмы выполняют.

В целом риторика Д. Трампа характеризуется использованием простых синтаксических конструкций, разговорных выражений и ярких фразеологизмов. Эти средства усиливают персуазивное воздействие его речи, создавая эффект доверительной беседы. Анализ фразеологизмов в инаугурационной речи Д. Трампа помогает понять механизмы влияния и стратегию коммуникации.

Под фразеологизмами в нашей работе мы понимаем устойчивые сочетания слов, обладающие целостным значением, которое не выводится из значений отдельных компонентов (Телия, 1996). Фразеологизмам свойственна устойчивость, целостность значения, стилистическая окраска и привычность употребления. Эти признаки делают фразеологизмы мощным инструментом воздействия на аудиторию. В политическом дискурсе фразеологизмы выполняют важную коммуникативную функцию, способствуя созданию образов, манипуляции общественным мнением и усилению выразительности речи. В нашем исследовании будем опираться на классификацию фразеологизмов Н. М. Шанского (Шанский, 2012). В его подходе особое внимание уделяется различию между фразеологизмами по степени стабильности их значений и возможности замены отдельных компонентов. Исследователь выделяет идиоматические выражения; семантические сдвиги; фразеологические сочетания; пословицы и поговорки; сложные фразеологизмы.

Анализ фразеологических выражений, эксплицированных методом сплошной выборки из инаугурационной речи Д. Трампа, показал, что он не применяет идиоматические выражения, пословицы или поговорки, что обусловлено рядом причин. Во-первых, использование этих типов фразеологизмов не характерно для его риторики: нарратив Д. Трампа отличается простотой, прямолинейностью и эксплицитностью. Во-вторых, дискурс Д. Трампа строится на бинарных оппозициях и эмоциональных посланиях, а пословицы обладают большей семантической сложностью. Наконец, стиль его выступлений имитирует спонтанную устную речь, в которой большее внимание уделяется коротким, эмоционально окрашенным разговорным фразам.

В инаугурационной речи политика представлены фразеологизмы, относящиеся к категории семантических сдвигов: *under God – на белом свете; color-blind – (буквально: дальтоник) тот, кому не важен цвет кожи человека; common sense – здравый смысл; for a reason – неспроста; swing state – «колеблющийся» штат* (в котором исход голосования по выборам президента

не ясен до последнего момента); *pillars of our society – столпы нашего общества*. Подобные устойчивые выражения сочетают образность с доступностью смысла. Такие выражения, как *color-blind*, сохраняют связь с буквальным значением, но приобретают политический смысл, делая речь выразительной и понятной широкой аудитории.

Д. Трамп употребляет также фразеологические сочетания и сложные фразеологизмы: *Something I know something about – Это для меня не пустой звук; Here I am – Я тут как тут; in any way shape or form – тем или иным образом; put America first – отдать Америке главный приоритет.* Фразеологические сочетания допускают частичную вариативность, сохраняя привычную структуру, но адаптируясь к контексту, что делает их удобным инструментом риторики. Сложные фразеологизмы, как *put America first*, создают лозунговый эффект и повышают меморабельность высказываний. Оба типа фразеологизмов обеспечивают баланс между выразительностью и семантической прозрачностью, делая речь Д. Трампа убедительной и доступной массовой аудитории.

Фразеологизмы в политическом дискурсе Д. Трампа выполняют следующие ключевые функции: они усиливают эмоциональность и воздействие на аудиторию, выполняя тем самым экспрессивную функцию. Кроме того, они служат инструментом убеждения и формируют нужную интерпретацию событий, т.е. реализуют персуазивную и манипулятивную функции. Фразеологизмы также укрепляют имидж Трампа как «человека из народа», т.е. участвуют в создании образа политика. Употребление фразеологизмов делает его речь узнаваемой, усиливая эффект разговорности и риторической убедительности.

Таким образом, проведенный анализ показал, что для инаугурационной речи Д. Трампа характерно использование семантических сдвигов, фразеологических сочетаний и сложных фразеологизмов, которые сочетают образность с доступностью, усиливают лозунговость и проще адаптируются под политический контекст. Идиомы и пословицы встречаются в нарративе Д. Трампа реже, так как их смысл менее прозрачен.

Список литературы

1. *Телия, В. Н.* Русская фразеология: семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – Москва: Языки русской культуры, 1996. – 288 с.

2. *Шанский, Н. М.* Фразеология современного русского языка: учебное пособие для студентов филологических факультетов / Н. М. Шанский; предисл. Т. А. Бобровой. – 6-е изд. – Москва: URSS, ЛИБРОКОМ, 2012. – 265 с.

3. *Quinn, M.*, *Yilek, C.* Trump’s inauguration speech script / M. Quinn, C. Yilek // CBS News. – URL.: https://www.cbsnews.com/news/transcript-trump-inauguration-speech-2025/ (дата обращения: 07.02.2025).

Данилина Ю. Б.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности выражения оценки окружающего мира в англоязычном художественном дискурсе XX в.

Данная работа посвящена изучению особенностей выражения оценки окружающего мира в англоязычном художественном дискурсе XX века. Характерная черта художественного дискурса – дополнение языковой картины мира индивидуальным авторским видением. Анализ художественных произведений показывает, что оценка окружающей действительности остается одной из самых актуальных проблем, волнующих общество на протяжении всего времени. Так как именно через нее писатели могут передать положительные и негативные стороны жизни, ее несовершенство; а также отразить особенности внутреннего состояния людей или животных с помощью описания их внешнего облика. Более того, средства выражения оценки могут отличаться в зависимости от предмета, явления, животного или человека. Участники диалога или же внутреннего монолога описывают объекты с их точки зрения, дают им свою личную построенную на их мировосприятии оценку, которая варьируется на различных уровнях (Федотова, 2013).

Актуальность данного исследования заключается в том, что изучение языка и стилистики произведений позволяет выявить способы выражения оценки, используемые авторами. Это может включать анализ метафор, символов и других литературных приемов. Кроме того, исследование художественного дискурса XX века может помочь лучше понять категории оценки, используемые писателями анализируемого периода для выражения оценки окружающего мира и его влияния, положительного или отрицательного.

Объектом являются оценочные высказывания окружающего мира в английском языке, внутри которых реализуются оценочные стратегии.

Предметом исследования выступают их семантические и прагматические особенности в гендерном аспекте.

Материалом исследования послужили 100 высказываний с оценкой окружающего мира, отобранных методом сплошной выборки.

Источниками эмпирического материала исследования послужили следующие произведения:

1) повесть американского писателя Эрнеста Хемингуэя “Старик и море” (1952)
2) роман английского писателя Уильяма Голдинга “Повелитель мух” (1954)

Согласно мнению таких исследователей как А. А. Ивин, Е. М. Вольф и В. Н. Телия, понимание оценки имеет довольно универсальный характер. Они определяют оценку, как связь между говорящим и обозначаемой реалией, оцениваемой положительно или отрицательно (Телия, 1986), считают её ценным аспектом значения языковых выражений (Вольф, 2002), где под

ценностью понимается всякий предмет любого интереса, желания и т.д. (Ивин, 1970). Тогда как в зарубежной лингвистике используется несколько подходов в изучении оценки. Её определяют как выражение отношения говорящего/пишущего или чувства, вызываемые содержанием высказыванием говорящего/пишущего (Ханстон, Томпсон, 2000). В то же время, оценка считается также средством косвенного воздействия на оценку и позицию читающего/слушающего для подтверждения оценки говорящего (Мартин, Уайт, 2005).

Анализ эмпирического материала показал, что оценка окружающего мира в англоязычных художественных произведениях исследуемого периода может быть противоречива и многопланова, но играет важную роль в передаче автором не только визуальной картины мира, но и эмоциональной составляющей персонажей, их положительного или отрицательного отношения к предметам, явлениям, животным, которые их окружают.

Так для обозначения неживых предметов в английском языке используется местоимение «it» («оно»). Местоимения третьего лица единственного числа she («она») и he («он») используются только для обозначения одушевлённых лиц мужского и женского рода. Так как неодушевленные объекты в английском языке не делятся на мужской и женский роды. Вне контекста местоимения не имеют конкретного лексического значения. Они лишь указывают на предмет, признак, количество, но абстрактно. Лексическое значение местоимения раскрывается в контексте, когда оно соотносится с существительными, прилагательными, числительными.

Выбор местоимения зависит от того, входит ли объект в «личную сферу» говорящего, испытывает ли он какие-либо особые чувства к данному предмету. Если предмет неживой, либо у говорящего пренебрежительное отношение к нему, то тогда используется местоимение.

В анализируемых художественных произведениях персонажи наделяют неодушевленные предметы чертами, имеющими что-то общее с одушевленными. Таким образом, они также передают свое отношение, оценку, которая может быть как отрицательной, так и положительной.

Например, в следующем контексте используется личное местоимение: *“Maybe there is a beast…maybe it’s only us” – “Может, зверь этот и есть… Может… это мы сами”* (Голдинг, 1954). Персонажи не приравнивают зверя к существу одушевленному, однако, сравнивают его отрицательные качества с возможными своими негативными чертами характера, тем самым одушевляют черты зверя и примеряют их на свои собственные личности, используя местоимение ‘us’.

В то время как следующий пример также использует личное местоимение: *“He always thought of the sea as la mar which is what people call her in Spanish when they love her.” – “Мысленно он всегда звал море la mar, как зовут его по-испански люди, которые его любят”* (Хемингуэй, 1952). Из данного контекста возможно выделить положительную оценку предметов, которые были одушевлены персонажами с помощью местоимений третьего

лица единственного числа. Так, старик приписывает океан к женскому роду, показывая свою личную тесную эмоциональную привязанность к данному природному явлению.

Этот пример особенности выражения положительной и отрицательной оценки окружающего мира может быть транслирован только в англоязычном художественном дискурсе и не свойственен, например, для русского языка, что делает данную работу значимой для анализа.

Список литературы

1. *Вольф, Е. М.* Функциональная семантика оценки (Лингвистическое наследие XX века) / Е. М. Вольф // Изд. 2-е, доп. М.: Едиториал УРСС. – 2002. – 280 с.

2. *Ивин, А. А.* Основания логики оценок / А. А. Ивин // Москва : Изд-во Моск. ун-та. – 1970. – 230 с.

3. *Телия, В. Н.* Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия // М. : Наука. – 1986. – 143 с.

4. *Федотова, О. С.* Эксплицитное присутствие автора в тексте англоязычного художественного произведения: мнение автора об особенностях современного ему мира / О. С. Федотова // Вестник МГИМО Университета. – 2013. – 6 с.

5. *Golding, W.* Lord of the Flies – New York: The Berkley Publishing Group. – 1954. – 285 pp.

6. *Hemingway, E.* The Old Man and the Sea – New York: Charles Scribner's Sons. – 1952. – 102 p.

7. *Hunston, S. Thompson, G.* Evaluation in Text. Authorial Stano and the Construction of Discourse // Evaluation: An introduction. Oxford: Oxford University Press. – 2000. – P. 1-27.

8. *Martin, J. R., White, P. R. R.* The Language of Evaluation // Appraisal in English. – 2005. – 274 p.

Дубова А. Д.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Фразеологические единицы с компонентом-зоонимом в английском языке: структура и семантика

Данная работа посвящена исследованию английских фразеологических единиц (ФЕ) с компонентом-зоонимом. Единого подхода к определению фразеологизма не существует. Соответственно, ученые имеют разное понимание того, что такое фразеологизм и различным образом определяют его специфическое значение. По мнению В. В. Виноградова, «фразеологизм – это единое целостное значение сочетаний слов и аналитическое значение комбинаций» (Виноградов 1977: 6). С. И. Абакумов определяет «фразеологизм как семантическую монолитность, обобщающую метафорическое значение» (Абакумов 1942). В. Н. Телия дает определение фразеологизмам как «характерной части номинативного состава языка,

главное в них – не структурно-семантическое отличие от слов или сочетаний слов, а тот способ каким они выполняют то или иное номинативное «предназначение» (Телия 1996: 59). Фразеологизмы по Ф. И. Буслаеву, – своеобразные микромиры, они содержат в себе «и нравственный закон, и здравый смысл, выраженные в кратком изречении, которые завещали предки в руководство потомкам» (Буслаев 1854: 37). А. В. Кунин, изучая ФЕ английского языка, определяет их следующим образом: «это устойчивое сочетание лексем с полностью или частично переосмысленным значением» (Кунин 1996: 4).

ФЕ с компонентами-зоонимами обладают сильной образностью и эмоциональной окраской, что делает их выразительными и запоминающимися в повседневной речи; они позволяют сохранить связь с историей и культурой носителей языка, так как животные – от домашних до диких – остаются важной частью человеческой жизни. Соответственно, изучение данного пласта фразеологического фонда языка позволяет более детально изучить культурное наследие и традиции рассматриваемого лингвосообщества, что обуславливает актуальность работы.

Н. В. Располыхина, считает, что ФЕ с компонентом-зоонимом – это воспроизводимые в готовом виде языковые единицы, состоящие из двух или более компонентов, называющих животных, постоянные по своему значению, составу и структуре и воспроизводимые в готовом виде (Располыхина 1984: 7). К. О. Бусарова полагает, что «зоонимами» называются наименования животных. В это понятие включены как названия, такие как *лиса*, *волк*, так и имена животных, клички (Бусарова, 2012). Л. Ф. Миронюк относит к зоонимам не только наименования животных и производные от названий животных единицы, такие как *крокодил*, *блоха*, *орангутан*, *волчий*, *коровушка*, *конина*, *пороситься* и др., но и все слова, так или иначе связанные с животным миром, такие как *зверь*, *копыто*, *лес*, *пастбище*, *стойло*, *трава* и др. (Миронюк, 1987).

В качестве объекта данного исследования выступают английские ФЕ с компонентами-зоонимами.

Предметом исследования являются структурные и семантические особенности английских ФЕ с компонентами-зоонимами.

Цель работы заключается в изучении и описании структурно-семантических особенностей английских ФЕ с компонентами-зоонимами.

Материалом для проведения исследовательской работы послужили 300 ФЕ с компонентами-зоонимами, отобранные методом сплошной выборки из англо-русского фразеологического словаря (англо-русский фразеологический словарь А. В. Кунина [1984]), а также из онлайн словарей таких, как: Cambridge Dictionary, The Free Dictionary.

Примерами выступают следующие единицы: *cross/sulky/savage as a bear (with a sore head)/like a bear with a sore head* ‘не на шутку рассерженный, смотрит зверем; злой как чёрт’; *like (as wet as) a rat drowned* **‘**промокший до костей’; *(as) cute as a speckled pup* ‘очаровательный’; *(as) slow as a snail (as a tortoise)* ‘медлительный’.

В результате анализа эмпирического материала были выделены следующие структурно-грамматические типы английских ФЕ с компонентами-зоонимами со структурой словосочетания: адъективные ФЕ (130 ед., 33%), например, *(as) crazy as a bedbug* ‘безумный’; глагольные ФЕ (104 ед., 31%), например, *come (go) to bat* ‘столкнуться с трудной задачей’; субстантивные ФЕ (56 ед, 17%), например, *the bird (dove) of peace* ‘голубь мира’; адвербиальные ФЕ (7 ед., 8%), например, *like a cat on a hot tin roof/bricks* ‘как на иголках’; междометные ФЕ (3 ед, 3%), например, *dog my cats!* ‘вот те раз!’. Кроме того, выделено 2 коммуникативные ФЕ (2%) пословично-поговорного типа, например, *he that lies down (sleeps) with dogs must rise up with flea*s ‘с кем поведёшься, от того и наберёшься’.

С точки зрения тематической классификации зоонимов, входящих в состав рассматриваемых ФЕ, выделены следующие группы:

1. Млекопитающие (174 ед., 58%):

а) домашние животные, например, *not have/stand a cat in hell’s chance (of doing smth)* ‘не иметь никаких шансов’

б) дикие животные, например, *put (get) a person's monkey up* ‘разозлить’

2. Птицы (59 ед., 20%):

а) домашние птицы, например, *stop/quit cold turkey* ‘завязать с вредной привычкой’

б) дикие птицы, например, *be (as) dead as a/the dodo/herring* ‘безжизненный’

3. Рептилии (23 ед., 8%): *cry/shed/weep crocodile tears* ‘лить крокодиловы слёзы’

4. Рыбы (23 ед., 8%): *(as) fat as a beached whale* ‘человек, страдающий ожирением’

5. Насекомые (21 ед., 7%): *to be (to look) a fly in milk* ‘выделяться’

Стоит отметить, что наиболее распространенными являются ФЕ с компонентами-зоонимами, входящими в группу млекопитающих, а именно *cat* (9% от общего количества), *dog* (6%), *monkey*» (4%).

С точки зрения семантической классификации рассматриваемых ФЕ были выделены следующие группы:

1) ФЕ, характеризующие действия человека, например, *catch/get the bug* ‘заразиться, подхватить идею’;

2) ФЕ, характеризующие поведение человека, например, *like (as pleased as) a dog with two tails* ‘очень довольный’;

3) ФЕ, описывающие характер человека, например, *(as) bold/brave as a lion* ‘храбрый как лев’;

4) ФЕ, описывающие внешний вид человека, например, *(as) cute as a bug’s ear* ‘очаровательный’;

5) ФЕ, описывающие умственные способности человека, например, *(as) stupid as a donkey (as an owl)* ‘глуб как пробка’.

Отметим, что изучение и анализ ФЕ с компонентами-зоонимами способствуют более глубокому освоению языка. Они часто используются в разговорной речи, литературе и СМИ, поэтому их знание необходимо для

эффективной коммуникации. Данные выражения не только обогащают речь, но и служат ключом к пониманию человеческой природы и социальных взаимодействий. Изучение этой темы позволяет углубить знания о языке, развить навыки межкультурной коммуникации и повысить уровень языковой компетенции.

Список литературы

1. *Абакумов, С. И.* Современный русский литературный язык / С. И. Абакумов. – М.: Советская наука, 1942. – 183 с.

2. *Бусарова, К. О.* Восприятие зоонимов в межкультурной коммуникации / К. О. Бусарова // Материалы IV Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум». – Вологда: Международный студенческий научный вестник, 2012. – С. 294-299.

3. *Буслаев, Ф.* И. Русские пословицы и поговорки, собранные и объясненные / Ф. И. Буслаев. – Москва: А. Семена, 1854. – 176 с.

4. *Виноградов, В. В.* Об основных типах фразеологических единиц в русском языке / В. В. Виноградов // Избранные труды: Лексикология и лексикография. – Москва: Наука, 1977. – 312 с.

5. *Кунин, А. В.* Курс фразеологии современного английского языка / А. В. Кунин. – М.: Высшая школа, Дубна: Изд. центр «Феникс», 1996 – С. 200

6. *Миронюк, Л. Ф.* Семантическая типология славянских зооморфических глаголов: учебное пособие / Л. Ф. Миронюк. – Днепропетровск: ДГУ, 1987. – 80 с.

7. *Располыхина, Н.В.* Проблема взаимосвязи разнооформленных знаков прямой и косвенной номинации: автореф. дис. … канд. филол. наук / Н. В. Располыхина. – М., 1984.

8. *Телия, В. Н.* Русская фразеология. Семантический, прагматический и лингвокультурологический аспекты / В. Н. Телия. – Москва: Школа «Языки русской кульутры», 1996. – С. 288

9. *Юсифов, Ю. Г.* Зоологическая лексика азербайджанского языка (на основе фитонимов): автореф. дис. канд. филол. наук / Ю.Г. Юсифов. – Баку, 1985. – 20 с.

Еременко-Григоренко Ю. Н., Бессонова О. Л.
ФГБОУ ВО «ДонГУ (г. Донецк)

Особенности выражения структуры конфликта в англоязычных медиатекстах

Конфликт в различных областях человеческой деятельности на разных этапах развития является «результатом неизбежного столкновения противоположных сторон, мнений, сил, течений, обстоятельств, ситуаций, отношений, интересов, действий» (Киндеркнехт, 2023). Исходя из цели данного исследования целесообразно рассматривать конфликт как конфликтную коммуникацию, происходящую в определенный период времени

и имеющую определенную структуру. Вслед за А. Я. Анцуповым (Анцупов, 2008), А. В. Дмитриевым (Дмитриев, 2013), А. Я. Кибановым (Кибанов, 2013) в работе структура конфликта определена как совокупность устойчивых связей конфликта, обеспечивающих его целостность, тождественность самому себе, отличие от других явлений социальной жизни, без которых он не может существовать как динамически взаимосвязанная целостная система и процесс.

Структура конфликта характеризуется следующими основными элементами: стороны конфликта, предмет конфликта, объект конфликта (мотивы), позиции конфликтующих сторон, микро- и макросреда конфликта (условия, в которых действуют участники), образ конфликтной ситуации.

Например, структура конфликта между Украиной и Россией может быть представлена следующими положениями. Конфликт Украины и России представлен непосредственно двумя сторонами конфликта – Украиной и Россией. Следует отметить, что российско-украинские отношения характеризовались поэтапным и всесторонним ухудшением: с 2014 Украина осуществляла систематические шаги по внешнеполитическому дистанцированию от России, понижению уровня дипломатических отношений, проводила политику по внедрению в общество идеологии украинского национализма и русофобии, отказу от внеблокового статуса страны, углублению взаимодействия с НАТО. Такая позиция Украины напрямую затрагивает интересы национальной безопасности России, так как ведет к размещению военной инфраструктуры враждебного военно-политического блока в непосредственной близости от российских границ.

Структура конфликта может быть проиллюстрирована фрагментом медиатекста, посвященного серии переговоров, состоявшихся между Украиной и Россией в феврале-марте 2022 года, на белорусско–украинской границе, в Гомельской области Беларуси и в Турции: *“Today, even with hundreds of thousands dead and wounded, Moscow and Kyiv appear further from peace than at any other time since the full-scale invasion. On Friday, Mr. Putin said Russia would agree to a ceasefire only if Ukraine handed over four regions the Kremlin has declared part of Russia and dropped its NATO aspirations. It was essentially a demand for capitulation, which the Ukrainian government immediately denounced”* (The New York Times, 15.06.2024).

Как следует из примера, к *участникам конфликта* относятся Украина и Россия, названные эксплицитно (*Ukraine, Kyiv, Russia, Moscow, the Kremlin*),а также страны – члены НАТО *(NATO)*.

Объект и предмет конфликта может быть проиллюстрирован фрагментом медиатекста, отражающем позицию США по отношению к началу специальной военной операции на Украине: *“The attacks came as Russian President Vladimir Putin declared the launch of a “special military operation” to carry out the “demilitarization and denazification” of Ukraine and end eight years of war in the country’s east, where Kyiv government forces have been fighting Russian-backed separatists”* (The Washington Post, “Russia launches attack on Ukraine, Biden says”, 24.02.2022).

В данном медиатексте посредством стратегии манипулирования реализуется искаженное представление о *предмете (причине) конфликта*, состоящем в сопротивлении агрессии России, борьбе за свою независимость и праве на самостоятельное определение внешней политики Украины. Фактически причиной конфликта является агрессивная внешняя политика Украины в отношении России, основанная на идеологии украинского национализма и русофобии, отказа от внеблокового статуса государства.

Объектом конфликта в действительности выступают защита гражданского населения, пострадавшего в ходе внутреннего украинского кризиса 2014 года (ДНР, ЛНР) от агрессии правительства Украины, территориальная целостность и суверенитет России, вопрос перехода от однополярного устройства мира к многополярному. Однако автор статьи выражает свое мнение, называя объектом конфликта борьбу Украины за свою территориальную целостность, национальную идентичность и суверенитет с сепаратистами, которых поддерживает Россию. Достижение поставленной цели реализуется при помощи использования стратегии манипулирования посредством тактики манипулирования номинациями с помощью графических маркеров (использование кавычек при оформлении текста подразумевает сарказм автора в отношении целей СВО).

Примером выражения позиций конфликтующих сторон может быть представлена следующим фрагментом медиатекста: *"Russia accused the allies of violating "rigorous principles" governing the transfer of weapons to conflict zones, and of being oblivious to "the threat of high-precision weapons falling into the hands of radical nationalists, extremists and bandit forces in Ukraine. It accused NATO of trying to pressure Ukraine to "abandon" sputtering, and so far unsuccessful, negotiations with Russia "in order to continue the bloodshed." Washington, it said, was pressuring other countries to stop any military and technical cooperation with Russia, and those with Soviet-era weapons to transfer them to Ukraine"* (The Washington Post, «Russia warns U.S. to stop arming Ukraine», 14.04.2022).

Данная статья посвящена обращению России к Соединенным Штатам прекратить оказание военной помощи Украине. В данном примере стратегия манипулирования реализована с помощью тактики анализ-минус, которая в свою очередь выражена метафорой *violating rigorous principles* – передача оружия представляется как нарушение строгих правил; действия союзников – как неправомерные; эпитетами (*radical nationalists, extremists and bandit forces),* усиливающими негативную оценку людей, которые могут получить оружие; эмоционально-окрашенной лексикой *(continue the bloodshed)* – конфликт представляется как кровопролитие, инициированное и усиливаемое Россией, подчеркивается трагичность конфликта. Использование метафор, эпитетов и эмоционально-окрашенной лексики подчеркивает агрессивность, незаконность и масштабность действий России, создавая осуждающий тон повествования.

Информационная повестка американских и британских медиаисточников фокусируется на конфликте между Россией и Украиной. Конфликт между

Украиной и Россией является результатом трансформации Украины в средство противодействия России в мировом геополитическом пространстве, превращения Украины из дружеского, добрососедского государства, связанного общим историческим опытом, общими традициями славянского народа, в средство ведения открытой войны против российского государства при военно-технической, экономической и дипломатической поддержке Запада. Установлено, что влияние СМИ происходит на геолингвистическом, интерлигвистическом, интралигвистическом уровнях на основе интерпретации реальных событий в медиатекстах, представляющих конфликтный дискурс.

Таким образом, можно сделать вывод, что медийная репрезентация конфликта посредством языка средств массовой информации (СМИ) свидетельствует о значительном влиянии медиатекста на формирование общественного мнения, когнитивное освоение реальной действительности человеком. В ходе репрезентации конфликта информация освещается при помощи различных лексических, грамматических и стилистических маркеров, которые подчеркивают значимость описываемых событий и способствуют более глубокому пониманию природы конфликта.

Список литературы

1. *Анцупов, А. Я.* Конфликтология: учебник для вузов. 3-е изд. / А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 496 с.

2. *Дмитриев, А. В.* Конфликтология: учебник по напр. «Конфликтология» / А. В. Дмитриев. – 3-е изд., перераб. – М.: Инфра, 2013. – 336 с.

3. *Кибанов, А. Я.* Конфликтология: учебник для студ. вузов по спец. «Менеджмент организации», «Управление персоналом», «Экономика труда» / А. Я. Кибанов. – М.: Инфра. – 2013. – 301 с.

4. *Киндеркнехт, А. С.* Конфликт в исследованиях по лингвистике / А. С. Киндеркнехт // Научный диалог. – 2023. – №1. URL.: https://cyberleninka.ru/article/n/ konflikt -v-issledovaniyah-po-lingvistike (дата обращения: 01.02.2025)

Жилина С. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности мужского коммуникативного поведения в произведениях Ф. С. Фицджеральда (на примере реализации стратегии сотрудничества)

1. Введение. Данная работа посвящена установлению и описанию особенностей коммуникативного поведения мужских персонажей, в частности способов реализации коммуникативной стратегии сотрудничества в англоязычном художественном дискурсе.

Актуальность исследования обусловлена повышенным интересом учёных к гендерной проблематике в связи с переходом современной лингвистики к антропоцентризму с его вниманием к человеческому фактору в языке, а также потребностью в систематизации гендерных маркеров речевого поведения представителей англоязычного социума.

Объект исследования – мужское коммуникативное поведение, предмет – способы реализации стратегии коммуникативного сотрудничества в англоязычном художественном дискурсе.

Цель исследования – изучить особенности коммуникативного поведения мужских персонажей в произведениях Ф.С. Фицджеральда.

Материалом исследования послужили 416 речевых контекстов, реализующих стратегию коммуникативного сотрудничества, которые были отобраны путем сплошной выборки из произведений Ф. С. Фицджеральда.

2. Основная часть. Под «коммуникативным поведением» следует понимать осознанный, национально оформленный, целенаправленный информационный обмен между людьми, который сопровождается индивидуализацией собеседников, установлением эмоционального контакта и обратной связи между ними (Стернин 2001: 7). Коммуникативное поведение реализуется с помощью комплекса коммуникативных стратегий и тактик в соответствии с гендерной спецификой общения, формирующейся под влиянием норм и ожиданий, которые сложились в том или ином обществе.

Коммуникативные стратегии (КС) представляют собой «комплекс речевых действий, направленных на достижение коммуникативных целей», коммуникативные тактики (КТ) – «совокупностей практических ходов, линий речевого поведения собеседников в реальном процессе речевого взаимодействия» (Иссерс 2008: 54). Е. А. Селиванова выделяет два основных типа КС: а) коммуникативное сотрудничество, б) коммуникативный конфликт (Селиванова 2002: 170).

Установлено, что в произведениях Ф. С. Фицджеральда доминирует стратегия коммуникативного сотрудничества, что соответствует социальным и культурным установкам эпохи «ревущих двадцатых»: стремлению к социальному подъему, установлению межличностных связей и укреплению собственного статуса в обществе, владение нормами этикета светского общения. Кроме того, кооперативное взаимодействие соответствует идеалу успешного мужчины, способного к контролю и рациональности.

В результате анализа установлено, что в произведениях автора в рамках стратегии «мужского» коммуникативного сотрудничества реализуются следующие группы КТ: 1) КТ установления и поддержания взаимодействия; 2) КТ самопрезентации; 3) КТ влияния на собеседника; 4) КТ управления имиджем; 5) КТ регуляции взаимодействия; 6) КТ эмоционального воздействия.

2.1.Тактики установления и поддержания взаимодействия – направлены на инициирование и сохранение контакта между коммуникантами: *«‘Hello, Wilson, old man,’ said Tom, slapping him jovially on the shoulder. ‘How's business?»*. Представлены тактиками: ***установление контакта*** (4,6%) – создание благоприятных условий для начала взаимодействия между собеседниками; ***запрос информации*** (10%) – получение от адресата сведений, необходимых для достижения коммуникативной или когнитивной цели; ***демонстрация заинтересованности*** (4%) – поддержание позитивного контакта с собеседником за счёт выражения искреннего или стратегического интереса к его мыслям, чувствам, мнению или действиям.

2.2. Тактики самопрезентации – реализуются с целью первостепенного самопредставления мужчины новым собеседникам: *«'I've met you in Paris,' McKisco said to Abe North, who with his wife had arrived on their heels, 'in fact I've met you twice'»*. Включают в себя такие тактики, как ***прямая самопрезентация*** (2,4%) – открытое представление собственного образа в социальном мире, которое может сопровождаться демонстрированием собственных качеств, достижений, знаний, навыков, ***косвенная самопрезентация*** (0,6%) – установление контакта с собеседником через упоминание общих тем, знакомств, объектов.

2.3. Тактики влияния на собеседника – ориентированы на изменение поведения или мнения собеседника: *«'Dick, I want you to talk with a man I met here this morning, the son of a naval officer that's been to every doctor in Europe'»*. Включают в себя тактики: ***побуждение*** (11,6%) – активизация действий собеседника, мотивация к действию или принятию решения в интересах говорящего; ***просьба*** (5,2%) – мотивация собеседника к выполнению определённого действия без прямого принуждения; ***убеждение*** (7,3%) – воздействие на восприятие и убеждения собеседника с целью принятия правильного решения, часто сопровождается тактикой ***приведения примера*** (3%) для иллюстрации или подкрепления выдвигаемого тезиса конкретными фактами или событиями, чтобы сделать аргументацию более убедительной; ***обещание*** (5,2%) – обязательства со стороны говорящего выполнить определённое действие или воздержаться от него в будущем для обеспечения доверия собеседника.

2.4. Тактики управления имиджем – используется для формирования определённого социального и коммуникативного имиджа: *«'I'm probably making more money than any man my age in the Northwest'».* Реализуются в виде тактик: ***повышение собственного имиджа*** (4%) – с целью создания и поддержания позитивного образа, укрепления репутации, и ***понижение собственного имиджа*** (3%), которое является сознательным снижением статуса или демонстрации слабости говорящего для достижения определённых коммуникативных целей.

2.5. Тактики регуляции взаимодействия – реализуются для контроля над ходом коммуникативной ситуации: *«But Campion's sensitivity realized it and he changed the subject rather suddenly. 'Abe North is around here somewhere'».* Представлены тактиками ***сдвига*** (6,1%) – смещение фокуса внимания с личной позиции говорящего на более широкий контекст или на мнения других людей; ***смены темы*** (4,9%) – изменение тематики коммуникативной ситуации, перевод разговора с текущего обсуждения на другую тему; ***уступки*** (1,8%) – тактика, ориентированная на намеренное смягчение позиции коммуниканта для минимизации конфликта и демонстрации открытости к точке зрения собеседника, даже если она противоречит собственной; ***привлечения внимания*** (0,6%) – используется мужчинами редко вследствие более активной коммуникативной позиции, фокусирует внимание собеседника на определённой информации; ***оправдания*** (5,2%) – реализуется для защиты своей позиции в случае критики или обвинений.

2.6. Тактики эмоционального воздействия – направлены на регулирование эмоций коммуникантов, позволяют персонажам выражать эмоции без нарушения нормативных ожиданий мужского коммуникативного поведения: *«'I'm sorry I was so unpresentable this morning'».* Представлены следующими КТ: ***комплимент*** (6,7%) – выражение позитивной оценки личности, ее действий, качеств, достижений для усиления мотивации к сотрудничеству; ***апелляция к радости*** (0,9%) – создание позитивного эмоционального фона, положительной реакции собеседника, укрепление благоприятного отношения к говорящему; ***апелляция к сожалению*** (4%) – направлена на то, чтобы вызвать сожаление или сострадание адресата с целью снижения возможности развития конфликта, ***признание вины*** (3,6%) – демонстрация ответственности за свои действия или решения, смирение и готовность к самокритике; ***шутка*** (4,3%) – использование юмора как средства улучшения межличностных отношений, облегчения восприятия неудобных тем; ***смягчение*** (1,2%) – направлена на уменьшение силы высказывания, его негативного посыла, чтобы избежать конфликта, неприятных последствий.

3. Выводы. Доминирование в произведениях Ф. С. Фицджеральда рассмотренных выше тактик коммуникативного сотрудничества отражает нормы поведения, сложившиеся в обществе того периода, в частности стремление мужчин к доминированию и контролю над ситуацией, поддержанию своего высоко социального и коммуникативного статуса.

Список литературы

1. *Иссерс, О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – 5-е изд. – М.: ЛКИ. – 2008. – 288 с.

2. *Селиванова, Е. А.* Основы лингвистической теории текста и коммуникации: учеб. пособие / Е. А. Селиванова. – К.: ЦУЛ. – 2002. – 336 с.

3. *Стернин, И. А.* Введение в речевое воздействие / И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2001. – 252 с.

Жуманова О. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Средства реализации поликодовости в разножанровых англоязычных медиатекстах качественной и желтой прессы

1. В начале XXI века медиатекст становится объектом пристального внимания многих лингвистов по причине многоаспектности его природы, позволяющей все шире входить в различные сферы жизни человека.

Актуальность исследования определяется значительным распространением поликодовых медиатекстов в коммуникационной среде, что требует глубокого изучения их структуры для понимания того, как эти тексты организованы и как они воздействуют на читателей. Кроме того, недостаточное внимание к жанровой специфике англоязычных поликодовых текстов, особенно в сравнении качественной и желтой прессы, подчеркивает необходимость анализа, какими средствами поликодовость реализуется в различных периодических изданиях,

Объектом исследования являются поликодовые тексты различных жанров из газеты “The New York Times” и таблоида “The Sun”, а **предметом** – средства реализации поликодовости в разножанровых англоязычных медиатекстах качественной и желтой прессы.

Исследование данной темы **нацелено** на установление и описание средств реализации поликодовости в разножанровых англоязычных медиатекстах качественной и желтой прессы и способствует углубленному пониманию современных тенденций в медиалингвистике.

Материалом исследования послужили 200 англоязычных поликодовых медиатекстов, которые были отобраны путем репрезентативной выборки из популярной американской газеты “The New York Times” и британского таблоида “The Sun” за период с 2023 года по 2024 год.

2. Важные аспекты изучения **поликодового текста** в современной лингвистике находят свое отражение в работах известных авторов, таких, как: Е. Е. Анисимова, И. Р. Гальперин, А. Г. Сонин, Т. Г. Добросклонская, В. А. Тырыгина, А. А. Тертычный, Г. Кресс, Т. ван Левен, Г. Терри и др.

Теоретический анализ понятия «поликодовость» позволил установить, что поликодовый текст представляет собой сложную коммуникативную единицу, в которой вербальные и невербальные элементы взаимодействуют, дополняют и усиливают друг друга. Особенность таких текстов заключается в многослойности, которая требует от читателя одновременного восприятия различных знаковых систем.

3. Практическая часть работы заключается в анализе поликодовых медиатекстов различных жанров качественной и желтой прессы на примерах публикаций газеты “The New York Times” и таблоида “The Sun”.

В ходе анализа характеристик исследуемого материала и критериев его отбора установлено:

1) Медиатексты газет “The New York Times” и “The Sun” характеризуется сложившейся тематической и жанровой системой, но существенно отличаются по содержанию, стилистике и использованию поликодовых элементов. Основные жанры публикаций “The New York Times” – Новости, Информационная аналитика и комментарий, жанр “Features” и Реклама. Таблоид “The Sun”, в свою очередь, имеет постоянные тематические рубрики News, UK News, Politics, Showbiz, Sport, Fabulous, Реклама, публикующие материалы в разных жанрах: новостные заметки, заметки с элементами сенсационного репортажа, слухи, сплетни, обозрения, интервью, информационно-аналитические статьи.

2) Наблюдается высокий уровень интегрированности разнообразных изобразительных средств в единое текстуальное пространство – поликодовые медиатексты в газете “The New York Times” составляют около 88% печатных материалов, в таблоиде “The Sun” – 95,4% печатных материалов.

3) Сравнительный анализ контента показал, что газета “The New York Times” с количественным преобладанием новостных и аналитических материалов отвечает характеристикам качественной прессы (quality newspapers), а газета “The Sun” отвечает характеристикам «желтой прессы» с

преобладанием материалов сенсационного и развлекательного характера. Эти различия влияют на характер использования поликодовых средств.

В качестве примеров рассмотрим публикации новостного жанра из “The New York Times” и “The Sun”.

Статья *Isabel Kershner “Israel Orders Siege; Hamas Issues Threats”* – «Израиль объявляет осаду; ХАМАС угрожает», напечатанная в “The New York Times” от 10 октября 2023 года сопровождается крупным заголовком и фоторепортажем с места событий. Центральная фотография изображает группу скорбящих мужчин и женщин разного возраста перед портретом солдата и имеет подпись *“An Israeli soldier’s funeral on Monday. At least 900 people been killed in Israel since Hamas’s incursion began. The nation mobilized 300,000 military reservists”* – «Похороны израильского солдата. С начала вторжения Хамас было убито, по меньшей мере, 900 человек. Страна мобилизовала 300,000 военных резервистов». Текст статьи дополнен графиком, иллюстрирующим потери, связанные с израильско-палестинским конфликтом с 2008 года по 09.10.2023 года. Поликодовые элементы – выделяющийся крупный заголовок, фотографии и график – дополняют содержание текста, визуализируют важные подробности освещенной темы и привлекают внимание аудитории к самым значимым деталям, особенностям, сведениям, полученным из официальных источников (Управление ООН по координации гуманитарных вопросов, правительство Израиля, Министерство здравоохранения Газы).

30 июля 2024 года “The Sun” опубликовала шокирующую статью об убийстве двух детей и ранении еще восьми детей и двух взрослых в танцевальном клубе в Саутпорте под Ливерпулем. Передовица таблоида анонсирует эту новость под крупным заголовком *“Two children killed at Hol Club”*, делая акцент на шокирующем факте. Далее следует описание события, которое сопровождается цитатой, усиливающей драматичность: *“The mothers are coming here now & screaming it is like a horror movie”* и фотографиями с места трагедии с кричащими подписями, подчеркивающими эмоциональный контекст. Для большей информативности авторы разместили карту с отметкой места происшествия и фото американской певицы Тейлор Свифт, творчеству которой был посвящен танцевальный мастер-класс. Также есть трогательное послание от принца Уильяма и Кейт, дополненное их фотографией. Данная статья относится к **жанру новости с элементами сенсационного репортажа**, характерного для таблоидной журналистики, где акцент сделан на эмоциональную вовлеченность аудитории и визуальную насыщенность материала.

4) Издания качественной прессы применяют поликодовые средства сдержанно и функционально. Визуальные и графические элементы (фотографии, инфографика, диаграммы, картография) служат для наглядного представления информации, дополняют текст и способствуют лучшему пониманию материалов. Цветовая гамма нейтральная.

5) Таблоиды активно используют яркие невербальные элементы: кричащие крупные заголовки, эмоциональные изображения, насыщенные

цветовые решения, нестандартные шрифты. Сочетание вербальных и невербальных элементов в желтой прессе выполнено так, чтобы привлечь читателей и вызвать эмоциональный отклик, сенсацию и даже манипулировать восприятием аудитории.

Таким образом, нами выявлены ключевые различия в подходах к использованию поликодовых средств в разножанровых медиатекстах качественной и «желтой» прессы: в качественных изданиях поликодовые средства направлены на разъяснение и усиление информативной функции, а в таблоидах – на создание экспрессии, привлечение внимания и усиление эмоционального воздействия. Эти различия важны для дальнейшего понимания механизмов функционирования поликодовых медиатекстов в современном медиадискурсе.

Список литературы

1. *Добросклонская, Т. Г.* Медиадискурс как объект лингвистики и межкультурной коммуникации / Т. Г. Добросклонская // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика, 2006. № 2. – С. 20–33.

2. *Тертычный, А. А.* Жанры периодической печати: учебное пособие / А. А. Тертычный. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 310 с. – С. 210.

3. *Тырыгина, В. А.* Жанры в информационно-массовом дискурсе / В. А. Тырыгина. – М.: Прометей, 2007. – 359 с. – С. 150.

4. *Чернявская, В. Е.* Лингвистика текста: Поликодовость, интертекстуальность, интердискурсивность. – М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2009. – 284 с.

Зимацкая М. И.
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет» (г. Ставрополь)

Стилистические особенности заголовков немецкоязычного медиатекста (на примере новостных статей газеты Handelsblatt)

Информационное пространство XXI века успешно внедряется во все сферы общественных отношений. Осведомленность в отношении происходящих в мире событий достижима благодаря активному развитию сети Интернет. Инструментом членения и систематизации новостного медиапотока становится медиатекст. Функционирование системы СМИ в Германии характеризуется формированием новой медиальной парадигмы, что, в свою очередь, позволяет заявить о появлении новых способов привлечения и удержания внимания аудитории. Использование стилистических средств в заголовках новостных сообщений является одним из таких способов. Преимущественны в данном случае аллитерации, анафоры, метафоры, оксюмороны, что актуализирует их стилистическую специфику и позволяет нам выбрать анализ данных единиц в качестве цели нашего исследования. Показательно ведущее положение газеты Handelsblatt на рынке информации, что делает исследование ее материалов особенно ценным для изучения взаимодействия лингвистического, стилистического и

культурологического аспектов. В рамках настоящего исследования было принято решение использовать для анализа электронные выпуски газеты Handelsblatt, опубликованные в период с августа по сентябрь 2024 года.

Под новостным текстом в нашем исследовании мы понимаем медиатекст, обладающий рядом лингвистических и медийных характеристик и выступающий в качестве канала передачи информации и средства воздействия на аудиторию. Важным элементом структуры заголовочного комплекса новостного текста является заголовок. Он представляет собой «графически выделенное название текста, в сжатом виде представляющее первичную информацию о тексте, его содержательные характеристики, модально-временной план» (Прохорова 2018: 196). Формально, заголовок возвышается над общим массивом текста, выступая первичным сигналом персуазивного воздействия (Прохорова 2012: 241).

Стилистический фон заголовков новостного медиатекста представлен большим арсеналом средств, среди которых часто встречаются аллитерации, анафоры, метафоры, оксюмороны.

Звуковая организация текста представлена аллитерацией, что наглядно демонстрируется повторением гласных или согласных звуков, формирующих в сознании читателя определенный эмоциональный отклик. Так, в заголовке *«Wenn Worte Wirtschaft formen»* (Handelsblatt, 14.09.2024) ритмический рисунок текста создает повторение звука *w*. Этот прием привлекает внимание читателя и акцентирует его внимание на словах *«Worte»* и *«Wirtschaft»*. Мягкий, но в то же время стабильный, звук *w* вызывает образ динамичной и подвижной экономики, построенной на смелых изменениях и творческих инициативах.

Повторение звука *h* в заголовке *«Gefährliche Werte für Händler und Hersteller»* (Handelsblatt, 15.09.2024) можно сравнить с легкостью дыхания, а эпитет *«gefährliche»* добавляет контрастности, так что автор намеренно создает тонкую грань между безопасностью и риском в экономической сфере.

Метафора – концептуальное сравнение, закодированное в границах слова, словосочетания или предложения. Особенность языкового явления заключается в попытке автора вербализировать внутренние представления в яркой, запоминающейся форме. Использование метафоры позволяет декодировать послание автора новостного медиатекста, что формирует особый концептуальный образ описываемого события. В большинстве случаев метафора оказывает прагматическое воздействие на аудиторию, внушая интерес к прочтению новостного медиасообщения. Экспрессивный потенциал метафоры можно проследить в следующих примерах:

«Fernrohr in die Zukunft» (Handelsblatt, 19.08.2024) – В данном случае метафорический концепт заключен в сравнении инициативных стартапов с *«телескопом в будущее»*, что подводит читателя к вопросу «За какими стартапами будущее общества?» и побуждает обратиться к новостному тексту.

«Wie Sie Ihr Geld clever parken» (Handelsblatt, 4.09.2024). Процесс хранения и инвестирования денежных средств представляется как процесс парковки автомобиля. Глагол *«parken»* приобретает в данном заголовке

метафорический окрас. Подобная языковая игра вызывает интерес читателя, который стремится узнать, где же безопаснее хранить деньги.

«Gegen das Virus der Polarisierung» (Handelsblatt, 26.09.2024) – В данном примере автор представляет читателю запоминающийся образ политической поляризации как вируса современного общества.

Подобно метафоре, оксюморон реализует экспрессивный потенциал посредством броских языковых аномалий в тексте. Вместе с тем, нельзя не отметить интригующую функцию оксюморона, что придает заголовку нетривиальность и усиливает интерес к ознакомлению.

Оксюморон представлен в следующем заголовке *«Wir perfektionieren das Falsche»* (Handelsblatt, 26.09.2024). «*Das Falsche perfektionieren*» вызывает у читателя когнитивный диссонанс, создает экспрессивный оттенок за счет парадоксальности и отражает авторскую критику существующего подхода.

Оксюморон можно наблюдать в следующем примере: *«Warum Deutschland Donald Trumps liebstes Feinbild ist»* (Handelsblatt, 19.09.2024). Контраст, выраженный словосочетанием «*liebstes Feinbild*» создает выразительный образ, формирующий определенные ассоциации в массовом сознании аудитории.

Создание определенного порядка расположения повторяющихся языковых элементов – анафора – образует логико-семантическую связь, что способствует созданию эффекта постепенного нагнетания смысла. Отметим, что подобная языковая аномалия реализует свой усилительно-логический потенциал, позволяя провести причинно-следственную связь между фрагментами текста путем повторения языковых единиц, например:

«Mehr Deals, mehr Dynamik» (Handelsblatt, 19.08.2024).

«Höhere Leistungen – aber keine höheren Beiträge: Eine exklusive Umfrage zeigt, wie schwierig Rentenreformen sind» (Handelsblatt, 07.08.2024).

«Weltweit einzigartig, weltweit relevant» (Handelsblatt, 01.08.2024).

«Gefahr erkannt, Gefahr gebaut: Cyberschutz in der Industrie» (Handelsblatt, 08.08.2024).

«Von Paris lernen heißt siegen lernen» (Handelsblatt, 07.08.2024).

Использование семантической контрастности языковых единиц позволяет автору представить свою позицию в экспрессивной форме.

Проанализирован большой пласт стилистических средств, используемых в заголовках новостных медиатекстов немецкоязычной газеты Handelsblatt. В ходе исследования получены следующие результаты: приемы аллитерации и анафоры добавляют ритмичности и динамичности тексту, метафоры свой потенциал, способствуя объяснению сложных или неоднозначных новостных феноменов, оксюморон придает заголовку оригинальность и усиливает интерес к прочтению всего новостного текста. Функциональная значимость заголовков наглядно демонстрируется приведенными примерами и подтверждает факт оперативного воздействия стилистических средств заголовков на массового читателя. Таким образом, стилистические средства, используемые в заглавиях новостных текстов, целенаправленно отражают культурные и социальные контексты, формируя у

реципиента определённое восприятие событий ещё до прочтения основной статьи. Эти средства не только привлекают внимание, но и выполняют важные информативные и оценочные функции, служа мощным инструментом манипуляции мнением и настроением аудитории.

Список литературы

1. *Прохорова, К. В.* Заголовочный комплекс в медиатексте: особенности функционирования / К. В. Прохорова // Вестник СПбГУ. Сер. 9. – 2012. – №1. – С. 238–246.

2. *Прохорова, К. В.* Заголовочный комплекс медиатекста / К. В. Прохорова // Медиалингвистика в терминах и понятиях: словарь-справочник. – Москва: Флинта, 2018. – С. 195–201.

3. Handelsblatt. – URL: https://www.handelsblatt.com/ (дата обращения: 08.12.2024).

Зубова А. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Стилистические средства реализации агрессии в американском политическом дискурсе XXI ст.

Исследование агрессивных состояний человека в различных сферах жизни остаётся актуальной задачей современной науки. В последние годы агрессия в коммуникации привлекает всё большее внимание лингвистов. В настоящее время вербальная агрессия активно проникает в политическую сферу, находит своё место на страницах СМИ, в телевизионных программах и межличностных отношениях. Ю. В. Щербиной удалость разработать достаточно универсальное определение понятия вербальной агрессии «вербальная агрессия – это выражение негативных чувств и намерений как через форму, так и через содержание высказываний» (Щербинина, 2008). Это определение является наиболее универсальным.

В современном мире политика прочно вошла в жизнь каждого человека. Политика неразрывно связана с языком, ведь политические процессы в первую очередь выражаются через речь. Более того, язык является не просто способом описания происходящего, а выступает «частью событий, формируя их значения» (Edelman, 1977).

На сегодняшний день существует множество подходов к пониманию политического дискурса (ПД). Так, А.Н. Баранов и Е.Г. Казакевич определяют ПД как «совокупность всех речевых актов, используемых в политических обсуждениях, а также правил публичной политики, основанных на традиции и проверенных практикой» (Баранов, 1991).

Целью настоящего исследования является характеристика стилистических средств выражения агрессии на материале американского ПД XXI века. Материалом исследования послужили 4 фрагмента ПД, а именно политических выступлений президентов США: Джорджа Уокера Буша, Барака Обамы, Дональда Трампа и Джо Байдена.

Президенты США охотно используют стилистические приемы в своих выступлениях для выражения агрессии, что позволяет им более скрыто ее проявлять. Среди стилистических средств, замеченных в политических выступлениях Дж. Буша, Б. Обамы, Д. Трампа и Джо Байдена можно встретить: эпитет, метафору, антитезу, гиперболу, иронию, эпифору, анафору, градацию, сравнение и антиклимакс.

Итак, исходя из данных, полученных в результате исследования, наиболее частотным стилистическим приёмом является анафора. В своей пресс-конференции от 25 марта 2021 года президент Джо Байден использует анафору для усиления своей риторики и эмоционального воздействия. Этот стилистический приём помогает ему акцентировать внимание на ключевых аспектах своей политики, одновременно выражая критику и создавая ощущение настоятельности. Так, повторение фразы *I want to* помогает выделить намерения президента, создавая упор на личной вовлечённости в предлагаемые меры: *“I want to make sure we invest closer to 2 percent”; “I want to rebuild the backbone of this country”; “I want to change the paradigm”* (Biden, 2021). С политической точки зрения, данный стилистический приём помогает усилить восприятие Байдена как лидера, целеустремлённого в выполнении своих обещаний и улучшении жизни граждан.

Также, одним из наиболее продуктивных способов выражения агрессии в американском ПД является антитеза. В своей пресс-конференции от 12 января 2009 года, Дж. Буш использует данный стилистический приём, делая акцент на том, что разочарование может исходить не только от оппонентов, но и от тех, кого президент считает союзниками: *«The people that don't like you, the critics, they're pretty predictable. Sometimes the biggest disappointments will come from your so-called friends”* (Bush, 2009). Дж. Буш использует антитезу, чтобы объяснить сложности работы в политике, подчёркивая, что даже союзники могут становиться источником трудностей.

Следующим рассматриваемым методом реализации речевой агрессии в американском ПД является использование политиками в своей риторике такого стилистического приёма, как градация. В своей пресс-конференции от 25 сентября 2019 года Президент Д. Трамп использует данный стилистический приём для того, чтобы дискредитировать оппонентов, усиливая впечатление несправедливости нападок на президента: *«It’s all a hoax, folks. It’s all a big hoax»* (Trump, 2019). Повторение слова *hoax* в сочетании с усилением при помощи использования прилагательного *big* создаёт градацию, которая акцентирует внимание на ложности обвинений.

Также, одним из наиболее продуктивных методов реализации вербальной агрессии в американском ПД является использование президентами метафор в их политической риторике. Так, в своей пресс-конференции от 1 марта 2013 года Б. Обама прибегает к использованию рассматриваемого стилистического приёма. Метафора *to get stuck in a bottleneck* ‘застрять в узком месте’ представляет собой образ затора, блокировки движения: *“And the good thing about America is that sometimes we*

get to these bottlenecks and we get stuck, and you have these sharp, partisan fights, but the American people pretty steadily are common sense and practical, and eventually, that common-sense, practical approach wins out" (Obama, 2013). Данная метафора призвана сделать акцент на политической стагнации, где решения не принимаются, а действия тормозятся.

В речи Д. Трампа от 25 сентября 2019 года можно выделить несколько эпитетов, выражающих вербальную агрессию, которые играют ключевую роль в его риторике. Эпитеты здесь служат для усиления эмоционального восприятия речи и воздействия на аудиторию. Например, эпитет *fake news* 'фальшивые новости': *"Because I was getting such fake news, and I just thought it would be better"* (Trump, 2019). Данный стилистический приём часто используется Д. Трампом, чтобы дискредитировать медиа, которые критикуют его действия или политику.

Следующим стилистическим приёмом, используемым для реализации речевой агрессии в американском ПД, является сравнение. Так, в своём политическом выступлении от 12 января 2009 года президент Дж Буш использует сравнение в качестве исторической аллюзии для усиления восприятия масштаба кризиса: «It was like the Great Depression for our financial markets» (Bush, 2009). Сравнение *like the Great Depression* служит аргументом для принятия экстраординарных мер, обосновывая их необходимость исторической аналогией.

Президент Д. Трамп использовал гиперболу на своей конференции от 25 сентября 2019 года: *"And unless somebody does a very poor job as President, we're going to be first for a long way, because we've picked up trillions and trillions of dollars in value and worth of our country, and China has lost trillions and trillions of dollars, and millions of jobs, and their supply chain"* (Trump, 2019). Гипербола в данном случае усиливает контраст и предполагает конкурентное превосходство, что может восприниматься как агрессивная манипуляция.

Ирония, в свою очередь, является одним из наименее продуктивных стилистических приёмов, используемых для реализации речевой агрессии в американском ПД. В своих политических выступлениях Д. Трамп часто использовал риторику, направленную на дискредитацию медиа, называя их «фейковыми»: "*Gee, we're going to release your call to the fake-news media, and they're going to make you look like a fool"* (Trump, 2019). В данном случае Д. Трамп, обращаясь к гипотетическому собеседнику, саркастически указывает на то, что *fake-news media* выставляют людей дураками.

При помощи стилистического приёма эпифоры Джо Байден подчёркивает свою центральную роль в глобальном партнерстве: *"And it's disappearing – it's really disappointing also to those countries that are with us and spend so much time with us"* (Biden, 2021). Политик представляет США как ядро коалиции, вокруг которого объединяются союзники.

Антиклимакс используется Б. Обамой в своём политическом выступлении от 1 марта 2013 года. *"It's not fair. It's not right. The American people don't think it's fair and don't think it's right"* (Obama, 2013). Антиклимакс

используется для указания на несправедливость и неправильность действий республиканцев в Конгрессе, создавая чувство вины.

Итак, анализ использования стилистических средств показал, что наиболее продуктивным методом реализации вербальной агрессии является использование анафоры, что в процентном соотношении составило 21,1% (19 ЛЕ). Наименее же частотным является использование гиперболы 6,7% (6 ЛЕ), иронии 6,7% (6 ЛЕ), эпифоры 6,7% (6 ЛЕ) и антиклимакса 6,7% (6 ЛЕ).

Список литературы

1. *Баранов, А. Н., Казакевич, Е. Г.* Парламентские дебаты: традиции и новации. / А. Н. Баранов, Е. Г. Казакевич. – М.: Знание, 1991. – 301 с.

2. *Щербинина, Ю. В.* Вербальная агрессия / Ю. В. Щербинина. – М.: ЛКИ, 2008. – 360 с.

3. *Edelman, M.* Political Language: Words that Succeed and policies that Fail / M. Edelman // New York: Academic Press, 1977. – 457 p.

4. Presidential Speeches. – URL: https://millercenter.org/the-presidency/presidential-speeches (дата обращения: 01.02.2025).

Иванова М. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантика имен прилагательных с семой «характер»

На сегодняшний день категория оценки играет важную роль в исследовании языка. Ежедневно в нашей речи мы используем оценочные прилагательные, которые не только описывают качества характеризуемых объектов, но и отражают субъективною оценку, отношение человека к этим объектам. Особую категорию, которая требует внимательного изучения, включают в себя оценочные прилагательные с семами «характер» и «поведение». Описывая отдельные качества или действия человека, эти прилагательные формируют целостную характеристику человека, его внутреннего мира, социального взаимодействия.

Семантика оценочных прилагательных с семами «характер» и «поведение» охватывает широкий спектр значений, от позитивных до негативных, и часто зависит от контекста употребления. Например, прилагательные, описывающие характер, могут варьироваться от «доброжелательный» и «отзывчивый» до «агрессивный» и «эгоистичный», в то время как прилагательные, относящиеся к поведению, могут включать такие оценки, как «ответственный», «недобросовестный» или «пассивный». Эти оценки не только помогают выразить личные мнения, но и могут служить инструментом социальной оценки, влияя на восприятие и взаимодействие между людьми.

Актуальность данного исследования заключается в необходимости понимания роли оценочных прилагательных, которые характеризуют личные качества и стиль поведения, а также имеют коммуникативное значение. Эта лексическая категория глубоко связана с мышлением и восприятием

окружающего мира народом, отражая его культурные и этические ценности, а также подтверждая одни и опровергая другие стереотипные представления о английской нации.

Объектом настоящего исследования являются оценочные прилагательные с семами «характер» и «поведение» человека.

Предметом исследования является особенности семантики и структуры оценочных прилагательных с семами «характер» и «поведение» человека, как средств репрезентации оценки объекта субъектом.

Цель данной работы заключается в анализе особенностей семантики и структуры оценочных прилагательных, относящихся к семам «характер» и «поведение» человека в английском языке. Материалом исследования послужили 674 оценочных прилагательных с семами «характер» и «поведение» человека, выделенные методом сплошной выборки из словаря Oxford English Dictionary и Cambridge Advanced Learner's Dictionary, а также Longman dictionary of Contemporary English.

В ходе анализа оценочных прилагательных выделяется два типа оценок – общая и частная, что приводит к различиям между общеоценочными и частнооценочными признаками. В данном исследовании акцент сделан на частнооценочных прилагательных, которые, в отличие от общеоценочных, фокусируются на конкретном аспекте объекта с определенной точки зрения. К видам частной оценки относятся эстетические и этические оценки, формирующиеся на основе сочетания сенсорных и психологических восприятий. В этой статье рассматриваемые оценки выражаются через оценочные прилагательные, имеющие сему "характер".

В ходе анализа исследовательского материала было установлено, что негативные оценки преобладают, составляя 364 единицы (54 %). Это позволяет сформировать общую положительную характеристику личности, например: *seedy* 'убогий, жалкий', *dishonorable* 'бесчестный', *debauched* 'развратный, распутный'. Оценочные прилагательные с положительной коннотацией составляют 310 единиц (46 %), такие как: *conscientious* 'добросовестный', *quick-witted* 'сообразительный', *sober* 'трезвый, рассудительный'

Имена прилагательные, номинирующие отрицательную оценку характера человека в английском языке, представляют собой большую группу в сравнении с положительными. Наиболее многочисленными среди них являются следующие группы: «Высокомерие», «Злость», «Лживость».

Наибольшее количество лексических единиц содержится в ЛСГ "Высокомерие", которая включает 30 элементов. К примерам этой группы можно отнести: *cocky* 'самоуверенный', *presumptuous* 'самонадеянный', *arrogant* 'заносчивый'.

Второй по количеству является ЛСГ "Злость", состоящая из 26 лексических единиц, включая такие слова, как – *cutting* 'резкий', *foul-mouthed* 'сквернословящий', *malicious* 'ехидный'.

Лексико-семантическая группа "Лживость" включает 18 лексических единиц. В качестве примеров можно указать *wily* ‘лукавый’, *misleading* ‘вводящий в заблуждение’, *dishonest* ‘нечестный’.

Наиболее крупными категориями среди прилагательных, обозначающих отрицательные черты характера человека в английском языке, являются следующие группы: «Доброта», «Целеустремленность», «Честность».

Наибольшей лексико-семантической группой (ЛСГ) в категории положительной оценки является «Доброта», насчитывающая 35 лексических единиц. Она включает в себя такие имена прилагательные, как: *caring* ‘заботливый’, *sympathetic* ‘сочувственный’, *altruistic* ‘альтруистичный’.

Следующими по численности ЛСГ являются «Целеустремленность» и «Честность», каждая из которых включает в себя по 25 лексических единиц. Примерами первой могут послужить – *committed* ‘преданный идее’, *ambitious* ‘стремящийся’, *dutiful* ‘послушный долгу’, примерами второй являются – *candid* ‘искренний’, *moral* ‘моральный’, *just* ‘верный’.

На основе результатов, полученных при количественном анализе имен прилагательных, семантизирующих характер, сформировалось целостное представление о системе ценностей носителей английского языка, их традициях и социальных нормах. Несмотря на то, что в английском языке преобладает количество оценочных прилагательных с негативной окраской, отрицательные черты не характерны для всех англичан. Объяснением подобного преобладания может послужить особенность человеческого восприятия. Зачастую положительные черты характера принимаются человеком как должное и обыденное и, соответственно, вызывают меньший эмоциональный отклик, в то время как негативные качество принимают резонансный характер и привлекают больше внимания. Стоит отметить, что несмотря на преобладание отрицательных характеристик в английском языке, носители осуждают такие качества, как жестокость, трусливость, лень, ставя в противовес подобным характеристикам такие качества, как – доброта, щедрость, честность, милосердие.

Список литературы

1. *Арутюнова, Н. Д.* Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М.: Наука. – 1988. – 339 с.

2. *Вольф, Е. М.* Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – Изд. 2-е, доп. – М.: Едиториал УРСС. – 2002. – 280 с.

3. Longman Dictionary of Contemporary English. – URL.: https://www.ldoceonline.com/ (дата обращения: 11.01.2024).

4. Oxford English Dictionary OED. URL.: http://www.oed.com/ (дата обращения: 07.01.2024).

5. Cambridge Dictionary. – URL.: https://dictionary.cambridge.org/ru/thesaurus/ (дата обращения 10.01.2024).

Игумнова Н. Р.
ФГБОУ «ДонГУ» (г. Донецк)

Специфика вербальной и невербальной коммуникации (на материале лекций по английскому языку Д. Кристала)

Актуальность данной работы обусловлена возрастающим интересом к академическому дискурсу как важной составляющей образовательной сферы. Исследование специфики вербальной и невербальной коммуникации академического дискурса способствует пониманию механизмов взаимодействия между лектором и аудиторией.

Объект исследования – вербальные и невербальные средства коммуникации в процессе лекции Дэвида Кристала.

Предмет исследования – особенности использования вербальных и невербальных средств коммуникации в процессе лекции Дэвида Кристала.

Цель исследования выявить специфику использования вербальных и невербальных средств на лекциях Дэвида Кристала.

Материалом данного исследования послужили 5 онлайн-лекций Дэвида Кристала, известного британского филолога, языковеда-англиста, общим количеством 724 предложения (77 минуты).

Ключевыми терминами данной работы являются следующие понятия.

Лекция вслед за Жеребило Т. В. рассматривается как жанр учебно-научного подстиля, включающий название темы, план, освещение материала в учебных целях, ориентированность на массового слушателя (Жеребило, 2001).

Вербальная коммуникация – это языковое общение, выражающееся в обмене мыслями, информацией, эмоциональными переживаниями собеседников (Тер-Минасова, 2000).

Невербальная коммуникация – это исключительно сложная, многоканальная и многоуровневая система передачи информации, в которой различные виды невербальных сигналов оказывают параллельное воздействие на человека, находясь в постоянном взаимодействии с семантикой слова (Морозов, 2011).

По результатам проведённого исследования были сделаны следующие выводы.

Лекции Д. Кристала отличаются неофициальным стилем, четким и последовательным изложением темы лекции. Структура лекции соответствует традиционному академическому дискурсу – вводная часть, основная часть и подведение итогов. Проведенный анализ показал, что абстрактность и обобщенность проявляются на всех уровнях вербальной и невербальной коммуникации в его лекциях.

Лексический уровень:

Общий слой лексики включает в себя служебные и вводные слова, помогающие структурировать текст и обеспечить логическую связность. В речи лектора используются такие слова и фразы, как *Well, Anyway, Now, Alright, Of course, So, You know*, которые способствуют поддержанию контакта

с аудиторией и делают речь более естественной. Данный слой лексики способен выполнять различные смысловые задачи, связывая фразы в тексте и создавая между ними различные типы отношений, такие как: причинно-следственные, пространственно-временные, сопоставительные и другие.

Терминологический слой. Д. Кристал не перегружает речь сложными терминами, что делает ее доступной для аудитории. Однако в лекции можно встретить лингвистические термины и понятия: *plural, illusion, metaphorical expression, global language*.

Общенаучный слой лексики представлен словами и выражениями, характерными для академической речи. Например, глаголы, описывающие свойства и особенности объекта: *to rely, to occur, to persist*; глаголы, обозначающие процесс передачи информации: *to enumerate, to document, to represent, to depict*; существительные, передающие характеристики субъекта: *reflection, dialogue, justification, perfection*; прилагательные, описывающие особенности объекта: *fundamental, specific, primary, straightforward, broad*.

Синтаксический уровень в лекциях Д. Кристала представлен простыми предложениями с инфинитивными оборотами, а также сложными предложениями с несколькими придаточными. Например, The reason is *that when your language is culturally influenced*, because it's so every day, so routine, you don't even notice *that you're saying something that is culturally so idiosyncratic that anybody from outside that culture will not understand it* (Crystal, 2015); If you're learning another language as an international language, then you want *to be able to talk* in that language as well (Crystal, 2013). Речевые акты представляют собой яркий пример использования вербальной коммуникации, включая ассертивы (*The dictionary of South African English contains about 10,000 words and idioms.*), квеситивы (*What's a robot? A robot, is it?*), директивы (*Go to the Caribbean, and you hear, you get the dictionary of Jamaican English.*), что позволяет лектору не только передавать информацию, но и активно взаимодействовать с аудиторией (Crystal, 2013).

Стилистический уровень представлен различными приемами и экспрессивностью, лектор использует повторы (This is how *it started*. It started with situational comedy.), метафоры (And are you aware that there's *a Twitter storm* going on at the moment?), персонификацию (As the language *arrives* in a particular place, people adopted, then they immediately adapted to their own cultural background.) (Crystal, 2015).

Невербальная коммуникация играет важную роль в лекциях Дэвида Кристала, усиливая его вербальное сообщение и помогая удерживать внимание аудитории. Жестикуляция, мимика, интонация и паузы в его речи создают живую и выразительную подачу материала.

Интонация Дэвида Кристала в лекциях динамичная и выразительная. Она варьируется в зависимости от цели высказывания, что делает его речь живой и убедительной. Пример: «*So, people use sentences in South Africa like, you know, «The robot is broken.» «Turn left at the robot. » «You'll see it three robots ahead.* »» (Crystal, 2015). В этом случае лектор повышает тон в конце фраз, побуждая аудиторию к размышлению.

Жесты и позы. Д. Кристал часто использует широкие и энергичные движения руками, чтобы сделать свою речь более выразительной, например, English *is not just one language—it's many Englishes*! (разводит руки в стороны, подчеркивая разнообразие языков) (Crystal, 2013).

Мимика. Лектор также активно использует мимику, особенно в моменты удивления или юмора, делая повествование живым. Например, And he looked at me in horror and said, «It cannot be!» (широко открывает глаза и поднимает брови, передавая эмоции персонажа) (Crystal, 2015).

Таким образом, можно сделать вывод, что в лекциях Дэвида Кристала вербальная и невербальная коммуникация тесно переплетаются, что делает его выступления увлекательными и понятными для аудитории.

Список литературы

1. *Жеребило, Т. В*. Термины и понятия лингвистики / Т. В. Жеребило. – Назрань: Изд-во ИнГУ, 2001. – С. 197

2. *Морозов, В. П.* Невербальная коммуникация: Экспериментально-психологические исследования / В. П. Морозов. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2011. – С. 71

3. *Тер-Минасова, С. Г.* Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М.: Слово, 2000. – С. 28

4. *Crystal, D.* The Effect of New Technologies on English / D. Crystal. – 2013. – URL.: https://www.youtube.com/watch?v=qVqcoB798Is (дата обращения 13.01.2024).

5. *Crystal, D.* The Future of Englishes / D. Crystal. – 2015. – URL.: https://www.youtube.com/watch?v=MqqlSb9uGUQ (дата обращения 12.01.2024).

6. *Crystal, D.* Will English Always Be the Global Language? / D. Crystal. – 2013. – URL.: https://www.youtube.com/watch?v=5Kvs8SxN8mc (дата обращения 21.01.2024).

Карасёв Р. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Карикатура в современных англоязычных медиа: особенности взаимодействия знаковых систем

Карикатура как форма медиатекста занимает важное место в современном информационном пространстве, сочетая в себе визуальные и вербальные элементы для передачи сложных идей и критики социальных, политических и культурных явлений. В условиях глобализации и цифровизации медиа, карикатуры становятся мощным инструментом воздействия на аудиторию, формируя общественное мнение и отражая актуальные проблемы общества. Изучение семантики и взаимодействия знаковых систем в карикатурах позволяет глубже понять их роль в медиадискурсе и механизмы воздействия на зрителя (Добросклонская 2008: 264; Солганик 2005).

Актуальность исследования обусловлена важностью взаимодействия знаковых систем в карикатурах англоязычных медиа в современных СМИ. Изучение этой темы позволяет лучше понять роль карикатурного жанра, его эволюцию и влияние на аудиторию, а также расширить знания о типах медиатекстов и их функциях.

Методологическая основа исследования включает четыре ключевых метода: семантико-стилистический анализ, структурный анализ, контент анализ и метод дискурсивного анализа.

Материалом для исследования послужили 169 карикатур, опубликованных в The Guardian и USNews с августа 2021 по январь 2025 года. Эти издания выбраны из-за их значимости в англоязычном медиапространстве, а также активного использования карикатуры как формы визуальной журналистики.

Карикатуры в англоязычных СМИ представляют собой сложный поликодовый текст, в котором вербальные и визуальные элементы взаимодействуют для создания сатирического эффекта. Текст и изображение в карикатурах часто вступают в противоречие, что усиливает иронию или сарказм, подчеркивая абсурдность ситуации или высмеивая стереотипы. Например, карикатуры на политические темы, такие как выборы президента США или международные конфликты, используют визуальные метафоры и игру слов для передачи сложных политических идей в доступной форме (Fowler, 1991).

Особое внимание в исследовании уделено тематическому разнообразию карикатур. Политические карикатуры, составляющие основную часть анализируемого материала, охватывают широкий спектр тем: от внутренней политики отдельных стран до глобальных конфликтов и кризисов.

В карикатурах вербальная и визуальная знаковые системы тесно взаимодействуют, создавая многослойный эффект. Текст и изображение могут дополнять друг друга, усиливая сатирический посыл, или противоречить, создавая иронию или сарказм. Например, в карикатуре на тему выборов президента США 2024 года изображение Дональда Трампа, повторяющего фразу "*I won*", контрастирует с текстом "*Trump's 5 stages of grief and loss*", что подчеркивает абсурдность его поведения и отказ признать поражение.

Карикатуры часто используют визуальные метафоры для передачи сложных идей. Например, в карикатуре на тему *AUKUS, Великобритания, Австралия и США* изображены как акулы, символизирующие их военную мощь и агрессивность. Визуальные символы, такие как слон (символ Республиканской партии США), помогают быстро передать политический контекст и усилить сатирический эффект.

Вербальная составляющая карикатур часто включает игру слов, каламбуры и двусмысленности, что делает их более запоминающимися и усиливает юмористический эффект. Например, в карикатуре на тему климатических изменений используется игра слов: "*political debate about climate change*" противопоставляется "*climate change*", что подчеркивает неэффективность политических дискуссий в решении реальных проблем.

Контраст между текстом и изображением часто используется для создания иронии. В карикатуре на тему войны в Газе изображение разрушенного города и бутылки гербицида с надписью "*Weapons Grade Weed Killer*" создает мощный антивоенный посыл, подчеркивая разрушительные последствия конфликта.

Карикатуры часто отражают культурные и исторические контексты, что делает их более понятными для целевой аудитории. Карикатурные работы на тему политики США часто используют символы и образы, связанные с американской историей и культурой, такие как Дядя Сэм или Статуя Свободы.

В конечном итоге, карикатуры в англоязычных медиа являются мощным инструментом социальной и политической критики, сочетая вербальные и визуальные элементы для создания сатирического эффекта. Взаимодействие знаковых систем в карикатурах основано на контрасте, игре слов, визуальных метафорах и культурных контекстах, что делает их эффективным средством коммуникации и воздействия на аудиторию.

Список литературы

1. *Айнутдинов, А. С.* Типология и функции карикатуры в прессе. – URL.: https://cyberleninka.ru/article/n/tipologiya-i-funktsii-karikatury-v-presse/viewer (дата обращения: 04.09.2008)

2. *Добросклонская, Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ: современная английская медиаречь / Т. Г. Добросклонская. – М.: Флинта, 2008. – 264 с.

3. *Солганик, Г. Я.* Лексика газеты: функциональный аспект / Г. Я. Солганик. – М.: Высшая школа, 1981. – 112 с.

4. *Fowler, R*. Language in the News: Discourse and Ideology in the Press / R. Fowler. – London, Routledge, 1991. – 254 p.

5. *Fairclough*, *N*. Language and Power / N. Fairclough. – London, Longman, 1989. – 135 p.

Каширина Д. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантические особенности образных наименований лица по роду деятельности с пейоративной оценкой в английском языке

Ведение. Образность как лексико-семантическая категория обобщает структурно-семантическое свойство слова, проявляющееся в способности обозначить определенное явление внеязыковой действительности (предмет, свойство, процесс, ситуацию) в ассоциативной связи с другим явлением, не тождественным обозначаемому, на основе их реального или мнимого сходства. Сематическим основанием категории образности выступает двуплановость значения языковой единицы (Юрина, 2004).

Образные существительные-наименования лица (далее – ОСНЛ) по роду занятий в английском языке являются многофункциональными инструментами, с помощью которых говорящие не только описывают

профессиональную деятельность, но и выражают свое отношение, передают культурные ценности, организуют информацию и делают язык более выразительным и эмоциональным. Понимание этих функций позволяет глубже проникнуть в суть языковых механизмов и увидеть, как язык отражает и формирует наше восприятие мира труда.

Образные наименования лица по роду занятий в английском языке содержат денотативный и коннотативный макрокомпоненты в структуре лексического значения. С точки зрения коннотации анализируемы ОСНЛ содержат эмотивно-оценочное значение, которое находит свое выражение через положительную (мелиоративную), отрицательную (пейоративную) и нейтральную оценку.

Объектом работы являются образные наименования лица по роду деятельности с пейоративной оценкой в английском языке. Примерами языковых единиц с пейоративной оценкой являются: *snout* ‘*букв*. рыло; *перен*. полицейский’ – 1) the projecting nose and mouth of an animal, especially a mammal; 2) *Brit. inf.* a police informer; *quack* ‘*букв*. кряква (утка); *перен*. врач-шарлатан’ – 1) a person who dishonestly claims to have special knowledge and skill in some field, typically medicine; 2) *Brit. inf.* a not qualified doctor.

Цель данного исследования заключается в изучении и описании семантических особенностей образных наименований лица по роду деятельности с пейоративной оценкой в английском языке.

Материалом исследования послужило 131 образное наименование человека по признаку «род занятий» с пейоративной оценкой в английском языке, отобранных методом сплошной выборки из авторитетного толкового словаря английского языка (Oxford English Dictionary).

Методологическую базу исследования составили труды в области образного строя языка (Юрина, 2004), языковой номинации (Катермина, 2013; Кубрякова, 2010; Колшанский, 1977; Сапиева, 2023; Телия, 1977), декодированию оценочных смыслов (Бессонова, Ососкова, 2024).

Основная часть. Отрицательно-оценочные образные наименования лица по роду занятий характеризуются значительной продуктивностью в английском языке (131 ОСНЛ). Семантический анализ изучаемых единиц помог выделить 10 компонентов ОСНЛ с пейоративной оценкой:

1) неопытность (35 ОСНЛ, 26,72%), например, *grommet* ‘неопытный серфер’ – *inf. chiefly Austral.* a young or inexperienced surfer or skateboarder;
2) высокомерие (26 ОСНЛ, 19,85%), например, *madam* ‘владелица борделя’ – *Brit. inf.* a conceited or bossy girl or young woman who runs a brothel;
3) некомпетентность (21 ОСНЛ, 16,03%), например, *cowboy* ‘неопытный, некомпетентный работник’ – *inf.* a dishonest or careless person in business, especially an unqualified one;
4) бесполезность (18 ОСНЛ, 13,74%), например, *bucket* ‘бесполезный работник’ – *inf.* someone who is completely useless, incompetent, and lacks any kind of skill or intelligence in work and business;

5) безделье (9 ОСНЛ, 6,87%), например, *bummer* ‘бродяга’ – *inf. N. Amer.* a loafer or vagrant;
6) бремя (5 ОСНЛ, 3,82%), например, *drag* ‘слабое звено’ – *inf.* a person that impedes progress or development;
7) эксплуатация (5 ОСНЛ, 3,82%), например, *kite* ‘эксплуататор’ – *arch*. a person who exploits or preys on others;
8) пассивность (4 ОСНЛ, 3,05%), например, *cabbage* ‘пассивный работник’ – *inf.* a person who leads a dull or inactive life;
9) паразитизм (4 ОСНЛ, 3,05%), например, *bot* ‘паразитирующий человек или рабочий’ – *inf.* a person who persistently borrows or cadges from others;
10) вымогательство (3 ОСНЛ, 2,29), например, *bloodsucker* ‘вымогатель’ – *inf.* a person who extorts money or otherwise lives off other people.

Наиболее численными оказались обозначения неопытного (35 ОСНЛ, 26,72%), высокомерного (26 ОСНЛ, 19,85%) и некомпетентного (21 ОСНЛ, 16,03%) работника. Такая закономерность прослеживается из-за того, что негативные коннотации в языке возникают из-за распространенности и социальной неприемлемости неопытности, высокомерия и некомпетентности, которые легко поддаются образному описанию и высмеиванию. Данные негативные черты широко распространены в рабочей среде, и, следовательно, отражаются в языке через создание многочисленных пейоративных наименований.

ОСНЛ по роду занятий в английском языке образованы такими семантическими способами как метонимический перенос, метафорический перенос и генерализация значения. Превосходство метафоры и метонимии обусловлено тем, что эти когнитивные механизмы позволяют легко устанавливать связи между разными понятиями, создавать новые значения, эффективно передавать информацию и воздействовать на эмоции.

Рассмотрим пример метафоры с компонентом «паразитизм»: *mole* ‘*букв*. крот, *перен*. шпион’ – a term used to describe a spy or informant within an organization. Для обозначения шпиона, внедрившегося в организацию или правительство, часто используется данную метафору на основе нескольких ключевых характеристик, связанных с реальными кротами, как в их поведении, так и во внешнем виде. Данный стилистический прием, основанный на скрытном, подрывном характере и внешнем виде кротов, как роющих подземные ходы, так и наносящих ущерб, широко распространен в шпионской литературе и массовой культуре.

Рассмотрим пример метонимического обозначения человека по роду деятельности: *quill* ‘*букв*. птичье перо, *перен*. некомпетентный, старомодный журналист/писатель’ – *inf*. journalist, writer, scribe who work in an outdated style. С помощью данного существительного в английском языке образно называют писателя в связи с ассоциативным переосмыслением инструмента, который он использует для письма.

Выявлен ряд ОСНЛ по роду деятельности, образованных посредством генерализации значения. Например, следующее существительное образовано в результате расширения прямого значения слова: ***hack*** ‘некомпетентный,

пассивный журналист’ – 1) a tool, especially a crude or improvised one (грубый инструмент); 2) rough, broken gait, especially of a horse (грубая походка); 3) *inf* a journalist whose writing is considered unoriginal, sensationalist, or of low quality.

Заключение. Преобладание среди образных наименований лица по роду деятельности существительных с отрицательной оценкой объясняется тенденцией критиковать других, особенно, если они не соответствуют определенным стандартам. Таким образом, комбинация психологических факторов, социальных норм, контекстных особенностей и недостатков в управлении персоналом может привести к тому, что характеристики «неопытный», «высокомерный» и «некомпетентный» становятся наиболее часто встречающимися при оценке работников.

Список литературы

1. *Бессонова, О. Л.* Декодирование оценочной семантики английских диминутивных и аугментативных наименований лица / О. Л. Бессонова, А. С. Ососкова // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – 2024. – № 1. – С. 75-88.

2. *Катермина, В. В.* Профессиональные номинации человека: семантический аспект (на материале английских неологизмов) / В. В. Катермина // Вестник Челябинского государственного университета. – Челябинск, 2013. – №31 (322). – С. 95–97.

3. *Колшанский, Г. В.* Лингво-гносеологические основы языковой номинации / Г. В. Колшанский // Языковая номинация (Общие вопросы). – М.: Наука, 1977 – С. 99–147.

4. *Кубрякова, Е. С.* Теория номинации и словообразование / Е. С. Кубрякова. – М.: Изд-во ЛИБРОКОМ, 2010. – 83 с.

5. *Сапиева, С. К.* Языковая номинация и проблема ее ономасиологического исследования / С. К. Сапиева // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. – 2023. – Т. 23, № 1. – С. 62–68.

6. *Телия, В. Н.* Вторичная номинация и ее виды / В. Н. Телия // Языковая номинация (Виды наименований). – М.: Наука, 1977 – С. 129–222.

7. *Юрина, Е. А.* Комплексное исследование образной лексики русского языка / Е. А. Юрина // Вестник Томского государственного университета. – 2004. – № 38. – С. 12-18.

8. *Bayramova G. M.* Semio-cognitive analysis of figurative language / G. M. Bayramova // Russian Linguistic Bulletin. – 2022. – No. 7(35). – P. 1–5.

9. Oxford English Dictionary [Электронный ресурс]. – URL: https://www.oed.com/ (дата обращения 25.02.2025).

Коврик Е. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Декодирование угроз в заголовках англоязычных медиатекстов новостного жанра (на материале британских и американских СМИ)

Данное исследование посвящено установлению и описанию средств выражения речевого акта угрозы в заголовках англоязычных медиатекстов новостного жанра.

Актуальность исследования обусловлена популяризацией цифровых медиа и увеличением новостной информации, что приводит к частому искажению существующих фактов различными языковыми средствами для более сильного воздействия на читателей. Анализ заголовков позволит выявить языковые механизмы создания угроз на эксплицитном и имплицитном уровнях и оценить потенциальное воздействие на аудиторию.

Цель исследования заключается в установлении и описании средств выражения угрозы в заголовках британских и американских медиатекстов новостного жанра.

Корпус эмпирического материала данного исследования составляют 70 заголовков американских (31) и британских (39) медиатекстов новостного жанра, опубликованных за последние 12 месяцев (с февраля 2024 по февраль 2025 года). Выбор жанра объясняется тем, что именно новостной дискурс массмедиа ориентирован на «многофункциональное общение и воздействие не только в целях гармонизации, но и в целях манипуляции, убеждения, принуждения и т. д.» (Болотнова 2015: 21). Заголовки были отобраны из следующих газет: британские – The Guardian, The Mirror, The Sun, Daily Mail, The Times; американские – USA Today, The New York Times, The Washington Times, New York Daily News.

Теоретическую основу работы составили труды Т. Г. Добросклонской (Добросклонская, 2008), В. Ю. Варзаповой (Варзапова, 2022), Н. С. Болотновой (Болотнова, 2015), Т. В. Матвеевой (Матвеева, 2010), М. П. Кессарийского (Кессарийский, 2022).

Под термином «медиатекст», вслед за Т.Г. Добросклонской, мы понимаем объёмную многоуровневую единицу, разновидность текста, который используется в сфере массовых коммуникаций (Добросклонская 2008: 39). Исследователи, работающие в сфере медиалингвистики, уделяют значительное внимание изучению структуры и композиции медиатекстов. Так, одной из важнейших единиц масс-медийного текста считают его заголовок. По мнению В. Ю. Варзаповой, заголовок является информационным сообщением, который ограничен размером текстового пространства. Его основная функция – дать представление о сути текста (Варзапова 2022: 2551).

Речевой акт понимается в соответствии с определением, предложенным Т.В. Матвеевой как «основная единица коммуникации, отдельное целенаправленное речевое действие личности, оказывающее влияние на речевого партнёра» (Матвеева, 2010). По её мнению, речевой акт включает в себя объективное содержание в сочетании с субъективным, отражающим

интенцию и перлокутивный эффект. Речевой акт угрозы, в свою очередь, считается речевой агрессией, вызывающей у читателя негативные переживания и напряжение. М.П. Кессарийский, исследуя семантику РАУ, подчёркивает, что менасивный речевой акт обладает своими характерными чертами как отдельный иллокутивный тип в области лексики, морфологии и синтаксиса (Кессарийский 2022: 369).

Изучая структуру данного типа речевых актов, мы обнаружили, что угроза может выражаться в речи как с помощью явных, так и скрытых языковых средств, т.е. эксплицитно и имплицитно.

В процессе анализа заголовков новостных статей, было обнаружено, что 80% заголовков относятся к эксплицитному типу проявления речевого акта угрозы.

Для начала рассмотрим заголовки с проявлением угрозы на лексическом уровне, то есть с использованием негативно окрашенных лексических единиц, так как они составляют большую часть выбранного для анализа материала. Так, нами было обнаружено частое использование существительного «threat» и его синонимичных лексических единиц, несущих в себе проявление угрозы: «risk», «danger», «alert», «alarm», «fear», «war», «attack», «warning». Например, в заголовке *'It's mindblowing': US meteorologists face death threats as hurricane conspiracies surge.* '«Это поразительно»: американские метеорологи сталкиваются со смертельными угрозами из-за всплеска теорий заговора об ураганах' (The Guardian, 11.10.24) существительное «threat» несёт в себе прямую информацию об угрозе, а сочетание его с лексической единицей «death» усиливает этот эффект. Рассмотрим другой пример: *Lawmakers raise new alarm about Americans' data risk on Temu.* 'Законодатели бьют тревогу из-за новых рисков для данных американцев в Temu' (The Washington Times, 25.09.24). В данном заголовке ключевым маркером угрозы является существительное «alarm», которое использовано в контексте угрозы кибербезопасности американского населения, а также существительное «risk», которое эксплицитно указывает на возможность негативных последствий.

Вторым по частоте встречаемости средством выражения эксплицитной угрозы является использование глаголов с отрицательной эмоциональной окраской, таких как «to warn», «to threaten», «to fear». Примером может служить следующий заголовок: *Vladimir Putin warns west he will consider using nuclear weapons.* 'Владимир Путин предупреждает Запад, что рассмотрит возможность применения ядерного оружия' (The Guardian, 25.09.24). Здесь эффект угрозы, созданный лексическими средствами, усиливается указанием на то, что заявление делает Владимир Путин, президент страны, обладающей ядерным оружием, но при этом автор умалчивает, при каких обстоятельствах было высказано такое предупреждение.

Помимо лексических средств выражения речевого акта угрозы, в медиадискурсе часто используются грамматические средства языка, а именно создание угрозы на синтаксическом уровне. Например, в заголовке *U.S. Warns Israel to Increase Aid to Gaza or Face Consequences.* 'США предупреждают Израиль о необходимости увеличить помощь Газе, иначе его ждут

последствия’ (The New York Times, 15.10.24) основным средством является структура условного предложения, где союз «or» создает прямую связь между требованием (*Increase Aid to Gaza*) и негативным последствием (*Face Consequences*).

К имплицитному (скрытому) проявлению угрозы относится 20% отобранного материала. В данном случае речевой акт угрозы выражается преимущественно с помощью стилистических приёмов. В заголовке *Trump ‘would’ve lost mind completely’ if Putin admitted interference, Fiona Hill says.* ‘Трамп «полностью потерял бы рассудок», если бы Путин признал вмешательство, говорит Фиона Хилл’ (The Guardian, 24.02.24) используется гипербола «would’ve lost mind completely», имплицитно указывающая на непредсказуемость и потенциальную иррациональность Трампа. В американских массмедиа такой приём также встречается. В заголовке *Trump Warns ‘All Hell Will Break Out’ if Hostages in Gaza Are Not Freed.* ‘Трамп предупреждает: «Разразится ад», если заложники в Газе не будут освобождены’ (The New York Times, 07.01.25) используется метафора «All Hell Will Break Out» для создания ощущения масштабной катастрофы в случае невыполнения требований.

Анализ тематики заголовков с выявленной угрозой показал, что угрозы наиболее часто встречаются в контексте политических новостей и международных отношений. Это указывает на то, что СМИ в первую очередь используют речевой акт угрозы для привлечения внимания к социально значимым проблемам и создания определённого общественного мнения.

Таким образом, и британские и американские СМИ применяют эксплицитные и имплицитные угрозы в заголовках массмедийных текстов новостного жанра, которые реализуются с помощью лексических, грамматических и стилистических средств языка. Анализ показал, что прямые угрозы используются чаще, в то время как имплицитные средства встречаются реже и служат для создания ощущения неопределенности и тревоги в отношении будущих событий.

Список литературы

1. *Болотнова, Н. С.* Коммуникативная стилистика текста: медийные коммуникативные универсалии / Н.С. Болотнова // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (TSPU Bulletin). – 2015. – № 9. – С. 19-21

2. *Варзапова, В. Ю.* Приёмы речевого воздействия в заголовках сетевых медиатекстов британской качественной прессы / В. Ю. Варзапова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2022. – Т. 15. – С. 2550-2555

3. *Добросклонская, Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ (Современная английская медиаречь). – М.: Флинта: Наука, 2008. – 263 с.

4. *Кессарийский, М. П.* Исследование семантики речевого акта угрозы / М. П. Кессарийский, Д. В. Татарников // Трибуна ученого. – 2022. – № 5. – С. 366-371.

5. *Матвеева, Т. В.* Полный словарь лингвистических терминов / Т. В. Матвеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2010. – 562 с.

Компаниец Ю. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантико-стилистические функции поэтонимов в балладе «Der Handschuh» («Перчатка») Ф. Шиллера

Изучение поэтонимов – имен собственных в художественных текстах – остается актуальным направлением в лингвистике и литературоведении. Поэтонимы не только идентифицируют персонажей, но и выполняют важные семантико-стилистические функции, отражая культурные, социальные и эмоциональные аспекты произведения. Баллада Фридриха Шиллера «Der Handschuh» («Перчатка») представляет собой яркий пример использования поэтонимов для создания художественной образности и передачи авторского замысла (Фонякова, 1990).

Актуальность данного исследования заключается в необходимости детального анализа поэтонимов в балладе Шиллера с учетом их семантических и стилистических функций. Объектом исследования являются поэтонимы, выявленные в балладе «Der Handschuh», предметом – их семантико-стилистические функции.

Материалом исследования послужил оригинал текста баллады. В работе использовались методы лингвистического и стилистического анализа, а также лингвокультурологический подход для интерпретации функций поэтонимов (Erben, 1983; Wellmann, 2008)

В балладе «Der Handschuh» поэтонимы играют ключевую роль в создании образов персонажей и передаче авторского замысла. Основные поэтонимы в произведении – это *Kunigunde*, *Delorges* и *König Franz*. Каждый из них выполняет несколько функций:

1. Поэтонимы служат для идентификации персонажей. Например, имя *Kunigunde* сразу указывает на главную героиню, а *Delorges* – на рыцаря, который становится центральным персонажем в кульминации баллады (Фонякова, 1990). Поэтонимы отражают социальный статус и происхождение персонажей. Имя *König Franz* подчеркивает королевское достоинство и власть, а *Kunigunde* – аристократическое происхождение и древность рода. Имя *Delorges*, хотя и менее знатное, символизирует рыцарскую доблесть и благородство (Калинкин, 1999).

2. Поэтонимы передают эмоциональную окраску и отношение автора к персонажам. Например, имя *Kunigunde* [ˈkuːnigʊndə] звучит мягко и изысканно, что контрастирует с ее жестокостью и холодностью. Имя *Delorges* [dəˈlɔʁʒəs], напротив, звучит резко и мужественно, что соответствует его героическому поступку.

3. Поэтонимы создают оппозицию, подчёркивая контраст между персонажами, и усиливают драматизм сюжета. Например, противопоставление имен *Kunigunde* и *Delorges* подчеркивает конфликт между аристократической надменностью и рыцарской честью.

(1) *Da faßt sich ein Ritter, der Delorges heißt, / Das Fräulein spricht: „Herr Ritter, seid so gut, / Hebt mir den Handschuh aus der Löwen Hut!*

В примере (1) имя *Delorges*, обособленное в выделенное пунктуационно атрибутивное придаточное предложение, выполняет номинативную и экспрессивную функции, подчеркивая мужество и решительность рыцаря.

(2) *Kunigunde lacht: „Herr Delorges, wagt! / Es gilt mir einen Kuß, wenn Ihr's vollbringt!*

В примере (2) имя *Kunigunde* выделяется выдвижением в анафору и подчеркивает ее надменность, а имя *Delorges*, употреблённое в форме обращения, – выполняет апеллятивную функцию и акцентирует внимание на его готовности принять вызов.

Особенностью поэтонимов в балладе Шиллера является их способность передавать культурные и социальные коды эпохи. Например, имя *König Franz* ассоциируется с исторической личностью эпохи Средневековья и подчеркивает авторитет власти, а имя *Delorges* – с рыцарскими идеалами чести и доблести.

Выводы. Анализ поэтонимов в балладе «Der Handschuh» показал, что они выполняют множественные функции: номинативную, социальную, экспрессивную, апеллятивную. Поэтонимы не только идентифицируют персонажей, но и подчеркивают их характерные черты, создают контраст и таким образом усиливают эмоциональное воздействие.

Поэтонимы в балладе Ф. Шиллера «Der Handschuh» играют важную роль в создании художественной образности и передаче авторского замысла. Они выполняют семантико-стилистические функции, отражая в произведении культурные, социальные и эмоциональные аспекты изображаемого. Анализ поэтонимов позволяет глубже понять художественный замысел автора и культурные коды, заложенные в тексте.

Список литературы

1. *Калинкин, В. М.* Поэтонимы в художественной литературе / В. М. Калинкин. – Киев: Наукова думка, 1999. – 210 с.

2. *Фонякова, О. И.* Имя собственное в художественном тексте / О. И. Фонякова. – Ленинград: Издательство ЛГУ, 1990. – 180 с.

3. *Erben, J.* Einführung in die deutsche Wortbildungslehre / J. Erben. – Berlin: Schmidt, 1983. – 210 S.

4. *Schiller, F.* Der Handschuh / F. Schiller / Gedichte und Balladen. – Leipzig: Reclam, 1857. – S. 112–115.

5. *Wellmann, H.* Deutsche Wortbildung / H. Wellmann. – Tübingen: Narr, 2008. – 320 S.

Кошелева А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Реализация кодов культуры во фразеологических и паремиологических средствах вербализации концепта СТРАХ в английском языке

Исследование посвящено установлению и описанию кодов культуры, реализованных во фразеологических единицах (ФЕ) и паремиологических единицах (ПЕ), вербализующих эмоциональный концепт СТРАХ, таких как *bring one's heart into his mouth* 'перепугать кого-л. до смерти' либо *He that is afraid of wounds must not come near a battle* 'боишься ран, держись подальше от боя; волков бояться – в лес не ходить'. **Актуальность** выбранной темы исследования объясняется необходимостью исследования и классификации ФЕ и ПЕ, составляющих уникальность английского языкового фонда, для углубления понимания связи языковой культуры с национально-культурной спецификой и историей народа.

Целью данного исследования является изучение специфики реализации кодов культуры во фразеологических и паремиологических средствах вербализации концепта СТРАХ в английском языке с учетом особенностей ее соотношения с культурой носителей языка.

Объектом работы являются английские ФЕ и ПЕ, вербализующие концепт СТРАХ. **Предмет** исследования – их содержание с точки зрения кодов культуры.

Теоретической базой исследования послужили научные труды в области фразеологии и паремиологии А. В. Кунина (Кунин, 1996), Н. Н. Амосовой (Амосова, 2009), В. Н. Телии (Телия, 1998), Н. Ф. Алефиренко (Алефиренко, 2009), а также исследования кодов культуры В. В. Красных (Красных, 2002), В. А. Масловой (Маслова, 2008).

Материалом исследования послужили 450 вербализующих концепт СТРАХ фразеологизмов и паремий английского языка, полученных методом сплошной выборки из авторитетных словарей фразеологических, лингвострановедческих, толковых словарей, а также сборников пословиц и поговорок английского языка. В ходе исследования были выделены главные коды культуры, наиболее ярко выраженные в исследуемом материале, были интерпретированы ключевые характерные для них компоненты.

А. В. Кунин дает следующее определение фразеологии и объекту ее изучения: «Фразеология – это наука о фразеологических единицах (фразеологизмах), т.е. об устойчивых сочетаниях слов с осложненной семантикой, не образующихся по порождающим структурно-семантическим моделям переменных сочетаний» (Кунин 1996: 4). Однако некоторые другие исследователи, например, Н. Н. Амосова и В. Н. Телия видят переменные фразеологические сочетания и паремии как огромный пласт фразеологии.

Понимание мировоззрения носителей языка через перспективу ФЕ и ПЕ определяется посредством изучения кодов культуры. Согласно М. В. Пименовой, код культуры – это макросистема характеристик объектов картины мира, объединенных общим категориальным свойством; это

таксономия элементов картины мира, в которой объединены природные и созданные руками человека объекты (биофакты и артефакты), объекты внешнего и внутреннего миров (физические и психические явления) (Пименова 2013: 122).

В. В. Красных предлагает следующую классификацию культурных кодов: соматический (символьные функции различных частей тела), пространственный (членение пространства), временной (связанный с предметами окружающего мира), предметный (ориентирован на предметы окружающего мира, которыми заполнено пространство), биоморфный (связан с населяющими окружающий мир живыми существами,), духовный (нравственные ценности и эталоны) (Красных 2002: 233). Однако нельзя заявить, что классификация кодов культуры лимитирована представленными, поскольку нет четких рамок, их отделяющих и ограничивающих.

В данном исследовании на основе отобранных английских ФЕ были выделены следующие основные коды: антропоцентрический, биоморфный, духовный, а также военный. Рассмотрим подробнее особенности функционирования каждого из предложенных типов.

Антропоцентрический культурный код является наиболее широко представленным и глубоко изученным. Передача характеристик человека, его мотиваций и реакций фразеологическими средствами естественным образом включает ссылки на те или иные части тела, являющиеся в понимании представителей носителя языка вместилищем или символом соответствующего чувства или действия. Наиболее продуктивными для ФЕ и ПЕ, вербализующих концепт СТРАХ, можно назвать компоненты *head* ‘голова’ – как центр мышления, *heart* ‘сердце’ – мужество (только в контексте исследования), *blood* ‘кровь’ – жизненная сила, энергия, *hand* ‘рука’ – беспомощность либо концептуализация источника опасности, а также *nerves* ‘нервы’ – средоточие моральных сил либо мужество. Приведем примеры: *have a bad / no head for smth.* ‘бояться чего-л.’, *one’s heart stood still* ‘струсить, испугаться; сердце упало’, *freeze one’s blood* ‘приводить кого-л. в содрогание’, *raise one’s hand against/to sb* ‘поднять руку на кого-л.’, *bundle of nerves* ‘комок нервов’.

Биоморфный культурный код крайне широко реализуется в ФЕ, вербализующих концепт СТРАХ. Наблюдение за окружающей средой послужило источником многих метафор, центральное место среди которых занимают образы животных. Устоявшиеся представления о них стали основой для метафорического отображения различных личностных характеристик или жизненных ситуаций. Условно можно разделить компоненты на угрожающие, подверженные угрозе, а также «промежуточные». К первой группе относятся: *lion* ‘лев’, *wolf* ‘волк’, *dog* ‘собака’ как в следующих примерах: *beard the lion* ‘лезть в логово зверя’, *have a wolf by the ears* ‘быть в безвыходном положении’, *Beware of a silent dog and still water* ‘Собака, что лает, редко кусает’. Наиболее распространенными компонентами, ассоциируемыми с жертвами, то есть трусостью, можно назвать *hare/rabbit* ‘кролик’, *deer* ‘олень’, *chicken* ‘курица, цыпленок’. Примечательно, что компоненты *hare/rabbit* и *deer* являются

взаимозаменяемыми. Мы можем обнаружить следующие примеры: *run like a hare/rabbit/deer* ‘бежать без оглядки’, *to run around like a headless chicken* ‘бегать как ошалелый’. К «промежуточным» компонентам можно отнести следующие: *dog* ‘собака’, *cat* ‘кошка’, *hog/pig* ‘свинья’: *scaredy-cat* ‘трусишка’, *bell the cat* ‘отважиться, поставить себя под удар’, *to sweat like a pig* ‘потеть как свинья’. Образы растительного мира реализованы в значительно меньшей степени. Компоненты во внутренней форме ФЕ, называющие те или иные части растения, объективируют переосмысленную информацию об их характерных чертах и функциях. Для нас же представляют интерес лишь компоненты *leaf* ‘лист’, так как, как и в русской фразеологии, он ассоциируется с непрочностью, хрупкостью и, как следствие, страхом, а также *thorns* ‘шипы’ – концептуализация угрозы. Они представлены крайне ограниченно: *on thorns* ‘быть как на иголках, настороже’, *quake like an (aspen) leaf* ‘дрожать как осиновый лист’.

Духовный код обширно представлен среди рассматриваемых ФЕ. Согласно В. А. Масловой, в нем можно выделить два аспекта – светский и секулярный (религиозный) (Маслова 2002: 84), то есть связанный с духовностью как интеллектуальной деятельностью и развитостью человека и как нечто, связанное с религиозно-христианским мироощущением. В исследуемом материале представлен лишь второй вариант. Он вербализован посредством следующих компонентов: *God* ‘Бог’, *heaven* ‘рай’, *angel* ‘ангел’, *devil* ‘дьявол’, *hell* ‘ад’. Следует заметить, что компоненты Бог и рай выполняют одну роль, порой являясь взаимозаменяемыми, и могут символизировать как непреодолимую угрозу, так и чудесное спасение. Это можно увидеть в следующих примерах: *God/Heaven help!* ‘Господи, помоги!’, *by heaven!* ‘о Боже!’. В то же время дьявол и ад ассоциируются с идеей чего-либо бурлящего, нарастающего и практически неизбежного, но взаимозаменяемыми их назвать нельзя: *raise the devil* ‘учинить разнос, поднять шум’, *give sb hell* ‘задать жару, устроить нагоняй’.

Военный код представлен в исследуемых единицах в основном через символы, относящиеся к оружию либо ведению боевых действий. Среди таких выражений можно найти образ оружия как символа опасности, продуцируемой извне, угрозы, принуждающей к определенным нежелательным действиям: *at a knifepoint* ‘под страхом смерти’, *at gunpoint* ‘под дулом пистолета’, *be under the gun* ‘быть под дулом пистолета’, *between a sword and a wall* ‘между молотом и наковальней’, *crack the whip* ‘щелкать бичом, угрожать ил использовать авторитет, чтобы получить желаемое’, *fire a shot across sb's / the bows* ‘угрожать решительными действиями, совершать предупредительный выстрел’, *on a knife-edge* ‘на острие ножа, *a powder keg* ‘пороховая бочка’. Однако особняком стоит компонент *bullet* ‘пуля’: *bite the bullet* ‘решиться сделать что-то, стиснуть зубы, не показать страх’, *sweat bullets* ‘обливаться потом, бояться, нервничать’. В первом случае пуля выступает не как источник опасности, а, напротив, источник поддержки, храбрости, во втором – лишь физиологическая метафора, сравнивающая крупные капли пота и пули.

Особое место среди примеров реализации данного кода культуры занимает мотив отступления с поля боя: *beat a retreat* ‘поспешно отступать, спасаться бегством; идти на попятный, отступить’, *retrace one’s steps* ‘идти на попятный’, *refuse combat* ‘избегать боя’, поскольку бегство с поля боя либо дезертирство всегда являлись признаками трусости в различных культурах.

Таким образом, фразеологизмы, выражающие страх, отражают различные аспекты человеческого опыта, включая телесные ощущения, наблюдения за природой, религиозные представления и социальные нормы, связанные с храбростью и трусостью.

Список литературы

1. *Алефиренко*, *Н. Ф.* Фразеология и паремиология: учебное пособие для бакалаврского уровня филологического образования [Текст] / Н. Ф. Алефиренко, Н. Н. Семененко. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 344 с.

2. *Амосова, Н. Н.* Основы английской фразеологии [Текст] / Н. Н. Амосова – СПб.: Изд-во Ленинградского ун-та, 1963 – 209 с.

3. *Красных, В. В.* Этнопсихолингвистика и лингвокультурология [Текст] / В. В. Красных. – М.: Гнозис, 2002. – 284 с.

4. *Кунин, А. В.* Курс фразеологии современного английского языка: Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. [Текст] / А. В. Кунин // М.: Высш. шк., Дубна: Изд. центр "Феникс", 1996 – 381 с.

5. *Маслова, В. А*. Духовный код с позиции лингвокультурологии: единство сакрального и светского [Текст] / В. А. Маслова // Витебский государственный университет. – Метафизика, 2016, № 4. – С. 78–97.

6. *Пименова, М. В.* Коды культуры и типы концептов [Текст] / М. В. Пименова // Язык. Текст. Дискурс. – 2013. – № 11. – С. 121–130.

7. *Teliya, V.* Phraseology as a Language of Culture: Its Role in the Representation of a Cultural Mentality [Text] / V. Teliya, N. Bragina, E. Oparina, I. Sandomirskaya // Phraseology. Theory, Analysis and Application. – Oxford: Oxford University Press, 1998. – P. 55–78.

Кралина Е. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Фразеологические и паремиологические средства вербализации концепта ЛЮБОВЬ в английском языке: особенности семантики

Данная работа посвящена исследованию семантических особенностей фразеологических единиц (ФЕ) и паремий, обозначающих концепт любви в английском языке. Примерами таких ФЕ в английском языке могут быть: *bill and coo* ‘миловаться, ворковать’, *have a soft spot for somebody* ‘питать к кому-либо нежные чувства’. Среди паремий примерами могут служить следующие единицы: *love laughs at locksmiths* ‘любовь на замок не закроешь’, *the heart that once truly loves never forgets* ‘старая любовь не ржавеет’.

Эмотивная функция является неотъемлемой частью любого языка. Способ выражения и описания чувств людьми определяется лексическими

средствами, которые используются в их родном языке. Кроме того, ученые утверждают, что выражение концепта любви разнится от языка к языку.

Актуальность работы обусловлена вектором современных лингвистических исследований, изучение категории эмотивности – одна из актуальных задач лингвистики. Описание семантических особенностей ФЕ и паремий английского языка позволяет осознать принципы вербализации эмоциональных концептов, способствует расширению границ научного знания о языковой картине мира англоязычного сообщества.

В наше время концепт любви как базовой человеческой ценности приобретает особую значимость. Любовь наполняет идеалами и одухотворяет романтические, супружеские, дружеские и семейные отношения. Благодаря любви формируются другие фундаментальные моральные ценности, такие как великодушие, забота о близких, стремление к справедливости.

Объектом исследования служат фразеологизмы и паремии английского языка, вербализующие концепт любви.

Предметом исследования являются семантические особенности фразеологических и паремиологических единиц, выражающих концепт любви.

Цель исследования заключается в выявлении и описании особенностей семантики фразеологических и паремиологических средств выражения чувства любви в современном английском языке.

Теоретико-методологическая основа исследования. Выражение и проявление эмоций – продуктивная тема для исследований психологов, например, К. Изарда; Е. П. Ильина. Отражение чувств людей в языке служит источником для работ многих лингвистов, например, Л. Г. Бабенко, С. Г. Воркачёва, В. И. Шаховского, А. Вежбицкой, Е. Ю. Мягковой.

Материалом исследования послужили 466 единиц в английском языке (270 ФЕ и 196 паремий), репрезентирующих концепт любви, отобранных методом сплошной выборки из фразеологических английских и англо-русских словарей.

Фразеологизмы – семантически связанные сочетания слов и предложений, которые воспроизводятся в речи в фиксированном соотношении семантической структуры и определенного лексико-грамматического состава (Телия 1989: 559).

Паремии – общее название поговорок, пословиц, побасенок (Пермяков 1988: 25).

В данной работе были рассмотрены фразеологизмы и паремии согласно делению на различные семантические классы: романтическая любовь; брак, замужество; дружба, дружеская любовь; любовь к семье; симпатия, уважение; любовь к дому, Родине. Рассмотрим их более подробно.

1. Романтическая любовь (51%). Существует множество ФЕ, выражающих чувство любви и влюбленности: *lose your heart to someone* ‘влюбиться, отдать свое сердце’, *have got it bad* ‘влюбиться по уши, втюриться’. Настоящая и сильная любовь длится вечно, любящие друг друга люди все преодолеют: *love without end has no end* ‘любовь – кольцо, а у кольца

нет конца’. Народная мудрость гласит, что никто не может остаться одиноким навсегда: *every Jack has his Jill* ‘у каждого голубка своя орлица’.

2. Брак, замужество (26,6%). Были выделены следующие фразеологизмы для обозначения помолвки, свадьбы: *pop the question* ‘предложить руку и сердце’, *tie the knot* ‘жениться, выйти замуж’. Брак – это предназначение свыше, и никто не способен противостоять этому: *marriage comes by destiny* ‘суженого и на коне не объедешь’. Любящие супруги положительно влияют друг на друга: *a good wife makes a good husband* ‘за хорошей женой и муж пригож’.

3. Дружба, дружеская любовь (15,6%). В ходе работы были найдены ФЕ для описания друзей и приятелей: *fast friends* ‘надежные друзья’, *bosom buddy (pal)* ‘закадычный друг’, *joined at the hip* ‘не разлей вода’. Друга необходимо беречь: *a friend is easier lost than found* ‘легче друга потерять, чем найти’. Для друзей ничего не жалко: *friends tie their purse with a cobweb thread* ‘для милого дружка и серёжка из ушка’.

4. Любовь к семье (3,4%). Согласно английским паремиям и фразеологизмам, семья играет существенную роль в жизни любого человека. Особо выделяется материнская любовь, которая определяется как крепкая, абсолютная и безоговорочная: *a mother’s love is best of all* ‘любовь матери самая сильная’, *a mother’s love never ages* ‘любовь матери никогда не ослабевает’.

5. Симпатия, уважение (1,7%). В ходе исследования были выделены фразеологизмы, характеризующие менее ярко выраженные эмоции, чем дружеское отношение или романтическая любовь, например, симпатия, уважение: *think the world of somebody* ‘быть высокого мнения о ком-то’, *the darling of all hearts* ‘всеобщий любимец’.

6. Любовь к дому, Родине (1,7%). В процессе анализа были выявлены выражения о любви к дому, о домашнем очаге, Родине: *a house plus love, only then it is a home* ‘дом и любовь дают в итоге домашний очаг’, *home is where the heart is* ‘дом там, где сердце’, *home is home though it be never so homely* ‘своя земля и в горсти мила’.

Таким образом, проведенный анализ позволил выявить основные семантические классы английских фразеологизмов и паремий, которые выражают различные виды и оттенки любви.

Список литературы

1. *Пермяков, Г. Л.* Основы структурной паремиологии / Г. Л. Пермяков. – М.: Наука, 1988. – 236 с.

2. *Телия, В. Н.* Фразеологизм / Языкознание: Большой энциклопедический словарь / Гл. ред. В. Н. Ярцева. – 2-е изд. – М: Большая российская энциклопедия, 1998. – 685 с.

Кузьмина О. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Явление поликодовости в англоязычных рекламных медиатекстах

В условиях активного развития цифровых технологий и медиапространства, изучение поликодовости становится особенно актуальным. Рекламный дискурс, являясь одной из наиболее динамичных и разнообразных форм коммуникации, активно использует поликодовые средства для повышения эффективности воздействия на аудиторию. В связи с этим возникает необходимость в изучении и классификации поликодовых коммуникативных средств, а также их реализация в процессе создания рекламных сообщений. Данная работа посвящена исследованию явления поликодовости в рекламных медиатекстах англоязычного медиадискурса. Анализируются механизмы взаимодействия вербальных и невербальных кодов, направленных на формирование многоуровневых сообщений и повышения эффективности рекламного воздействия.

Объектом исследования являются поликодовые англоязычные рекламные медиатексты еженедельника «The Economist». Предметом – средства реализации поликодовости в англоязычных рекламных медиатекстах. Материалом исследования послужили 200 поликодовых рекламных медиатекстов, отбор которых осуществлялся методом репрезентативной выборки в выпусках британского журнала «The Economist» в период за 2023-2024 гг.

В основе исследования лежат работы по семиотике и медиалингвистике, которые изучают способы влияния на аудиторию и механизмы передачи информации через разные знаковые системы. Ключевыми являются работы зарубежных (Т.А. ван Дейк, Г. Кресс, С. МакКей и др.) и отечественных (Е. Е. Анисимова, Т. Г. Добросклонская, А. Г. Сонин, В. Е. Чернявская и др.) авторов.

С точки зрения лингвистики и семиотики, поликодовость представляет собой сложное взаимодействие вербальных и невербальных компонентов, интегрированных в текст. В процессе создания подобных сообщений применяются элементы различных знаковых систем, таких как язык, визуальные образы, аудиальные сигналы, символы и другие элементы разных семиотических систем. В англоязычной медиалингвистике это также называется мультимодальностью (Кресс, 2010).

Практическая часть работы заключается в анализе конкретных примеров рекламных медиатекстов. В процессе исследования проводится анализ вербальных (текст, слоган, стилистические приемы) и невербальных (изображение, цветовая палитра, шрифт) компонентов, которые формируют интегрированную поликодовую систему, способную эффективно передавать сообщение реципиенту. В англоязычных рекламных медиатекстах поликодовость достигается путем симбиоза вербальных и невербальных элементов для повышения эффективности передачи информации и привлечения внимания целевой аудитории. Такой метод основывается на том,

что сочетание различных семиотических кодов (вербальных и невербальных) усиливает коммуникативное воздействие.

В качестве примера рассмотрим поликодовый рекламный медиатекст (далее ПРМ) из еженедельника «The Economist» от 02.11.24 *«Decision Desk HQ. The Leading Provider of Real-Time Election Results, Race calls, and Data»*

Данный ПРМ является рекламой сервиса по отслеживанию результатов выборов и предвыборных гонок. Дизайн баннера составляют такие невербальные компоненты как фон, цвет и графическое изображение. Фон – белый и является основой для других элементов дизайна. Снизу вверх расположены три главных слогана рекламной кампании *«60,000 ELECTIONS», «1ST TO CALL PRESIDENT, HOUSE & SENATE»* и *«UNDERSTANDING ELECTION For Media, Investors, and Financial Institutions»,* которые выполнены в цветах государственного флага США: белый, красный, синий и нейтральный чёрный. Обратимся к семантике цвета, которую предлагает Л. С. Станишевская. Красный является синонимом слову «внимание», он акцентирует внимание на ключевых данных, стимулируя восприятие как значимой и срочной информации. Синий цвет добавляет доверие и стабильность, уравновешивая эмоциональность красного, а также помогает сконцентрироваться на основной информации. Чёрный и белый цвета – контрастные, поэтому в данном случае используются для упрощения восприятия (Станишевская, 2017). На заднем плане присутствует карта США с точечной структурой, что подразумевает, что компания является лидером в аналитике и опирается на обширные данные, охватывающие всю страну. Данная структура также ассоциируется с цифровыми технологиями и инновациями, которые подчёркивают использование современных методов для обработки данных. В нижнем колонтитуле предствлена URL ссылка, которая направляет на сайт сервиса.

Вербальная составляющая данного ПРМ представлена в трёх главных слоганах, расположенных по середине постера. Для фраз с числительными *«60,000 ELECTIONS»* и *«1ST TO CALL»* используется жирный шрифт, поскольку их использование ассоциируется с достоверностью и точностью. Краткость и лаконичность текстовых элеметов обусловливается использованием принципа составления заголовков, где допускается пропуск артиклей, модальных глаголов, частиц и прочего. Например отсутствие артикля «*the*» во фразе «*1ST TO CALL PRESIDENT, HOUSE & SENATE».* Предположим, что краткость формулировок обусловлена целевой аудиторией данной компании (политики, инвесторы, финансовые учреждения и др.), а также тем, что лаконичные утверждения звучат как факт и не оставляют места для сомнений.

Под логотипом сервиса присутствует характеристика компании, которая также представляет собой и слоган: «*The Leading Provider of Real-Time Election Results, Race calls, and Data».* Мы наблюдаем здесь позитивно-оценочную лексику, которая внушает доверие и в то же время описывает функционал ресурса.

Таким образом, на конкретном примере мы рассмотрели средства реализации поликодовости в рамках рекламного медиадискурса. Для формирования многослойного сообщения использовались невербальные средства, к которым относятся: цвет (фон, цветовая гамма флага США), рисунок (графическое изображение карты США) и парафемные средства (жирный шрифт, большой кегль).

Вербальные компоненты в ПРМ составили: числительные (*60,000 ELECTIONS, 1ST TO CALL*), слоган (*The Leading Provider of Real-Time Election Results, Race calls, and Data*), гиперболизация (*60,000 ELECTIONS*), лексические единицы, обозначающие политические термины (*elections, race calls, president, house, senate*), а также лексика подчёркивающая надёжность и актуальность данных (*Leading Provider, Real-time results, Understanding elections*).

Следовательно, мы убедились, что взаимодействие иконических и вербальных элементов формирует сложную многоуровневую структуру, которой и является поликодовый медиатекст.

Подводя итог, следует отметить, что поликодовые тексты имеют высокую значимость в современном медиадискурсе, в частности из-за их способности передавать скрытый смысл и при этом оставаться лаконичными и целостными. Взаимодействия вербальных и невербальных знаковых систем способствует усилению эмоционального и когнитивного воздействия на аудиторию, делая рекламные материалы более убедительными и информативными. Таким образом, поликодовость становится не просто стилистическим приемом, а стратегическим инструментом, позволяющим брендам, медиа и маркетинговым специалистам оптимизировать коммуникацию, добиваться большей вовлеченности аудитории и обеспечивать успешное продвижение продуктов и услуг.

Список литературы

1. *Анисимова, Е. Е*. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) [Текст]: учеб. пособие для студентов фак. иностр. языков вузов / Е. Е. Анисимова. - М.: ТЕЗАРУС, 2013.

2. *Станишевская, Л. С.*, *Левковская Е. С.* Визуальные коммуникации в дизайне: учебно-методическое пособие / Л. С. Станишевская, Е. С. Левковская – Благовещенск: Изд-во АмГУ, 2017 [Электронный ресурс]. – URL: https://irbis.amursu.ru/DigitalLibrary/AmurSU_Edition/7693.pdf (дата обращения 19.02.2025)

3. *Kress, G.* Multimodality: Exploring Contemporary Methods of Communication. London:Routledge, – 2010 [Электронный ресурс]. – URL: https://www.researchgate.net/publication/257198765_Multimodality_A_Social_Semiotic_Approach_to_Contemporary_Communication_Gunther_Kress_Routledge_London_2010_212_pp_45_bw_illustrations_15_colour_plates_ISBN_13_978-0-415-32061-0_pbk (дата обращения 18.02.2025)

Кулакова С. Д.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Языковые средства реализации коммуникативной тактики одобрения в англоязычном художественном дискурсе XX века

Настоящее исследование посвящено анализу языковых средств выражения коммуникативной тактики одобрения в англоязычном художественном дискурсе XX века.

Актуальность работы обусловлена необходимостью рассмотрения оценочных коммуникативных тактик в реконструкции индивидуальных элементов ценностной сферы в текстах англоязычной литературы, а также в контексте коммуникативной деятельности говорящих. Изучение реализации тактики положительной оценки в художественном дискурсе позволяет лучше понять особенности англо-американской речевой культуры и оценочной картины мира XX века.

Объектом исследования является коммуникативная тактика одобрения в англоязычном художественном дискурсе XX века.

Предметом исследования выступают языковые средства выражения коммуникативной тактики одобрения.

Цель работы – установить и описать особенности функционирования коммуникативной тактики одобрения в англоязычном художественном дискурсе XX века.

Материалом исследования послужили 98 контекстов, содержащих, выражение одобрения, которые были отобраны из следующих художественных произведений: W.S. Maugham “The Theatre”, E. M. Forster “A Room with a View”, J. Steinbeck “Tortilla Flat”, F. Scott Fitzgerald “The Great Gatsby”.

Ключевыми понятиями работы являются следующие термины:

Художественный дискурс – материальная фиксация процесса художественной коммуникации и целенаправленное социальное действие, представляющее собой взаимодействие автора и адресата в рамках языковых, социальных и культурных норм (Плеханова 2002: 75).

Коммуникативная тактика рассматривается как «совокупность конкретных практических действий в реальном процессе речевого взаимодействия» (Клюев 2002: 19).

В данном исследования одобрение понимается как универсальная категория проявления положительного ценностного отношения к чему-либо (Куклина 2005: 6).

В ходе работы было установлено, что коммуникативная тактика одобрения реализуется на лексическом, морфологическом и синтаксическом уровнях.

Анализ материала выборки показал, что наиболее продуктивным является лексический уровень (73 контекстов, 75%).

На лексическом уровне одно из наиболее частотных средств реализации одобрения в англоязычном художественном дискурсе XX века является

использование положительно-оценочных имен прилагательных (41 контекст, 42%): *“He'll be a nice friend for Roger” ‘Он будет хорошим товарищем Роджеру’* (Maugham 2015: 140); *“My dear Lucy, it would be splendid” ‘О, дорогая Люси! Это было бы прекрасно’* (Forster 2022: 151); *“That’s swell” ‘Здорово’* (Steinbeck 2022: 45);

Следующим по продуктивности способом реализации одобрения является употребление наречий-интенсификаторов (20 контекстов, 20%), усиливающих эмоциональную выразительность: *I'm so glad you like it” ‘Я так рада, что она Вам понравилась’* (Maugham 2015: 6)*; “I think the home influence will be very good for her” ‘Я считаю, что атмосфера семейного дома должна оказать на неё благотворное влияние’* (Fitzgerald 2008: 22); *“It's awfully kind of you” ‘Это ужасно мило с твоей стороны’* (Maugham 2015: 142) и *“They are quite the right people”’Они – именно то, что Вам нужно’* (Forster 2022: 151).

Дополнительно для выражения положительной эмотивной оценки используются глаголы состояния (12 контекстов, 12%): *“I enjoyed breakfast, Gatsby” ‘Спасибо за отличный завтрак’* (Fitzgerald 2008: 165); *“That's why I like you.” ‘Вот почему Вы мне нравитесь’* (Fitzgerald 2008: 64).

Следующим по продуктивности реализации одобрения является синтаксический уровень (18 контекстов, 18%).

Функциональными синтаксическими средствами в англоязычном художественном дискурсе служат восклицательные предложения (13 контекстов, 13%). Конструкции ‘*What + adj’* и *‘How + adj’* отмечают спонтанность ситуации: *“What a helpful answer!” ‘Какой достойный ответ!’* (Forster 2022: 123); “*What a pleasant surprise!” ‘Какой приятный сюрприз!’* (Forster 2022: 74); “*Oh my dear! How marvelous! ‘О, Боже мой, как замечательно!’* (Maugham 2015: 194); *How delightful it is! ‘Как это всё восхитительно!’* (Forster 2022: 151).

Кроме того, в англоязычном художественном дискурсе найдены примеры использования разделительных и отрицательных вопросительных предложений (5 контекстов, 5%), которые побуждают адресата согласиться с мнением говорящего: *“’Isn't it ravishing?’ she cried” ‘Восхитительно! – вскричала она’* (Maugham 2015: 274); *“It’s romantic, isn’t it, Tom?” ‘Ну разве не романтично, Том, скажи?’* (Fitzgerald 2008: 19); *“It's pretty, isn't it, old sport?” ‘Хороша, а?’* (Fitzgerald 2008: 69).

В результате анализа эмпирического материала установлено, что морфологический уровень наименее продуктивен в реализации коммуникативной тактики одобрения (7 контекстов, 7%).

Среди морфологических средств выражения положительной оценки в англоязычном дискурсе встречаются примеры использования сравнительной степени прилагательных (7 контекстов, 7%), которая позволяет адресанту положительно-оценочного высказывания акцентировать внимание на его более высокой степени, либо относительно других объектов, либо в сравнении с прежним состоянием самого объекта: “*The play's never gone better in all its run” ‘Да я в жизни не играла лучше!’* (Maugham 2015: 92); *“It is better here, where we can see it, and each other” ‘Лучше здесь, где мы можем видеть его и*

друг друга' (Steinbeck 2022: 27); *"'Having a gay time now?' she inquired. 'Much better'" 'Ну как, перестали хандрить? – Почти перустал, спасибо'* (Fitzgerald 2008: 52).

Таким образом, одобрение – это форма позитивной оценки действий коммуниканта или третьего лица, подтверждающую их правомерность и выражающую согласие с ними. Коммуникативная тактика одобрения находит свое выражение с помощью языковых средств лексического, синтаксического и морфологического уровня. Англоязычный художественный дискурс XX века тяготеет к лексическим средствам реализации одобрения, среди которых наиболее продуктивными являются положительно-оценочные прилагательные. Синтаксические и морфологические средства выполняют вспомогательную функцию, способствуя повышению экспрессивности оценки.

Список литературы

1. *Клюев, Е.В.* Речевая коммуникация / Е. В. Клюев. – Москва: Рипол классик, 2002. – 315 с.

2. *Куклина, Т.В.* Психо- и прагмалингвистический аспекты речевого поведения авторов (на материале текстов рецензий и политических выступлений): автореф. дис. … канд. филол. наук. Ростов н/Д., 2005 – 20 с.

3. *Плеханова, Т. Ф.* Текст как диалог: монография / Т. Ф. Плеханова. М.: МГЛУ, 2003. – 251 с.

Кулиева А. Э. гызы
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структурно-семантические особенности заголовков англоязычных статей спортивной прессы

Данная работа посвящена исследованию структурно-семантических особенностей заголовков статей англоязычной спортивной прессы, на материале газет «The Guardian» и «The Sun».

Актуальность темы обусловлена ролью спортивной прессы в формировании общественного мнения и значением заголовков для привлечения внимания читателей. Основная цель исследования заключается в анализе заголовков как ключевого элемента медиатекста, способствующего повышению интереса к содержанию статей.

Цель исследования: установить и описать структурно-семантические особенности заголовков англоязычных статей спортивной прессы.

Объект исследования: заголовки статей англоязычной спортивной прессы.

Предмет исследования: структурно-семантические особенности заголовков статей англоязычной спортивной прессы на материале газет «The Guardian» и «The Sun».

Теоретическую основу исследования составили работы ученых: А.Белла, В. И. Конькова, Н.А.Кузьминой, Э.А. Лазаревой и другие.

Материалом исследования послужили 200 заголовков статей англоязычной спортивной прессы, отобранных из британских изданий «The Guardian» и «The Sun».

Медиатекст – это динамическая сложная единица высшего порядка, посредством которой осуществляется речевое общение в сфере массовых коммуникаций, а также называет три сферы функционирования медиатекстов – журналистика, PR и реклама (Кузьмина 2013:34).

Публицистика – это тип произведений, в которых оперативно исследуются и обобщаются актуальные факты и явления текущей жизни с целью воздействия на общественное мнение и сознание (Русова, 2004).

Газетный заголовок – это коммуникативное сообщение, прагматической установкой которого является адекватная передача замысла автора статьи с целью побуждения читателей к прочтению его материала (Рудницкая 1981: 157-179).

Заголовок занимает ключевое место в структуре журналистского текста. Правильно сформулированный заголовок влияет на читателя и формирует его восприятие материала. Более привлекательные заглавия побуждают читателя обратить внимание на ту или иную статью, выделяя её среди других. Кроме того, «исследования психологов показывают, что около восьмидесяти процентов читателей уделяют внимание только заголовкам».

Э.А. Лазарева выделяет такие типы заглавия: полно информативные, неполно информативные и пунктирные (Лазарева,1989: 96).

В полно информативных заглавиях содержится сигнал о каком–либо элементе смысловой схемы текста, его основная мысль или любой тезис, развивающий основную мысль. Они бывают номинативными и предикативными.

Номинативные заголовки называют тему всего текста. Такие заглавия выполняют роль знака аналогично именам собственным, которые служат названиями географических объектов, заводов, пароходов, живых существ. Например “*Golden goal: Johnny Metgod for Nottingham Forest v West Ham*”.

Предикативные заголовки представляют собой развернутый тезис, содержащий предмет речи и его предикат. Такие заглавия наиболее информативны, дают самый полный прогноз о тексте: “*Sport is never just sport’: Olympics exhibition in Paris reflects 20th century’s highs and lows*”.

Второй тип заголовков – неполно информативные, пунктирные. Они отражают не весь тезис, состоящий из предмета речи и предиката, а только одну его часть – логическую тему и предикат. Информативность пунктирных заголовков ниже, чем полно информативных, но зато они дают больше возможностей для привлечения читательского внимания: “*No Isco, no disco*”, “*Played 14, won 14*”.

За основу семантического анализа в данном исследовании взята классификация заголовков, предложенная В.Н. Табанаковой (Табанакова, 2016: 85-93). С точки зрения семантики исследователь делит все заголовки на два типа: Описательные, включающие в себя только номинации (указание на объект исследования), (*Scores on the doors Liverpool thrash west ham, city finally*

win, spurs settle for draw), в то время как предикативные заглавия выражают авторское отношение к проблеме. Номинативный характер заглавий проявляется в использовании терминов. Предикативные заглавия делятся на несколько видов: 1) прямое формулирование проблемы (*FINE HAAL Inside Man City star Erling Haaland's car collection, from a £350k Aston Martin to a Porsche 911 GT3 worth £160k*); 2) использование синонимичных маркеров (задача, аспект и др.)(High-risk playing out from the back is at a tactical crossroads, but where to next?); 3) формулировка проблемы в виде вопроса (*Does Pep Guardiola have drive to rebuild broken Manchester City?*); 4) сопоставление или противопоставление (с союзами «and», «or», «as»)(*GUNNER BE MAD 'Could be craziest week' say fans as Arsenal and Liverpool set for 3 games in 11 days including potential title decider*); 5) номинативная фраза, развертывающаяся в тезис (*ROLLED THE DICE' Israel Adesanya makes retirement decision after brutal UFC Saudi Arabia KO loss to Nassourdine Imavov*); 6) комбинирование различных способов формулировки проблемы (*OUR FAULT 'People are losing their jobs… it's on us' – Amorim says Man Utd flops are to blame for owner Ratcliffe's redundancies*).

Разнообразие типов заголовков, таких как полно информативные и неполно информативные, позволяет авторам адаптировать свои сообщения в зависимости от цели и аудитории. Полно информативные заголовки обеспечивают глубокое понимание содержания, тогда как неполно информативные могут быть более креативными и интригующими. Кроме того, заголовки способны влиять на общественное мнение, что делает их мощным инструментом в руках журналистов и маркетологов. Использование различных стратегий, таких как вопросы и синонимичные маркеры, помогает создавать заголовки, которые эффективно привлекают внимание и побуждают читателей к дальнейшему прочтению. В итоге, исследование заголовков открывает новые перспективы для дальнейших исследований в области медиапсихологии и их влияния на восприятие информации, особенно в условиях цифровой эпохи.

Список литературы

1. *Кузьмина, Н. А.* Современный медиатекст / Н. А. Кузьмина. – М.: Флинта: Наука, 2013. – С. 34

2. *Лазарева Э. А.* Заголовок в газете / Э.А. Лазарева. – Свердловск, 1989. – 96 с.

3. *Рудницкая*, *И. А.* Прагматическая направленность газетного заголовка / И. А. Рудницкая // Вопросы лексикологии и стилистики французского языка. Сб. научн. трудов МГПИИЯ им. М. Тореза. – М.,1981. – Вып. 177. – С. 157-179

4. *Русова, Н. Ю.* Терминологический словарь – тезаурус по литературоведению. От аллегории до ямба / Н. Ю. Русова. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 301 с.

5. *Табанакова, В. Д.* Предикативный потенциал заголовка научного текста / В. Д. Табанакова // Стереотипность и творчество в тексте: межвуз. сб.

науч. тр. – Пермь: Пермский государственный национальный исследовательский университет, 2016. – Вып. 20. – С. 85–93.

Лизарева А. Д.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантические особенности женских личных имен с компонентом «природа» в английском языке

Введение. Антропонимика – это наука, которая исследует и классифицирует имена людей, их происхождение, значение и распространение. Она анализирует различные аспекты имён, такие как исторический контекст, социокультурные факторы, лингвистические особенности и т.д. (Короткова, 2012). Имена отражают социокультурные характеристики, присущие их носителям, и могут быть проанализированы с точки зрения их психолингвистического значения. Это значение включает как узуальные, так и дополнительные семантические компоненты, которые формируют общее восприятие имени в сознании носителей языка.

Объектом работы являются женские личные имена с компонентом «природа» в английском языке (далее – ЛИ), например, *Rosalie* (от лат. *rose* ‘роза’).

Цель данного исследования заключается в анализе семантических характеристик английских женских личных имен, содержащих природные компоненты.

Материалом исследования являются 46 женских англоязычных антропонимов, отобранных методом сплошной выборки из словаря английских личных имен А. И. Рыбакина.

Методологическую основу исследования составили труды по лексической семантике (Арутюнова, 1999; Телия, 1986), семантике личных имен (Суперанская, 2023; Чечина, 2021), диминутивности/гипокористике (Ососкова, 2021).

Основная часть. Для установления семантического объема понятия ‘природа’ в английском обратимся к авторитетному лексикографическому источнику (CALD). В словаре английского языка зафиксировано 6 значений понятия «nature»:

1. All the plants, animals and things that exist in the universe that are not made by people; 2. The way that things happen in the physical world when it is not controlled by people; 3. The usual way that a person or an animal behaves that is part of their character; 4. A type or kind of something; 5. The physical world, e.g. trees, plants, animals, mountains, rivers etc., or the power which made them; 6. The qualities born in a person; personality.

В рамках настоящего исследования целесообразным считаем рассматривать под компонентом «природа» объекты и явления окружающего мира, а именно, деревья, растения, животных, горы, реки и т.д., а также природные силы, которые их создали.

В ходе исследования удалось выявить 4 основных семантических компонента, присущих женским личным именам, относящимся к семантическому классу «природа».

Цветение (16 ЛИ, 35%)

Имя *Flora* символизирует не только цветы, но и женственность, ассоциируясь с заботой и жизненной силой, что подчеркивает роль женщины как кормилицы и защитницы.

В отличие от традиционных стереотипов, что женщина должна быть исключительно нежной и покладистой, семантика имен с природными компонентами демонстрирует разнообразие качеств, присущих женщинам. Например, имя *Raven* может ассоциироваться с таинственностью и независимостью, в то время как *Willow* символизирует гибкость и устойчивость, отражая способность женщины адаптироваться к изменениям.

Небесные тела и атмосферные явления (11 ЛИ, 24%)

Женщина может быть отождествлена с природными явлениями, такими как дождь (*Rain*), олицетворяя очищение и обновление, или с луной (*Luna*), символизируя тайну и интуицию. Эти имена подчеркивают, что в женской природе сочетаются как мягкость и забота, так и сила, и независимость, что делает их многогранными и глубокими.

Море (10 ЛИ, 22%)

Имя *Marina* происходит от латинского слова *marinus*, что означает «морской». Оно объективирует узуальные ядерные признаки, такие как «связь с морем» и «природная стихия». Имя *Marina* ассоциируется с красотой и спокойствием морской стихии, что придает ему дополнительные эмоциональные оттенки, такие как «tranquility» и «freedom».

В культуре имя *Marina* часто связывается с образами, связанными с морем, такими как русалки и морские богини, что свидетельствует о наличии периферийных признаков «woman who embodies the sea» и «symbol of beauty and grace associated with water». Одной из известных носительниц этого имени в англоязычной культуре является Марина Абрамович, знаменитая сербская художница, чьи работы часто исследуют темы природы и человеческих эмоций, что подчеркивает связь имени с природными элементами.

Лингвокультурологическая информация о имени *Marina* позволяет зафиксировать дополнительные признаки, такие как «свобода», «красота» и «глубина», что делает это имя не только красивым, но и насыщенным смыслом, отражающим богатство природной стихии.

Анализ английских женских имен с компонентом «природа» показывает, что мотивационная основа их семантики тесно связана с приписываемыми женщинам социальными ролями и природными образами. В англоязычной культурной модели женщина представляется как хранительница природы и гармонии (*Marina*), олицетворяющая красоту и спокойствие морской стихии.

Другое (9 ЛИ, 19%)

Женское имя *Delight* символизирует радость и восхищение, что подчеркивает позитивные эмоции и жизненную энергию. Оно ассоциируется

с счастьем и удовлетворением, что может отражать стремление к гармонии и радости в жизни. В отличие от традиционных представлений о женственности, которые могут акцентировать внимание на покорности и мягкости, семантика данного имени подчеркивает активное стремление к счастью и наслаждению жизнью.

Имя *Delight* может также быть связано с идеей о том, что женщина имеет право на собственные желания и радости, что делает его символом уверенности и самовыражения. В контексте других имен, таких как *Aurora*, которое олицетворяет свет и новое начало, или *Seraphina*, ассоциирующееся с огненной страстью и силой, имя *Delight* добавляет еще один слой к пониманию женственности, подчеркивая важность радости и внутреннего света в жизни женщины.

Список литературы

1. *Арутюнова, Н. Д.* Язык и мир человека / Н. Д. Арутюнова. – М.: Языки русской культуры, 1999. – 896 с.

2. *Ососкова, А. С.* Структурно-семантические особенности синтетических диминутивных наименований лица в английском языке / А. С. Ососкова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2021. – № 2(155). – С. 168-172.

3. *Рыбакин, А. И.* Словарь английских личных имен: 4000 имен / А. И. Рыбакин. – Изд. 3-е, испр. – М.: Астрель; АСТ, 2000. – 224 с.

4. *Суперанская, А. В.* Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – 1-е изд. – Москва: URSS, 2023. – 366 с.

5. *Телия, В. Н.* Коннотативный аспект семантики номинативных единиц / В. Н. Телия. – М.: Наука,1986. – 269 с.

6. *Чечина, И. В.* Женские личные имена в англоязычной ономастической картине мира / И. В. Чечина // Вестник Донецкого национального университета: научный журнал. Серия Д: Филология и психология. – 2021. – № 3. – С. 70–77.

7. Cambridge Advanced Learner’s Dictionary. – URL.: https://dictionary.cambridge.org (дата обращения: 28.02.2025)

Лифанова В. Г.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантические особенности фразеологизмов, описывающих поведение человека в английском языке

Английский язык отличается богатой фразеологической системой, в которой отражены многовековой исторический опыт народа, его традиции, культура и повседневный быт. Фразеологизмы не только передают смысловые оттенки, но и служат важным элементом национального самовыражения, они придают языку яркость черт национального характера и неповторимый колорит, который отличает один язык от другого.

Фразеологический фонд английского языка является сферой научных интересов многих ученых-лингвистов. Проблемам классификации, структуры, семантики и национально-культурной специфики фразеологических единиц (далее ФЕ) посвящены работы таких ученых, как А. В. Кунин, А. И. Смирницкий, А. М. Мелерович, Ю. П. Солодуб и др. Разработкой проблемы фразеологической номинации в когнитивном аспекте занимались В. Н. Телия, В. М. Мокиенко, Н. Ф. Алефиренко, Т. Н. Федуленкова и т.д.

Актуальность исследования обусловлена важностью ФЕ для понимания культурных и когнитивных аспектов языка. Анализ семантики ФЕ, связанных с поведением человека, раскрывает способы осмысления человеческой активности через язык, а также специфические черты фразеологической картины мира носителей языка.

Объектом данного исследования избрана группа английских ФЕ, репрезентующих поведение человека.

Предметом исследования выступают семантические особенности ФЕ английского языка, репрезентующих поведение человека.

Целью исследования является анализ семантических особенностей ФЕ, обозначающих поведение человека в английском языке.

Материалом исследования послужили 365 ФЕ английского языка со значением «поведение человека», выбранные из Большого англо-русского фразеологического словаря под редакцией А. В. Кунина, Longman Dictionary of English Idioms, Cambridge International Dictionary of Idioms.

Вербальные подтверждения того, как человек оценивает себя и окружающий мир, тщательно изучаются лингвистами на протяжении многих лет и являются одним из центральных объектов антропологической лингвистики. В связи с этим и возник термин «картина мира». Особую роль в исследовании языковой картины мира играет фразеология, поскольку именно фразеологизмы «…ассоциируются с культурно-национальными эталонами, стереотипами и тому подобным и в употреблении в речи воспроизводят характерный для той или иной лингвокультурной общности менталитет» (Кунин 1986: 9).

Фразеологизм – это неотъемлемая и, можно сказать, органическая часть как языковой системы, так и культуры в целом. Главной особенностью ФЕ является фразеологическое значение. А. В. Кунин отмечает, что «фразеологическое значение – это инвариант информации, выражаемое семантически осложненными, раздельнооформленными единицами языка, не образующимися по порождающим структурно-семантическим моделям переменных сочетаний слов» (Кунин 1986: 58).

Поведение является важной характеристикой психологии личности и ее социального бытия, не случайно различные аспекты этого феномена стали объектом изучения практически во всех гуманитарных науках. Некоторые исследователи, например Л. И. Гришева, считают, что понятие «поведение» является ядерным в любой концептуальной картине мира (Гришева 1998: 24).

Для обозначения различных форм поведения человека каждый язык располагает разнообразным набором средств, среди которых наиболее яркими

являются ФЕ, поскольку они способны развернуть в динамике различные «сценарии» поведения и представить его как тип социального взаимодействия.

Анализ эмпирического материала позволил выделить четыре фразеосемантические группы: «Эмоциональное поведение», «Моральное и этическое поведение», «Интеллектуальное поведение» и «Социальное поведение».

Первая группа «Эмоциональное поведение» отличается обширностью и чрезвычайным разнообразием входящих в нее ФЕ. Как отмечает С. Г. Воркачёв, эмоции в языке репрезентируют «ментальные состояния, связанные с переживанием радости, страха, гнева и других чувств», что делает их важным объектом анализа в лингвистике (Воркачёв 2003: 23). Данная группа состоит из 167 ФЕ (46%) и включает в себя ФЕ, характеризующие не только внутренние переживания, но и их проявления в социальной среде: *to have the blues* ‘погрустнеть’, *in the seventh heaven* ‘на седьмом небе (от счастья, радости и т.п.)’, *sick as mud* ‘как в воду опущенный’.

Следующая фразеосемантическая группа «Моральное и этическое поведение» объединяет 91 ФЕ (25%). Эти языковые единицы служат не только инструментом для описания индивидуального и общественного поведения, но и способом закрепления норм и ценностей в культурной памяти (Обидина 2008: 123). В английских ФЕ, связанных с моральным поведением, часто используются метафоры, которые делают абстрактные понятия более конкретными и легко воспринимаемыми. К примеру, понятие честности нередко ассоциируется с прозрачностью или прямотой (*to call a spade a spade* ‘называть вещи своими именами’, *to be as good as one’s word* ‘сдерживать слово’), тогда как аморальное поведение изображается через метафоры скрытности и лжи (*to lead someone up the garden path* ‘вводить в заблуждение’, *to pull the wool over someone’s eyes* ‘обмануть кого-либо’).

К третьей фразеосемантической группе «Интеллектуальное поведение» относятся 64 ФЕ (17%), которые характеризуют интеллектуальное поведение человека как многогранный аспект его личности, который включает как когнитивные процессы, так и более сложные формы мышления, анализа, понимания и восприятия окружающего мира (Леонтьева 2008: 13). ФЕ, относящиеся к интеллектуальному поведению, часто включают в себя образы, связанные с абстракциями разума, восприятия и познания: *to put two and two together* ‘смекнуть, понять’, *to have a sharp mind* ‘иметь острый ум’. Данные ФЕ акцентируют внимание на процессе мышления, который требует от человека способности обрабатывать информацию.

Последняя фразеосемантическая группа, характеризующая социальное поведение человека, состоит из 43 ФЕ (12%), включая выражения, которые символизируют как повседневное поведение, так и более сложные аспекты социальной жизни. Социальное поведение человека представляет собой один из важнейших аспектов его жизни, проявляющийся через взаимодействие с другими людьми, соблюдение социальных норм и выполнение ролей в обществе (Орлов 1996: 40). ФЕ данной группы отражают различные элементы социального поведения. Они связаны как с поведением индивида в контексте

общественных взаимодействий, так и с восприятием этого поведения обществом: *to march to the beat of your own drum* ‘идти своим путем, поступать по-своему’, *on the town* ‘ведущий веселый образ жизни’, *a pain in the neck* ‘проблемный человек, обуза’

В данной группе можно выделить единицы, которые описывают различные формы взаимодействия между людьми: *to give smb the willies* ‘действовать на нервы кому-л.’, *to hit it off* ‘сойтись, найти общий язык’.

Таким образом, результаты исследования демонстрируют, что фразеологизмы не только передают эмоциональные, интеллектуальные и социальные черты поведения, но и служат средством фиксации и трансляции культурных, этических и социальных ценностей, закрепляя их в языковом сознании носителей английского языка.

Список литературы

1. *Воркачев, С. Г.* Сопоставительная этносемантика телеономных концептов «любовь» и «счастье» (русско-английские параллели): монография / С. Г. Воркачев. – Волгоград: Перемена, 2003. – 164 с.

2. *Гришева, Л. И.* Номинативно-коммуникативная функция предложений с глаголами поведения / Л. И. Гришева. – Воронеж: Изд-во ВГУ, 1998. – 272 с.

3. *Кунин, А. В.* Курс фразеологии современного английского языка: учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / А. В. Кунин. – Москва: Высшая школа, 1986. – 336 с.

4. *Леонтьева, Т. В.* Интеллект человека в зеркале русского языка: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Т. В. Леонтьева. – Екатеринбург: Ур. гос. ун-т им. А. М. Горького, 2003. – 24 с.

5. *Обидина, Н. В.* Фразеологизмы, содержащие характеристики поведения человека, в современном русском и английском языках: дис. ... канд. филол. наук / Н. В. Обидина. – Москва, 2008. – 230 с.

6. *Орлов, Ю. М.* Структура и закономерности поведения: Лекции по курсу «Психология» / Ю. М. Орлов. – Москва: Имприпт – Гольфетрим, 1996. – 49 с.

Лубинец К. Д.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантика фразеологических единиц, выражающих эмоции (на материале произведений В. В. Набокова)

Фразеология, как одна из важнейших областей лингвистики, привлекает всё больше внимания ученых в современном мире. Согласно А. В. Кунину, фразеологические единицы (далее – ФЕ) – «устойчивые сочетания слов с целостным и переносно-образным значением, непосредственно не вытекающим из суммы значений его лексических компонентов» (Кунин, 1996).

Учитывая трудности в области психологической теории эмоций, лингвистам важно провести анализ языковых механизмов, отражающих

эмоции человека. Такой лингвистический анализ становится необходимым, поскольку «чувства приобретают значение для лингвиста, когда они выражены языковыми средствами» (Бабенко, 1989).

Набоков Владимир Владимирович вёл мультиязычную литературную деятельность, охватывающую как русский, так и английский языки. Он перевёл на английский восемь своих русских романов, большинство своих рассказов и множество стихотворений, а на русский перевёл свой английский роман «Лолита» и автобиографию (Бугаева, 2009).

Актуальность изучения фразеологической репрезентации эмоций в художественных текстах, особенно на примере произведений Владимира Набокова, остается неоспоримой в контексте современных литературных и лингвистических исследований. Произведения В. В. Набокова, в свою очередь, являются богатым материалом для исследования, благодаря их многослойности, глубокой психологической проработке персонажей и оригинальному стилю автора.

Объектом исследования являются ФЕ английского языка, выражающие эмоции в произведениях «Лолита», «Истинная жизнь Себастьяна Найта» и «Пнин» В. В. Набокова.

Предмет исследования – особенности семантики фразеологизмов, описывающих эмоции в произведениях В. В. Набокова.

Цель работы состоит в выявлении и описании семантических особенностей фразеологических единиц, обозначающих эмоции, в современном английском языке, на примере произведений В. В. Набокова.

Материалом исследования послужили 450 фразеологизмов, обнаруженные в произведениях В. В. Набокова «Лолита» (1955), «Истинная жизнь Себастьяна Найта» (1941), а также «Пнин» (1957).

Анализ семантики материала, состоящего из 450 ФЕ в произведениях В. В. Набокова, позволяет утверждать, что ФЕ выражают разнообразные эмоции. Таким образом, были выделены следующие семантические группы: радость; потрясение, изумление; задумчивость; гнев; тоска, печаль; любовь, страсть. Первая семантическая группа «Радость» является наибольшей по количеству ФЕ – 91 единица (20,5%). Радость может передаваться у Набокова словами *joy, delight, smile* и их производными: *to heave a sigh of delicious relief* ‘со вздохом сладкого облегчения’, *the spine-thrill of delight* ‘щекотка восторга’, *false rudiments of joy* ‘ложные зачатки радости’. Подразумевая радость, Набоков связывает эмоцию со словами, означающими свет, тепло: *a pocket of warmth in the darkest past* ‘теплый тупик в темнейшем прошлом’, *light of smb life* ‘свет чьей-л. жизни’.

Следующая семантическая группа представляет собой эмоции потрясения, изумления – 78 ФЕ (17,3%). Так, Набоков описывает данную эмоцию через слова *insane, insanity*: *a forerunner of insanity* ‘предзнаменование умопомешательства’, *drive smb insane* ‘сводить с ума’. Также, эмоция изумления передаётся с помощью такого стилистического приёма, как аллитерация (повторение отдельных одинаковых или сходных согласных): *with wails of wonder* ‘подвывая от недоумения’, *impassioned confession* ‘страстная

исповедь’. В первом примере повторяется звук [w], во втором – [ʃ]. Такой приём используется для подчёркивания ритма ФЕ, её благозвучия и выделения в тексте.

Третья семантическая группа «Задумчивость» представляет собой ФЕ (76 единиц, 16,8%), описывающие поиски ответов на волнующие героев вопросы, состояние, направленное на глубокое переживание, решение внутренних конфликтов: *gropings and blunders* ‘слепые искания и заблуждения’, *I wandered through various public rooms, glory below, gloom above* ‘Я бродил по различным залам, озаренный снутри, сумрачный снаружи’. Автор использует олицетворение, описывая растения, а именно мимозу, которая способна переживать эмоцию задумчивости: *a nervous and slender-leaved mimosa* ‘нервные, тонколистые мимозы’.

Эмоцию гнева можно описать как сильное чувство раздражения, негодования или ярости, которое возникает в ответ на какое-либо неприятное или негативное событие, действие или обстоятельство. В зависимости от произведения, Набоков использует гнев и горечь как инструменты для разных целей. В некоторых случаях они подчеркивают абсурдность человеческих переживаний (как в «Пнине»), в других – служат метафорой глубокой внутренней борьбы, отражающей неразрешимость жизненных конфликтов (как в «Истинной жизни...»). В «Лолите» же горечь становится катализатором трагедии. Данная семантическая группа включает 75 ФЕ (16,6%).

Именно словами *tear, pain* в ФЕ В. В. Набоков показывает эмоции, описываемые в следующей семантической группе «Тоска, печаль» (73 единицы, 16,2%): *to shed torrents of tears* ‘проливать потоки слез’, *a dull pain* ‘тупая боль’. Более того, обнаружены ФЕ с такими лексемами как *heart* и *soul*, которые можно заметить в следующей семантической группе «Любовь, страсть»: *to throw open poor bruised heart* ‘широко раскрывать несчастное раненое сердце’, *the vacuum of my soul* ‘пустота в моей душе’.

Последняя группа «Любовь, страсть» является самой немногочисленной по количеству ФЕ. Она состоит из 57 ФЕ, что составляет 12,6% от общего количества. Среди трёх произведений наибольшее количество ФЕ (46 единиц) в данной семантической группе было выявлено именно в «Лолите», что свидетельствует о центральной роли этой тематики в развитии сюжета. В основном, эти ФЕ связаны со словом *heart* (9 единиц): *a blue sea-wave swelled under my heart* ‘голубая морская волна вздулась у меня под сердцем’, *My heart beat like a drum* ‘Сердце у меня забилось барабанным боем’. Однако, автор использует и другие смежные слова, такие как *soul, blood, veins, breastbone, nerve,* то есть слова, описывающие тело человека, его органы*: I felt the blood rush to my head* ‘почувствовал прилив крови к голове’*, conflagration that had been raging all night in my veins* ‘пожар, пылавший у меня всю ночь в жилах’.

Таким образом, исследование роли языка в выражении эмоций открывает новые горизонты для лингвистики, позволяя глубже понять связь между языком, культурой и эмоциональным опытом человека.

Список литературы

1. *Бабенко, Л. Г.* Лексические средства обозначения эмоций в русском языке / Л. Г. Бабенко. – Свердловск: Издательство Уральского университета, 1989. – 184 с.

2. *Бугаева, А. А.* Индивидуально-авторские преобразования эмотивных фразеологических единиц как черта идиостиля В. Набокова / А. А. Бугаева // Культурная жизнь Юга России. – 2009. – № 1(30). – С. 106–107.

3. *Кунин, А. В.* Курс фразеологии современного английского языка: Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. / А. В. Кунин. – М.: Высш. шк., Дубна: Изд. центр «Феникс», 1996. – 381 с.

Любивая Е. С., Бессонова О. Л.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвокультурологические особенности реалий в романе Р. П. Уоррена «All the King's Men»

Реалии являются важным культуроносным пластом лексического состава языка. Они создают национальный и исторический колорит и становятся ключом к пониманию культурной и социальной жизни народа. Реалии – это «названия присущих только определённым нациям и народам предметов материальной культуры, фактов истории, государственных институтов, имён национальных и фольклорных героев, мифологических существ и т. д.» (Томахин 1988: 5).

Национальная маркированность является главной характерной чертой реалий. С. Влахов и С. Флорин в работе «Непереводимое в переводе», которая послужила теоретической основой данного исследования, отмечают, что реалии могут быть не только национальными, но и локальными, и микролокальными – в таком случае реалии являются «своими» для языка (Влахов 1980: 57). Анализируя реалии в плоскости одного языка, исследователи также выделают региональные и интернациональные реалии – «чужие» для языка элементы, которые вошли в его лексический состав (Влахов 1980: 57). В романе американского писателя XX века Роберта Пенна Уоррена «All the King's Men» были обнаружены национальные, региональные и интернациональные реалии.

Национальные реалии занимают доминирующую позицию (78,9 %) в рассматриваемом художественном произведении. Наблюдается превалирующее количество американских национальных реалий, обусловленное тем, что события романа «All the King's Men» разворачиваются в Соединённых Штатах Америки. К примеру, читатель встречает реалию *needle bear*, обозначающую слабоалкогольное пиво с примесью специй и пряностей. Данная реалия отражает особенность американской истории, поскольку именно такой вид пива был распространён среди населения во время «Сухого закона» в США (1920-1933). Официально подобное «игольчатое пиво» содержало в себе не более 0,5 % алкоголя и называлось

«зерновым напитком». Однако предприимчивые американцы добавляли недостающие проценты алкоголя с помощью иглы, впрыскивая их через пробку бочонков (Miller, 2000).

Были также найдены английские, итальянские, французские, немецкие, ирландские, испанские и канадские реалии, но в тексте романа они представлены единичными примерами, которые скорее показывают широкий кругозор Джека Бёрдена, от лица которого ведётся повествование, чем являются характерной чертой романа в целом. Например, при описании кабинета одного из героев романа, Вилли Старка, Бёрден с лёгкостью распознаёт в картине, висящей на стене, работу итальянского художника и археолога Джованни Пиранези и, более того, определяет, что на гравюре изображён не только Колизей, но и река Тибр: «*There were the big steel engravings on the wall–by Piranesi, in the heavy, scrollwork frames, the Tiber, the Colosseum, some ruined temple*» (Warren 1946: 47).

С. Влахов и С. Флорин называют региональными те реалии, которые распространились среди нескольких народов и стали «составной лексикой нескольких языков». При том, замечают исследователи, народы, имеющие общие реалии, могут не иметь общих географических границ (Влахов 1980: 60). В романе «All the King's Men» в ходе анализа обнаруживаются несколько подгрупп региональных реалий (11,3 %). Проанализировав их, можно сделать вывод, что распространение подобных реалий на территории нескольких стран имеет исторические причины.

Рассмотрим подгруппу региональных реалий, которая объединена под общим названием «реалии стран англосаксонской сферы». В XIX ст. Британская империя гордо называлась государством, над которым никогда не заходит солнце из-за большого количества колоний, доминионов и протекторатов. По этой причине многие реалии, связанные с административным и политическим устройством, стали использоваться в странах, находящихся под британским контролем. К примеру, реалия *Attorney General* впервые была зафиксирована в период Нормандского завоевания Англии. Постепенно, с ростом политического влияния Великобритании, данная реалия, обозначающая главного юридического советника правительства государства или штата, стала использоваться в США, Австралии, Канаде, Бангладеш, Гонконге и других странах, ранее находившихся под протекторатом Британской империи.

В колониальной политике Великобритании скрывается причина появления другой региональной подгруппы реалий, относящихся одновременно к двум культурам – британской и американской. Большое количество переселенцев направлялись в Новый Свет именно из Британской империи, что обеспечило определённую связь между двумя странами. Например, реалия *Whig* использовалась и в Великобритании, и в США. Несмотря на то, что между британской и американской партиями вигов нет преемственности, общая черта между ними всё же есть: согласно Большой российской энциклопедии, в Великобритании виги являлись парламентской оппозицией; в США виги тоже выступали в качестве оппозиции

действующему президенту Э. Джексону и Демократической партии (Айзенштат 2006: 257).

В романе «All the King's Men» встречается реалия *octoroon* 'человек, имеющий во втором поколении одного родственника-африканца', которая является частью двух культур – американской и австралийской. В Америке данная реалия была характерна для южных штатов в период расцвета рабовладельческого строя. Однако, стоит отметить, что рассматриваемая реалия также использовалась в Австралии во время действия политики изъятия детей у австралийских аборигенов в XX в. Предполагается, что реалия пересекла океан с помощью одноимённой довольно популярной пьесы Диона Бусико, премьера которой состоялась в 1859 г. в Нью-Йорке.

Необходимо отметить, что территориальная близость может также быть причиной появления «общих реалий». В рамках анализа эмпирического материала исследования была выделена подгруппа региональный реалий, распространённых на территории Северной и Южной Америки. Например, реалия *huaraches* обозначает традиционную обувь мексиканцев. Однако в 1960-е гг. эта обувь получила распространение среди молодёжи США и Канады, т. к. именно её выбирали представители движения хиппи.

Являясь странами-соседями, США и Канада имеют общие реалии. Так, Ниагарский водопад находится на границе между США и Канадой, по этой причине данный комплекс водопадов могут называть как «Американским водопадом», так и «Канадским водопадом». Тем не менее, реалия *Niagara Falls* относится к двум странам.

Отдельно стоит отметить выделенные в романе реалии, распространённые на территории Индии, стран Востока и Африки. В одной из сцен романа Вилли Старк, будучи губернатором, шутливо рассуждает о том времени, когда станет президентом США. Он использует такие реалии, как *turban* 'национальный головной убор из ткани, обмотанный вокруг головы' и *scimitar* 'восточное холодное оружие'. Таким образом писатель воссоздаёт в этом эпизоде колорит восточного государства, что ассоциируется у читателя с абсолютной властью правителя.

В романе «All the King's Men» присутствуют реалии, которые относятся к группе интернациональных реалий, прочно вошедших в состав почти всех языков (9,8 %). Например, реалия *coke* обозначает безалкогольный газированный напиток тёмно-коричневого цвета производства компании «The Coca-Cola Company». Он получил популярность во многих странах мира. Более того, так стали называть даже аналогичные по консистенции напитки, выпускаемые другими компаниями. Тем не менее, указанный продукт обладает устойчивыми ассоциациями со страной, где был изобретён, – США.

Лингвокультурологическая значимость реалий заключается в глубокой взаимосвязи культуры и языка, поскольку именно в них отражается информация, характеризующая конкретную национальную культуру или особенности определённого региона, незнакомые иностранцам. Комплексное исследование реалий позволяет не только лучше изучить интересующий язык,

но и глубже понять культуру представителей лингвокультурного сообщества, осознать ход их мыслей и поднять свой уровень культурной грамотности.

Список литературы

1. *Айзенштат, М. П.* ВИГИ / М. П. Айзенштат, Е. Б. Шашина // Большая российская энциклопедия. – Москва, 2006. – Т. 5. – С. 257.

2. *Влахов, С.* Непереводимое в переводе / С. Влахов, С. Флорин. – М.: Международные отношения, 1980. – 342 с.

3. *Томахин, Г. Д.* Реалии-американизмы. Пособие по страноведению / Г. Д. Томахин. – М.: Высшая школа, 1988. – 239 с.

4. *Miller, C.* We Want Beer: Prohibition and The Will to Imbibe / C. Miller. – 2000. – URL.: https://clck.ru/3GYNqU (дата обращения: 29.01.2025).

5. *Warren, R. P.* All the King's Men / R. P. Warren. – New York: Harcourt Brace and Co Newyark, 1946. – 468 p.

Маншилина Ф. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структурно-семантические особенности антропонимикона романа Ч. Диккенса «Лавка древностей»

В данной работе рассматриваются структурно-семантические особенности антропонимикона романа Ч. Диккенса как одного из ярких представителей викторианского романа.

Актуальность исследования обусловлена такими факторами, как определение когнитивно-семантических и стилистических особенностей аллюзивных антропонимических концептов и раскрытие национально-культурной специфики текста. Анализ имен в литературных произведениях позволяет определить закономерности истолкования и аккумуляции смыслов, связанных с культурными и социальными особенностями.

Цель данного исследования – выявление специфики антропонимикона викторианского романа, структурно-семантических особенностей имен собственных; авторского стиля и традиций (на примере произведения Ч. Диккенса).

Объектом исследования являются антропонимы в английской традиции писания викторианской эпохи на примере произведений классической эпохи – Ч. Диккенса.

Предметом исследования служат идентифицирующие особенности антропонимов викторианского романа.

Английский антропонимикон стал объектом исследования многих зарубежных и российских лингвистов. Семантика ономастической лексики анализируется в работах A. H. Gardiner, А. В. Суперанской и других авторов, историческое развитие антропонимов рассматривается в трудах В. Д. Бондалетова, а контрастивная и функциональная ономастика изучается Д. И. Ермоловичем, М. А. Захаровой, И. Р. Кацбой.

Антропонимикон обладает понятийным значением, в основе которого лежит представление о категории, классе объектов. Это значение обычно имеет следующие характеристики:

• Обозначение того, что носителем антропонима является человек.

• Отражение принадлежности к национально-языковой и классовой общности.

• Идентификация пола человека.

Имена собственные (далее ИС) героев романа служат ключом к раскрытию мотивов, стремлений и судеб его героев (Алешина, 2016).

В англоязычном антропонимиконе фиксируется бинарная оппозиция мужское – женское, что позволяет говорить о гендерной маркированности систем личных имен, фамилий и прозвищ. Важно отметить, что эти явления также являются отражением изменяющихся представлений о гендере и равенстве.

Анализ антропонимикона романа Ч. Диккенса по гендерной принадлежности показал, что мужских имен в романе 59% (*Jarley (m)* – др.ан *gearu, gearwe* ‘готовый’*,* ‘подготовленный’ + *lēah* ‘лужайка’, ‘чистое место’), в то время как женских – 41% (*Sarah (f)* – ф. ев. שָׂרָה ‘принцесса’, ‘госпожа’).

1. Семантические особенности ИС. Одной из ключевых семантических особенностей ИС является их способность пробуждать ассоциации и эмоции. Например, имя исторической личности может вызывать у людей определённые чувства, связанные с результатами ее деятельности или образом. Название города может ассоциироваться с культурными, историческими или природными особенностями этого места. Таким образом, ИС не только обозначают, но и передают культурный и эмоциональный контекст.

Важность выбора ИС в любом произведении для автора объясняется еще и тем, что имя для писателя является своеобразным крючком, благодаря которому он цепляет читателя к своему произведению. Например, главный герой произведения, молодой и наивный *Arthur Clanham* – Arthur (m) – др.валл. Artorius, от кельт. *artos* ‘медведь’ + Clanham – др.англ. *clǣne* ‘чистый’ + *ham* ‘дом’, ‘поселение’, символизирует чистоту и непорочность своего сердца, что отражается и в его имени, при этом персонаж жесток и безжалостен, обладает характером, в котором ярко выражены его темные стороны.

Стилистические особенности имен репрезентируются в разделении ИС на следующие группы:

• Нейтральные имена, в которых значение основы никак не отражает особенности характера и поведения героя, не имеет ассоциаций с его именем. Например, *Copperfield (m)* – англ. *copper* ‘медь’ + *field* ‘поле’ – человек, который, несмотря на трудности и невзгоды, сохраняет внутреннюю силу, гибкость и доброту. *Mr. Wickfield (m)* – древнеангл. *wīc* ‘деревня’ + *field* ‘поле’ – чья слабость и склонность к саморазрушению (в частности, его пристрастие к алкоголю) контрастируют с этим образом, показывая, как внешне спокойное и уютное «поле» его жизни может быть разрушено внутренними бурями.

• Характеризующие имена, основы которых дают прямую или косвенную характеристику их носителей. Например, *Murdstone (m)* – англ. *murder* ‘убийство’ + *stone* ‘камень’ – холодный и безжалостностный, приносящий разрушение и страдания в жизнь других персонажей романа. *Trotwood (f)* – англ. *trot* ‘бежать рысью’ + *wood* ‘лес’ – имя, отражающее энергичный, независимый и свободолюбивый характер героини.

• Ассоциативные имена, которые своей зрительной и звуковой формой вызывают у читателя различные ассоциации, уточняющие и углубляющие характеристику персонажей: *Babley (m)* – англ. *babble* ‘болтовня’ – фамилия отражает легкий, добродушный и немного наивный характер, а также скрытую мудрость персонажа.

Семантические особенности ИС, их способность вызывать ассоциации и передавать культурно-эмоциональный контекст, делают их особым инструментом в руках автора. Выбор имени, его структура и значение не только идентифицируют персонажа, но и служит важным средством стилистической характеристики ИС, формируя восприятие персонажей, раскрывая их сущность, мотивы и взаимосвязи с окружающим миром, делая их неотъемлемой частью повествования (Басик, 2018).

2. Структурные характеристики ИС. В настоящее время в английском языке сохранилось малое количество антропонимов, дошедших до нас с древних времен и имеющих в своем составе семы, восходящие к именам англосаксонского происхождения. Такие имена берут свое начало в древнеанглийском языке, например: *Nell (f)* – древнегреч. *Ἑλένη (Helénē)* ‘свет’, ‘факел’. *Christopher (m)* – древнегреч. *Χριστός (Christós)* ‘Христос’ + *φέρω (phérō)* ‘несу’.

В романе Чарльза Диккенса «Лавка древностей» встречаются различные ИС, которые можно классифицировать по структуре на:

• ***Однокомпонентные имена –*** 29% (*Nally (f)* – ирл. *Nameallach, name* ‘святой’ + *allach* ‘слава’)

Однокомпонентные ИС состоят из одного компонента. Эти ИС просты и легко запоминаются, что делает персонажей более узнаваемыми для читателя.

• ***Двухкомпонентные*** – 44% (*Kit – Christopher (m) – Christo-* греч. *Χριστός, Christos* ‘Мессия’ + *-pher* – греч. *φέρω, phero* ‘несущий’*;* + *Nubbles* – ср. анг. *nobbe* ‘голова’*,* ‘шишка’)

Двухкомпонентные ИС состоят из двух компонентов, которые могут быть разделены пробелом, тире или быть составными. Эти имена зачастую дают дополнительную информацию о персонажах и их происхождении. Двухкомпонентные имена могли быть как мужскими, так и женскими. Они ничем не отличались друг от друга по структурным и семантическим характеристикам.

• ***Многокомпонентные –*** 27% (*Anny Sant Oryegant (f)* – фр. *Anne* ‘Ханна’*,* ‘Милость’ + англ. *sant ‘святой’* + исп. *Oregano* ‘душица’)

Многокомпонентные ИС состоят из трех или более компонентов. Данные ИС играют важную роль в создании ярких, запоминающихся образов, подчеркивая характер, социальное положение или комичность персонажей. Они служат инструментом для передачи авторской иронии, сатиры и глубокого психологизма, усиливая выразительность текста и помогая читателю лучше понять роль персонажей в сюжете.

В романе Чарльза Диккенса «Лавка древностей» антропонимикон играет ключевую роль в раскрытии характеров персонажей и их социального статуса, а также в создании атмосферы произведения. Структурно-семантические особенности имен, включая многокомпонентность, использование аллюзий и символики, подчеркивают индивидуальность героев, их внутренние противоречия или комичность. Имена становятся не просто идентификаторами, а важным художественным средством, отражающим авторский замысел. Также антропонимы усиливают эмоциональное восприятие текста. Таким образом, антропонимикон в романе служит не только для обозначения персонажей, но и для углубления их образов, что подтверждает мастерство Диккенса в создании многогранных и запоминающихся героев.

Список литературы

1. *Алешина, Л. В.* Семантический объем антропонимов в языке и речи / Л. В. Алешина // Ученые записки Орловского государственного университета. – 2016. – № 4 (73). – С. 98–102.

2. *Басик, С. Н.* Структура ономастического слоя в геокультурном пространстве / С. Н. Басик // Научное обозрение: электрон. журн. – 2018. – № 4. – С. 43–49.

3. *Dickens, C.* The Old Curiosity Shop. – URL: https://linguabooster.com/ru/en/book/the-old-curiosity-shop (дата обращения 05.12.2024).

Михачева С. П., Бессонова О. Л.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Манипуляция в англоязычных медиатекстах, посвященных конфликтам

Медиатексты, освещающие международные конфликты, играют важную роль в формировании общественного мнения, а также в укреплении или изменении политических и социальных установок. В условиях глобализации, а также интенсивной информационной войны, манипулятивные техники в текстах, освещающих военные конфликты, становятся ключевыми инструментами воздействия на массовое сознание. Лингвистические средства, используемые в подобных медиатекстах, направлены не только на передачу объективной информации, но и на конструирование определенного образа событий, персонажей и конфликтных ситуаций.

Цель работы – проанализировать основные приемы манипуляции в англоязычном конфликтном медиадискурсе и оценить их эффективность в создании определенного образа событий.

Настоящее исследование основано на анализе корпуса англоязычных медиатекстов, посвященных конфликтам, в количестве 226 единиц, отобранных из таких источников, как The Daily Mail, The Washington Post, The Guardian, The New York Post, Reuters, RT, CNN за период 2020-2024 гг.

В ходе анализе были рассмотрены следующие приемы:

1. Оппозиция «свой-чужой»

Создание четкой оппозиции между «своими» и «чужими» способствует формированию коллективной идентичности. Подобная аксиологическая поляризация обусловлена позицией субъекта оценки (*evaluator*), который может быть индивидуальным (журналист-автор, реализующий нарративную функцию; конкретное лицо, эксплицирующее ценностную ориентацию в рамках цитаты) или коллективным (редакционный совет, политическая партия, социум) (Бессонова, 2021). Бинарная оппозиция эффективно позволяет конструировать идентичность «своих» как носителей позитивных качеств, одновременно наделяя «чужих» негативными характеристиками:

(1) *With the instinct of confrontation deep in their bones, the puppets again marked the new year by making the aggressive choice that stokes war.* ‘Инстинкт конфронтации глубоко сидит в **их костях**, **марионетки** снова отметили Новый год агрессивным выбором, разжигающим войну’ (Kim, 2024).

В данном примере использование местоимения 3 лица мн. ч. подчеркивает дистанцию между «своими» и «чужими». А лексема с отрицательной оценкой *puppets* используется для создания отрицательного образа аутгруппы и возложения на нее ответственности за конфликт.

2. Дискредитация и демонизация как стратегия конструирования врага

Техники дискредитации и демонизации являются важнейшими стратегиями манипуляции в медиадискурсе, где противник представляется не просто как оппонент, но как источник зла, агрессии и угрозы для всего мира. В высказывание Ким Чен Ына демонстрируется использование образа «врага», лишенного человеческого облика, который предстает как агрессивная и неразумная сила, требующая подавления:

(2) *The prevailing situation requires our navy to …get prepared to break the enemy’s will for war…* ‘Сложившаяся ситуация требует от нашего флота подготовки пресечь **стремление врага к войне**…’ (Hyung-Jin, 2023).

В приведенном контексте *enemy’s will for war* формирует образ врага как инициатора конфликта. Лексема *will* подчеркивает осознанность действий врага, лишая его возможности быть жертвой обстоятельств.

3. Метафоризация как средство эмоционального воздействия

Метафоры являются эффективными средствами манипуляции, поскольку они активируют определенные когнитивные механизмы и вызывают яркие эмоциональные реакции. Метафоризация позволяет

создавать образы, которые воспринимаются более интуитивно и вызывают более сильные ассоциации, чем прямое описание.

(3) *…inter-Korean relations were at a* ***'crossroads of serious choices'*** *between reconciliation and a '****vicious cycle of confrontation****'.* '…межкорейские отношения находятся на **«перепутье серьезного выбора»** между примирением и **«порочным кругом конфронтации»**' (Newman, 2021).

В данном примере *vicious cycle* 'порочный круг' – метафора, подразумевающая отсутствие выхода и усугубление ситуации. Метафора *crossroads of serious choices* создает ощущение кризиса и необходимости принятия срочных мер, подчеркивая, что нельзя оставаться в текущем состоянии неопределенности.

4. Гиперболизация как усиление угрозы

Гиперболизация – это прием, при котором происходит преувеличение реальной угрозы или события, что имеет целью создание более яркого и пугающего образа. В одном из заявлений белорусского президента Лукашенко мы наблюдаем использование гиперболы, подчеркивающей преувеличение мощи оружия:

(4) *We have missiles and bombs that we have received from Russia. The bombs are three times more powerful than those (dropped on) Hiroshima and Nagasaki*. 'У нас есть ракеты и бомбы, которые нам передала Россия. Эти бомбы **в три раза мощнее тех**, что были сброшены на Хиросиму и Нагасаки' (Parashar, 2023).

5. Игра на эмоциях через угрозы

Эмоциональная манипуляция через угрозы и яркие заявления является ключевым инструментом для мобилизации общественного мнения и создания атмосферы страха или решимости. В данном контексте важным элементом является привлечение внимания к конкретным действиям, которые якобы могут произойти в случае эскалации конфликта. Примером служит высказывание Реджепа Эрдогана:

(5) *We told them, don't you dare attack our Oruc Reis. You will pay a heavy price.* 'Мы предупреждали, только посмейте напасть на наш Орюк Рейса. Вы **заплатите высокую цену'**(Fahey, 2020).

Метафора *pay a heavy price* подразумевает, что в случае нападения противник понесет серьезные потери. Эрдоган также намекает на превосходство сил («мы» можем нанести гораздо больший ущерб чем «они»)

Таким образом, манипулятивные приемы, используемые в англоязычных медиатекстах, посвященных конфликтам, представляют собой важный инструмент в процессе формирования общественного сознания и убеждения. Функционирование вышеупомянутых техник в медиадискурсивном пространстве способствует созданию и воспроизводству определенной системы ценностей, в которой формируется четкое разграничение между «ингруппой», всегда правой и оправданной, и «аутгруппой», представляющей собой объект дегуманизации, агрессии и потенциальной опасности.

Список литературы

1. *Byessonova, O.* Binary opposition ‘us/them’ in British and American media texts about conflicts / O. Byessonova, E. Gordienko // SKASE Journal of Theoretical Linguistics, 2021. – Vol. 18 – № 2. – URL: http://www.skase.sk/Volumes/JTL49/pdf_doc/06.pdf (дата обращения: 24.02.2025).

2. *Fahey, R.* Turkish President Erdogan threatens a ‘heavy price’ to attackers of country’s oil vessel Oruc Reis / R. Fahey // Daily Mail, 2020. – URL: https://www.dailymail.co.uk/news/article-8625981/Turkish-President-Erdogan-threatens-heavy-price-attackers-countrys-oil-vessel.html (дата обращения: 13.11.2024).

3. *Hyung-Jin, K.* Kim Jong-un calls for North Korean military to be constantly ready to smash U.S.-led invasion plot / K. Hyung-Jin // Washington Times. – 2023. – URL: https://www.washingtontimes.com/news/2023/aug/28/kim-jong-un-calls-for-north-korean-military-to-be-/ (дата обращения: 13.11.2024).

4. *Kim, J.* South Korea, US conduct week-long firing drills near North Korea border / J. Kim // Reuters, 2024. – URL: https://www.reuters.com/world/asia-pacific/south-korea-us-conduct-week-long-firing-drills-near-north-korea-border-2024-01-04/ (дата обращения: 15.09.2024)

5. *Newman, J.* Kim together! Jong Un orders officials to restore hotline between North and South Korea claiming the move will promote peace / J. Newman // Daily Mail, 2021. – URL: https://www.dailymail.co.uk/news/article-10043645/Kim-Jong-orders-officials-restore-hotline-North-South-Korea-promote-peace.html (дата обращения: 03.03.2024)

6. *Parashar, A.* Putin threatens that Ukraine war could turn NUCLEAR / A. Parashar // Daily Mail, 2023. – URL: https://www.dailymail.co.uk/news/article-12193091/Putin-threatens-Ukraine-war-turn-NUCLEAR.html (дата обращения: 13.11.2024).

Мороз Е. М.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Речевой конфликт: стратегии и тактики взаимодействия

Настоящая статья рассматривает конфликтные ситуации в коммуникации и особенности речевого взаимодействия между собеседниками.

Объектом исследования являются вербальные конфликты, а предметом – особенности речевых стратегий и тактик, их использование и влияние на развитие конфликта.

Актуальность данного исследования обусловлена возросшим конфликтным потенциалом современной коммуникации, что требует анализа речевых стратегий и тактик, а также понимания их функций в конфликтных контекстах. Для анализа применялись методы интенционального, контекстуального и функционально-прагматического анализа. Исследовательский материал составили 800 конфликтных речевых актов, отобранных из современной англоязычной художественной литературы.

Исследование опирается на труды лингвистов, чьи определения и классификации являются значимыми для данной темы. Конфликтный дискурс рассматривается с позиции Д. Шиффрин как последовательность конфликтных высказываний, анализируемых с точки зрения стратегий и тактик, используемых коммуникантами, методов воздействия и социопсихологических аспектов, влияющих на развитие конфликта (Schiffrin 1984: 42). Что касается конфликтного коммуникативного акта (ККА), в данном исследовании поддерживается точка зрения Е. В. Клюева, согласно которой ККА представляет собой минимальную единицу конфликтного дискурса – высказывание, направленное либо на урегулирование, либо на эскалацию конфликта (Клюев 1996: 76).

Следующим ключевым понятием данного исследования является определение речевых стратегий и тактик. В этом аспекте принимается во внимание точка зрения О. С. Иссерс, которая рассматривает речевую стратегию как совокупность вербальных действий, направленных на достижение коммуникативной цели, с учетом знаний и предположений говорящего об адресате, коммуникативной ситуации и потенциальном речевом воздействии. Речевая тактика, в свою очередь, представляет собой средство реализации речевой стратегии – конкретный речевой акт или вербальное действие, совершаемое коммуникантом в определенной последовательности (Иссерс 2002: 104).

В ходе исследования выделены три типа речевых стратегий конфликтного общения, которые в свою очередь подразделяются на подвиды и тактики, с помощью которых реализуется в речи:

1. **Конфронтационная стратегия:** предполагает демонстрацию противостояния адресату и направлена на достижение собственных целей говорящего без учета точки зрения собеседника. В исследовании выделены два подтипа конфронтационной стратегии: агрессия и манипуляция.

Стратегия агрессии направлена на быструю демонстрацию негативных эмоций в процессе общения, что может либо спровоцировать конфликт, либо довести его до пика. Например: ‘*You idiot! Look what you've done*’ (Ng 2017: 16). Согласно данным исследования, агрессия составляет 35% (280 примеров) от общего количества конфликтных речевых актов (800 примеров). Стратегия агрессии реализуется с помощью пяти тактик: оскорбления, возмущения, упрека, обвинения, угрозы. Согласно результатам количественного анализа, доминирующей тактикой является оскорбление, что составляет 35% – 98 примеров конфликтных речевых актов. Тактики обвинения и угрозы зафиксированы в равном количестве случаев – по 28 речевых актов (10%), что является наименее продуктивным результатом.

Стратегия манипуляции направлена на доминирование в коммуникативном пространстве путем навязывания адресату своей точки зрения и приоритизации собственных интересов. Например: ‘*I know it's worth nothing to you, but to me it's a matter of life and death. Is that so hard to understand?*’ (Ng 2017: 37). В исследовании проанализировано 200 речевых актов манипуляции, что составляет 25% выборки. Манипуляция реализуется с помощью пяти тактик: упрек, угроза, убеждение, отказ и запрет. Согласно результатам количественного анализа, доминирующей тактикой является тактика упрека – 56 примеров (28%). Тактика запрета оказалась наименее продуктивной – 20 примеров (10%).

Таким образом, можно сделать вывод, что конфронтационные стратегии характеризуются не только тенденцией к агрессивности и напряженности, но и использованием схожих тактик, таких как упрек и угроза.

2. **Нейтральная стратегия:** предполагает сохранение нейтралитета и избегание конфликта. Она зафиксирована в 280 речевых актах, что составляет 35% от всей выборки. Нейтральные стратегии подразделяются на два подтипа: активная-нейтральная 160 примеров (20%) и пассивная-нейтральная 120 примеров (15%).

Активная-нейтральная стратегия Она реализуется посредством блокирования возможности адресата донести свою интенцию. Например: ‘*‘All the same –’ ‘– All the same, nothing. It was a trifling mention, and a poor argument;’’* (Ng 2017: 29). Она осуществляется с помощью тактики прерывания (64 случая – 40%), контроля инициативы (51 случай – 32%) и смены темы (45 случаев – 28%).

Пассивная-нейтральная стратегия характеризуется тем, что один из собеседников отказывается от активного взаимодействия в диалоге, не проявляя намерения к сотрудничеству или участию в обсуждении. Например: ‘*Of course the father might be too controlling ... but it’s the same quarrel, every time. ’ But Moody was not listening’’* (Ng 2017: 111). Она реализуется с помощью тактики игнорирования (55 случаев– 46%), молчания (48 случаев– 40%) и умалчивания (17 случаев – 14%).

3. **Кооперативная стратегия:** направлена на желание коммуникантов разрешить разногласия путем сотрудничества и решения проблем. Например: ‘*You’re right. I should have let you know’* (Ng 2017: 73). Согласно данным исследования, данная стратегия не является продуктивной, однако она реализуется двумя речевыми тактиками: уступки и извинения. Первая встречается в 36 речевых актах (90%), а вторая – только в 4 речевых актах (10%).

Что касается способов выражения конфликтного речевого акта, выявлены два основных типа: прямой в 672 случаях (84%) и косвенный 128 случаев (16%).

В рамках исследования были выявлены средства выражения, с помощью которых реализуются стратегии и тактики конфликтной коммуникации: лексические, стилистические и синтаксические.

Для речевой стратегии конфронтации используется инвективная лексика и глаголы деструктивной семантики, например: ‘*You idiot! Look what you've done.*’ (Ng 2017: 49). Также стратегии конфронтации присущи метафора и ирония, как основное стилистические средства выражения, например: ‘*You’re like a disaster every time you speak*’ (Ng 2017: 55). Стратегия агрессии и манипуляции продуктивнее всего выражается речевыми актами, которые являются по структуре простыми предложениями. С точки зрения коммуникативной цели высказывания выделены повествовательные (утвердительные и отрицательные) и восклицательные предложения.

При нейтрализации конфликтной речевой ситуации используются паралингвистические средства, а именно молчание, которое выполняет функцию игнорирования собеседника и ухода от ответа. В диалогическом дискурсе такие средства выражаются языковыми единицами ‘to not listening’, ‘to keep silence’ ‘to say nothing’ и др, например: *‘Are you hurt?*

[keeps silence] Great. You know what? If you want to do the silent thing, fine. I came here not because of you' (Ng 2017: 191).

Нейтральная стратегия выражается стилистическими средствами такими как намеки и незавершенные реплики говорящего: например ' *Some people know how to succeed, even if it requires some... sacrifices*' (Ng 2017: 220).

Лексическим средством речевой стратегии кооперации являются перформативные глаголы, например: '*I apologize. I will remain silent'* (Ng 2017: 56).

Наиболее распространёнными типами предложений, с помощью которых выражается все стратегии и тактики конфликтной коммуникации: повествовательные и побудительные предложения, которые прямым образом влияют на адресата речи в ходе конфликта.

Исследование показало, что конфликтная коммуникация включает сложную систему речевых стратегий и тактик, типология конфликтных речевых стратегий является довольно сложной и включает 3 основные стратегии, 4 подтипа и 18 тактик, которые иногда взаимосвязаны.

Таким образом, анализ конфликтных речевых стратегий позволяет глубже понять механизмы вербального противостояния и инструменты для их эффективного регулирования.

Список литературы

1. *Иссерс, О. С.* Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О. С. Иссерс. – М.: Едиториал УРСС, 2002. – С. 284

2. *Клюев, Е. В.* Речевая агрессия / Е. В. Клюев. – Москва: Флинта, 1996. – 316 с.

3. *Schiffrin, D*. Jewish Argument as Sociability. Language in Society / D/ Schiffrin. – Cambridge University Press, 1984. – p. 311-335.

4. *Ng, C.* Little fired everywhere / C. Ng. – Penguin Press, 2017. – 281 p.

Никитина А. И.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвокультурологические особенности диминутивов в американском варианте английского языка

Введение. Американский английский – это не просто язык, но еще и зеркало истории, культуры и общества США. Лексика американского английского несёт культурные и социальные смыслы, отражающие ключевые понятия, такие как американская мечта и ориентация на успех.

Диминутивность – это оценочная категория, связанная с понятием малости и выражением субъективного отношения говорящего к объекту или другому человеку (Бауэр, 1997). Диминутивы представляют собой важный элемент американской лингвокультуры поскольку отражают культурные и социальные особенности носителей языка.

Цель данного исследования – выявить и описать лингвокультурологические особенности диминутивов в американском варианте английского языка.

Материалом исследования послужили примеры диминутивов в американском варианте английского языка, отобранных методом сплошной выборки из словаря английского сленга (Green's Dictionary of Slang).

Лингвокультурологический подход исследования позволяет рассматривать американский английский как комплексную систему, в которой переплетаются лингвистические и культурные элементы. Этот подход открывает новые перспективы для исследования американской языковой картины мира, культурных стереотипов и архетипов, а также их влияния на мышление и поведение носителей языка.

Методологическую основу исследования составили труды лингвистов по лингвокультурологии (Алефиренко, 2010; Верещагин, Костомаров, 1980; Маслова, 2001; Телия, 1995), а также работы, посвященные проблеме диминутивности (Шнайдер, 2003), в том числе, в разных вариантах английского языка (Бессонова, Ососкова, 2023).

Основная часть. Диминутивы, связанные с деньгами и успехом, ярко отражает ключевые особенности американской культуры, такие как ориентация на достижение, практичность и прагматичное отношение к материальным благам. В американском обществе, где успех измеряется не только личными достижениями, но и финансовым благополучием, диминутивы становятся зеркалом восприятия этих ценностей. Для многих людей «американец» ассоциируется с финансовым благополучием и материальными ценностями. Стереотип о том, что американцы – это люди, ориентированные на деньги и успех, глубоко укоренился в культуре (Хофстеде, 2001).

Диминутив *peanut* в значении незначительная сумма денег или мелкие заработки передаёт пренебрежительное и даже насмешливое отношение к небольшим доходам, которое характерно для общества, ориентированного на достижение значительного финансового успеха. Происхождение этого термина связано с метафорой: орехи (особенно арахис) воспринимаются как мелкие, доступные и практически ничтожные в финансовом контексте. В данном случае *peanut* подчёркивает, что малые доходы в культуре, где ценятся большие достижения, не воспринимаются как достойные внимания. Этот диминутив также отражает стереотип об американцах как людей, устремлённых к максимизации доходов и минимизации потерь. Использование слова *peanut* с пренебрежительным оттенком демонстрирует стремление к масштабным целям, где небольшие суммы или символические заработки рассматриваются как недостаточные. Этот подход коррелирует с культурной ориентацией на успех, где акцент делается на достижениях, материальной независимости и высоких амбициях (Хофстеде, 2001).

Далее рассмотрим диминутив *kitty*, который обозначает коллективный денежный фонд, собранный для определённой цели. Согласно Оксфордскому словарю английского языка (OED), слово *kitty* возникло в игровом контексте в конце XIX века и первоначально использовалось для обозначения общего фонда, куда игроки складывали деньги или ставки в карточных играх, таких как покер. Оно связано с выражением *kit*, которое в британском английском

могло обозначать сумку или набор, а затем трансформировалось через американскую адаптацию в диминутив *kitty*. Эта трансформация отражает важную черту американской культуры – стремление смягчить формальности и сделать финансовые вопросы более доступными, особенно в рамках совместных действий, таких как игры или коллективные цели. Кроме того, использование слова *kitty* может быть связано с культурным феноменом, характерным для американцев, где деньги воспринимаются не только как инструмент достижения целей, но и как элемент игры. Карточные игры, в которых зародилось это слово, сами по себе являются метафорой риска, удачи и стратегии – качеств, которые в американской культуре высоко ценятся.

В американском английском существует ряд диминутивов, связанных с наркотической зависимостью индивида. Например, диминутив *missy* ‘кокаин’ ассоциирующийся с гламуром и роскошью, одновременно романтизирует и нормализует его употребление в определенных кругах, что способствует формированию ложного представления о наркотиках как о статусном элементе. Диминутив *doobie* ‘марихуана’ обрел популярность благодаря движению хиппи, которые считали данное вещество символом свободы, протеста против консервативных ценностей и раскрепощения личности.

Диминутивы отражают предвзятое отношение американца к представителям других культур. Так, диминутив *Charlie Chan* вербализует стереотипный образ китайца. Этот стереотип, закрепленный в языке, создает барьеры между культурами, формируя искаженное восприятие азиатских народов. Диминутив *Charlie Cong,* который использовался американскими солдатами для обозначения врага во время войны во Вьетнаме, – это не просто военный термин, а символ культурного отчуждения, который укрепляет предвзятость и негативное отношение к другим этносам. Диминутивы *Coolie* и *Coosie* изначально использовались в колониальных контекстах, а в современном американском английском указывают на представителей азиатских этнических групп. Уменьшительно-пренебрежительный оттенок значения подчеркивает экономическое и социальное неравенство. Диминутивное этническое прозвище *Dago*, применяемое к людям средиземноморского происхождения, особенно итальянцам и испанцам, также несет в себе уничижительный подтекст и отражает классовую и этническую предвзятость. Использование таких диминутивов в языке закрепляет социальное неравенство, делая дискриминацию частью повседневной жизни.

Заключение. Результаты данного исследования подтверждают, что диминутивы в американском варианте английского языка имеют сложную и многослойную природу, отражая не только языковые, но и культурные аспекты. Изучение диминутивов способствует более глубокому пониманию механизмов языковой коммуникации и их связи с культурной идентичностью.

Список литературы

1. *Алефиренко, Н. Ф.* Лингвокультурология: ценностно-смысловое пространство языка: учеб. Пособие [Текст] / Н.Ф. Алефиренко. – М.: Флинта: Наука, 2010. – 288 с.

2. *Бессонова, О. Л., Ососкова, А. С.* Диминутивные и аугментативные наименования лица в разных вариантах английского языка: семантика, структура, лингвокультурология [Текст] / О. Л. Бессонова, А. С. Ососкова // Лингвистика первой четверти XXI века: тенденции, итоги и перспективы: сборник научных трудов международной междисциплинарной научной конференции, Тверь, 12-13 октября 2023 г.; отв. ред. А. А. Романов. – Тверь: Тверской государственный университет. – 2023. – С. 44–50.

3. *Верещагин, Е. М.* Лингвострановедческая теория слова [Текст] / Е. М. Верещагин, В. Г. Костомаров – М.: Русский язык, 1980. – 320 с.

4. *Маслова, В. А.* Лингвокультурология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб, заведений [Текст] / В.А.Маслова – М.: Издательский центр «Академия», 2001. – 208с.

5. *Телия, В. Н.* О методологических основаниях лингвокультурологии [Текст] / В. Н. Телия // XI Международная конференция «Логика, методология, философия науки». – М.: Обнинск, 1995. – С. 102.

6. *Bauer L.* Evaluative Morphology: In Search of Universals // Studies in Languageю – V. 21, № 3, 1997. – P. 533–575.

7. Green's Dictionary of Slang [Электронный ресурс]. – URL: https://greensdictofslang.com/about/ (дата обращения: 02.11.2024).

8. *Hofstede, G.* Cultural Differences in the Organization: A Comparison of Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Countries. 2nd ed. / [Text] G. Hofstede Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2001. – 616 p.

9. *Schneider, K. P.* Diminutives in English [Text] / K. P. Schneider. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag, 2003. – 254 p.

Полтавская Д. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности языковой публичной личности принцессы Дианы

Введение. В эпоху, когда исследования языка становятся всё более комплексными, анализ языковой личности становится одним из основных направлений, в котором сходятся различные парадигмы лингвистической теории.

Актуальность данного исследования обусловлена растущим интересом ученых к роли языковой личности в формировании публичного образа, а также влияния на мнение общественности. Анализ языковой публичной личности позволяет выявить социокультурные и исторические факторы, которые оказывают влияние на речевое поведение личности, что, в свою очередь, позволяет понять, какие морально-этические нормы, ценности и идеологии лежат в основе целей, мотивов и установок ее речевого поведения.

Объектом исследования является языковая публичная личность принцессы Дианы.

Предмет исследования – лингвокогнитивная и прагматическая

составляющая языковой личности принцессы Дианы.

Данная работа выполнена на материале интервью принцессы Дианы Мартину Баширу, журналисту British Broadcasting Corporation (BBC), от 24 ноября 1995 года; общим объемом 6334 слова (269 предложений).

Цель – выявить лингвокогнитивные и прагматические особенности составляющих языковой личности принцессы Дианы.

Основная часть. Как замечает С. А. Сухих, предпочтение тех или иных языковых форм может сигнализировать о более глубоких уровнях личностной идентичности, таких как характер, темперамент и установки (Сухих 2004: 145). По мнению, Ю. Н. Караулова, человек уникален в своей текстопорождающей деятельности, и что в ней находят отражение черты его личности (Караулов, 2010: 8).

Ю. Н. Караулов в своей работе «Русский язык и языковая личность» определяет языковую личность как совокупность характеристик и умений человека, влияющих на процесс создания и восприятия им речевых произведений (Караулов, 2010: 22). В рамках исследований феномена «языковая личность» Ю. Н. Караулов выявил трехуровневую модель языковой личности: первый уровень, вербально-семантический, включает в себя отдельные слова, отражающие смысловые связи в языке, второй уровень, лингвокогнитивный, включает в себя идеи и концепты, формирующие картину мира и отражающие иерархию ценностей, присущих языковой личности. Третий уровень, мотивационный, связан с прагматической стороной языка и выражается в коммуникативно-деятельностных потребностях личности и определяет цели и намерения в процессе речи.

Объект данного исследования – принцесса Диана, одна из наиболее значимых фигур XX века, деятельность которой значительным образом повлияли на общество, а также культуру всего мира. Образ принцессы стал олицетворением доброты, открытости, человечности и силы духа.

В ходе анализа вербально-семантического уровня было выявлено, что вербально-семантический уровень представлен как словами, принадлежащими к литературному языку, так и словами обиходно-разговорной речи, что делало ее более приближенной к простому народу: (1) *Everybody was thrilled to bits* (The Interview with Princess Diana); имеют место эмоционально окрашенные лексические единицы, например, Диана часто использует негативно окрашенную лексику при описании собственной внешности: (2) *I was a fat, chubby, 20-year-old, 21-year-old, and I couldn't understand the level of interest* (The Interview with Princess Diana). Выявлено, что наряду с ординарным синтаксисом используются элементы экспрессивного синтаксиса, в частности повторы, параллелизм, предложения с инверсией, риторические вопросы: (3) *I desperately wanted it to work, I desperately loved my husband and I wanted to share everything together, and I thought that we were a very good team* (The Interview with Princess Diana).

Когнитивный уровень языковой личности принцессы Дианы выражен четырьмя концептами: «БРАК», «МЕНТАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ», «СЕМЬЯ», «РАЗВОД». Концепт «БРАК» является наиболее плотным,

объединяя 29% языковых единиц от общего количества выборки, концепт «МЕНТАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ» составляет 26%, концепт «СЕМЬЯ» составляет 23%, концепт «РАЗВОД» является наименее плотным и составляет 22%.

Таким образом, анализ когнитивного уровня позволил установить, что личная жизнь и эмоциональное состояния являются центральными и наиболее важными аспектами в жизни принцессы Дианы.

По результатам анализа мотивационного уровня установлено, что основным мотивом текстопорождения интервью принцессы Дианы являются морально-этические ориентиры, затрагивающие ценности семьи, любви и ответственности. Она уделяет особое внимание важности поддержки, доверия и заботы о ближних, подчеркивая, что семья и взаимопонимание являются основой крепких отношений, даже несмотря на разочарования, с которыми ей пришлось столкнуться за годы брака. Кроме того, в значительной степени принцесса Диана уделяет внимание служению народу и помощи нуждающимся. Представленные ориентиры стали основой ее публичного образа и личностной мотивации.

Выводы. Исследование, проведенное на базе анализа трехуровневой модели языковой личности, позволило реконструировать лингвокогнитивный и прагматический уровни языковой личности Дианы.

Языковая личность принцессы Дианы многогранна и многоаспектна: на вербально-семантическом уровне речь принцессы Дианы отличается особой искренностью, что располагает к себе широкую аудиторию; на лингвокогнитивном уровне выявлено четыре концептуальных пространства: «БРАК», «МЕНТАЛЬНОЕ ЗДОРОВЬЕ», «СЕМЬЯ» и «РАЗВОД», в которых нашли вербализацию ценностные и поведенческие аспекты; на прагматическом уровне выявлены ориентиры, лежащие в основе действий и убеждений принцессы Дианы: любовь к семье и ближним, помощь и поддержка нуждающихся.

Список литературы

1. *Караулов, Ю. Н.* Русский язык и языковая личность [Текст] / Ю. Н. Караулов. – Волгоград: Перемена, 2010. – 264 с.

2. *Сухих, С. А.* Личность в коммуникативном процессе [Текст] / С. А. Сухих. – Краснодар: Изд-во Юж. ин-та менеджмента, 2004. – 155 с.

3. The Interview with Princess Diana [Электронный ресурс]. – URL: https://lingualeo.com/es/jungle/the-interview-with-princess-diana-623313 (дата обращения: 26.02.2025).

Прокудина И. Е.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Оценочный характер паремий в английском языке

Паремии представляют собой ценный элемент народной культуры, отражая в сжатой форме жизненный опыт, ценности и нормы общества. Они несут в себе оценку различных явлений: могут одобрять, предостерегать или просто констатировать факт. В английском языке паремии играют важную роль в формировании общественного сознания, влияя на мировоззрение и повседневное общение. Их оценочность проявляется как в прямом значении, так и в подтексте, который может включать исторические, культурные или социальные аллюзии.

Цель данной работы заключается в анализе и описании особенностей оценочной коннотации английский паремий. Материалом исследования послужили 375 единиц, отобранных из паремиологических словарей английского языка.

Термин «паремия» охватывает устойчивые выражения, передающие народную мудрость. Они обладают неизменной формой, легко передаются из поколения в поколение и выполняют важную коммуникативную функцию. В английском языке паремии делают речь более выразительной и помогают передавать сложные идеи в краткой и емкой форме. Многие пословицы обладают многозначностью, позволяя интерпретировать их в зависимости от контекста. Например, выражение *The early bird catches the worm* ‘Ранняя пташка ловит червяка’ подчеркивает преимущество быстрого действия, однако ему противопоставляется другая пословица: *Good things come to those who wait* ‘Хорошие вещи приходят к тем, кто умеет ждать’, которая поощряет терпение. Оценка одной и той же ситуации может меняться в зависимости от взгляда на жизнь. Паремии также связаны с изменениями в культурных установках. Например, в современном индивидуалистическом обществе некоторые пословицы, подчеркивающие коллективную работу, могут восприниматься иначе, чем в традиционных культурах, ориентированных на социальные ценности. Таким образом, данное исследование представляется актуальным.

В ходе анализа материала исследования оценочные паремии английского языка были разделены на единицы с отрицательной и положительной коннотацией. Положительные паремии составили 225 единиц (60%), в то врем как отрицательных паремий насчитывается 150 единиц (40%).

Положительные паремии выражают поддержку, вдохновение и поощряют такие качества, как честность, усердие, оптимизм. Например, *Actions speak louder than words* ‘Дела говорят громче слов’ подчеркивает значимость поступков по сравнению с обещаниями. Эта пословица, известная с XVII века, напоминает о важности реальных действий, а не пустых слов. Еще один пример – *Two heads are better than one* ‘Одна голова хорошо, а две лучше’ выражающий мысль о том, что совместные усилия приводят к лучшим результатам. Это выражение актуально и в личных отношениях, и в

профессиональной сфере. Оптимизм английской культуры отражается в пословице *Every cloud has a silver lining* ‘У каждого облака есть серебряная подкладка’. Она учит видеть положительное даже в неблагоприятных обстоятельствах, что перекликается с русской пословицей «Не было бы счастья, да несчастье помогло».

Наряду с мотивирующими выражениями в английском языке существуют паремии, предостерегающие от ошибок и слабостей человеческого характера. Пословица *Easier said than done* ‘Легче сказать, чем сделать’ напоминает о том, что слова требуют подтверждения действиями, а реализовать задуманное сложнее, чем кажется. Еще одно выражение с негативной коннотацией – *Familiarity breeds contempt* ‘Чем больше знаешь, тем меньше уважаешь’. Оно подчеркивает, что чрезмерная близость может привести к утрате уважения и восхищения. Некоторые пословицы высмеивают слабости людей. Например, *A bad workman blames his tools* ‘Плохому мастеру инструмент мешает’ критикует тех, кто не признает своих ошибок и перекладывает вину на внешние обстоятельства. Эта пословица, зафиксированная в английском языке с XVIII века, остается актуальной и в наши дни.

Таким образом, английские паремии являются носителями народной мудрости, передавая моральные установки, оценки и взгляды на жизнь. Они могут вдохновлять, предостерегать или просто фиксировать наблюдения, но даже нейтральные выражения несут в себе определенную точку зрения. Изучение паремий позволяет глубже понять менталитет англоговорящих народов, выявить ключевые ценности их культуры. Несмотря на изменения в языке и обществе, пословицы сохраняют свою значимость, продолжая выполнять образовательную и воспитательную функцию.

Список литературы

1. *Осташова, О. И.* Особенности оценочного высказывания в англоязычном художественном дискурсе XIX–XX вв. : диссертация на соискание учёной кандидата филологических наук / О. И. Осташова. – Донецк, 2021. – 219 с.

2. *Иванова, Е. В.* Пословичная концептуализация мира (на материале английских и русских пословиц) : автореферат диссертации на соискание учёной кандидата филологических наук / Е. В. Иванова. – Санкт-Петербург, 2003. – 44 с.

Просандеева Ю. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Негативно-оценочные высказывания в англоязычном драматургическом дискурсе XX века: гендерный аспект

Оценка представляет собой неотъемлемую часть коммуникативного процесса, разграничивая объекты в ценностной картине мира и определяя их взаимодействие. Драматургический дискурс, как пример диалогической

коммуникации, позволяет идентифицировать специфику употребления оценочных высказываний в зависимости от особенностей ценностной картины мира определенного периода, а также раскрыть тенденции в использовании лингвистических средств отрицательной оценки. Это обусловливает актуальность изучения негативно-оценочных высказываний (НОВ), функционирующих в англоязычном драматургическом дискурсе.

Объектом данного исследования послужили НОВ в пьесах английских и американских драматургов XX века. Предмет исследования – гендерно обусловленные особенности структуры НОВ в англоязычном драматургическом дискурсе.

Целью данной работы является установление и описание структурных особенностей НОВ в англоязычном драматургическом дискурсе, а также анализ отличий в выборе средств выражения негативной оценки в зависимости от гендерных параметров участников коммуникации.

Материал исследования составили 700 НОВ, отобранных методом сплошной выборки из англоязычных драматургических произведений XX в.

Е. М. Вольф определяет структуру оценочного высказывания в виде модальной рамки, главными элементами которой являются ее субъект и объект, связанные оценочным предикатом со значением «хорошо / плохо», который характеризуется рядом признаков («эмотивность», «эмоциональность / рациональность», «эффективность») и может быть разнообразно представлен в языке (как отдельными словами, так и семантикой всего высказывания) (Вольф 1985: 11-12). Так, оценочное высказывание – это речевое образование, содержащее модальную компоненту, с помощью которого субъект выражает свое оценочное отношение к какому-либо объекту действительности в рамках определенной коммуникативной ситуации.

Отличительной чертой драматургического дискурса является преобладание персонажного текста. Как отмечают Ю. С. Старостина и А. А. Харьковская, диалоги в пьесах отражают общую употребительность конструкций в сфере разговорной речи, поэтому драматургический дискурс может считаться примером стилизованного разговорного дискурса (Старостина 2014: 24).

Повышенный интерес к социолингвистическим параметрам коммуникации способствовал распространению гендерных исследований, в основе которых – изучение отраженных в языке различий между полами и специфики женского и мужского речевого поведения. Понятие «гендер», базирующееся на социокультурных импликациях концептов «мужское» и «женское», было введено в понятийный аппарат в противовес понятию «пол» для исключения присущего ему биологического детерминизма, объясняющего социальные и культурные различия между представителями разных полов исключительно природными факторами (Кирилина 2004: 29). Наблюдения авторов пьес за характерными чертами речевого поведения представителей женского или мужского пола конкретного социума способствуют предельной адекватности передачи коммуникативных актов персонажей в процессе отражения окружающей реальности (Леонович 2021: 11).

Источником возникновения оценки выступает её объект – лицо, предмет или явление, которому субъект приписывает определенные ценности в процессе акта оценки. Объектом негативной оценки в драматургическом дискурсе может являться человек или группа людей, ситуация, предмет, место, абстрактное понятие, период времени или погода. Наиболее многочисленными являются НОВ, в которых оценка направлена на отдельного человека или группу людей (73,6%), что свидетельствует о повышенном внимании к личности и ее качествам, например, поведению: "*MAGISTRATE. Your conduct here has been most improper*." (Galsworthy). Дискурсивная плотность высказываний с негативной оценкой внешности является наименьшей (3,1%), что может быть связано с большей значимостью морального облика человека в картине мира данного периода, нежели особенностей его внешнего вида.

Субъект оценки – языковая личность или группа языковых личностей, выражающих свое отношение к объекту действительности с учетом определенных ценностных критериев. Было установлено, что большинство корпуса анализируемого материала (97,9%) представляют НОВ с индивидуальным субъектом оценки, преобладание которых указывает на стремление коммуникантов дать оценку, основанную на личных убеждениях. Так, в примере "*MRS. BARTHWICK. Well, I think it's most dreadful!"* (Galsworthy) субъект оценки эксплицируется с помощью личного местоимения *I*, подчеркивая субъективность суждения.

Оценочный предикат отражает специфику оценочного отношения субъекта к объекту. Анализ материала исследования позволил выделить компоненты оценочного предиката: он может быть выражен такими частями речи, как прилагательное, существительное, глагол, наречие, а также может сочетать лексические и грамматические средства выражения оценки.

Необходимо отметить влияние социолингвистических характеристик участников коммуникации, в частности, гендерного фактора на специфику оценочных высказываний. Анализ материала исследования позволил сопоставить высказывания, в которых индивидуальным субъектом оценки является мужчина (40,5%), и те, в которых субъект оценки – женщина (59,4%). Превалирование последних может свидетельствовать о более высоком уровне оценочности речи женских персонажей в отличие от речи персонажей-мужчин.

Среди способов выражения отрицательной оценки, морфолого-семантические средства являются преобладающими как среди женщин (78,1%), так и среди мужчин (77%). В частности, прилагательные выступают универсальными средствами выражения оценочного значения вне зависимости от гендерной принадлежности участников коммуникации. Заметное расхождение наблюдается в использовании глагола как оценочного предиката (женщины – 14,1%, мужчины – 7%). Данная группа средств характеризуется направленностью на выражение отношения субъекта к объекту оценки, а не обозначением его свойств, что позволяет сделать вывод

о большей эмоциональности оценки, присущей высказываниям женщин: “*MRS. BARTHWICK. I hate people that can’t speak the truth.”* (Galsworthy*)*.

Одним из наиболее распространенных способов комбинаторики языковых средств оказалось сочетание оценочных прилагательного и существительного, в частности, среди реплик персонажей-мужчин (35,9%). Подобная комбинация придаёт высказыванию большую интенсивность и категоричность, что считается одним из ключевых маркеров мужского коммуникативного поведения. Например: “*MANGAN. ...I'm nothing but a disgusting old skinflint to be made a convenience of by designing women and fool managers of my works, am I?*” (Shaw). Комбинированной формой оценки, более характерной для женской речи, является употребление оценочного слова в вопросительном предложении. Оценка в таком случае приобретает уклончивый характер. Например: “*LADY UTTERWORD. ...Why is he so unsatisfactory, so contemptible?*” (Shaw).

Таким образом, исследование НОВ в англоязычном драматургическом дискурсе позволяет раскрыть тенденции в использовании средств отрицательной оценки в зависимости от психологических и социальных установок определенного исторического периода.

Список литературы

1. *Вольф, Е. М.* Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М.: Наука. – 1985. – 228 с.

2. *Кирилина, А. В.* Гендерные исследования в лингвистике и теории коммуникации: Учебное пособие для студентов высших учебных заведений / А. В. Кирилина, М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2004. – 252 с.

3. *Леонович, Л. М.* Динамика гендерных маркеров англоязычного драматургического дискурса: на материале пьес британских, американских, канадских и австралийских авторов: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. филол. наук: 10.02.04 / Л. М. Леонович, Москва, 2021. – 25 с.

4. *Старостина, Ю. С.* Динамика негативной оценки в англоязычном драматургическом дискурсе: монография / Ю. С. Старостина, А. А. Харьковская. – Прага: Vědeckovydavatelskécentrum «Sociosféra-CZ». – 2014. – 140 с.

5. *Galsworthy, J.* The Silver Box / J. Galsworthy. – URL: https://www.gutenberg.org/files/2906/2906-h/2906-h.htm (Дата обращения 05.02.2025)

6. *Shaw B.* The Heartbreak House / B. Shaw. – URL: https://www.gutenberg.org/files/3543/3543-h/3543-h.htm (Дата обращения 05.02.2025)

Пустовая В. М.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности глаголов с семантикой агрессии в англоязычных медиатекстах

Введение. Язык представляет собой важнейший инструмент выражения человеческих эмоций и намерений, а агрессия является одной из наиболее ярких форм их реализации. Глаголы с семантикой агрессии занимают центральное место в передаче негативного отношения к объектам, явлениям или событиям, особенно в англоязычных медиатекстах. Эти глаголы выполняют не только информативную функцию, но и служат средством создания эмоционального фона, оказывая воздействие на восприятие аудитории. Исследование их особенностей позволяет глубже понять механизмы формирования речевой агрессии в современном медиадискурсе.

Глаголы с агрессивной семантикой обладают высокой экспрессивностью и способны усиливать эмоциональное воздействие текста (Закоян, 2010). Такие глаголы часто несут в себе оценочные значения и негативные коннотации, что делает их важным средством выражения речевой агрессии. Использование этих языковых единиц в медиатекстах способствует формированию у адресата чувства угрозы или конфронтации, что усиливает манипулятивный эффект сообщения.

Объектом работы являются глаголы с семантикой агрессии в англоязычных медиатекстах, например, assault ‘атаковать’, agonize ‘мучить’ infuriate ‘разъярять’.

Цель данного исследования состоит в установлении и описании особенностей глаголов с семантикой агрессии в англоязычных медиатекстах.

Материал исследования представлен 94 английскими глаголами, отобранными методом сплошной выборки из периодических изданий The Washington Post, The Times, The Guardian UK, The Wall Street Journal, Financial times, The New York Times, The Week UK.

Методологическую основу исследования составили труды лингвистов, изучавших проблему языковой агрессии (Аносова, 2008; Воронцова, 2006; Закоян, 2010), оценки (Арутюнова, 1988; Вольф, 2006), в том числе декодирования оценочной семантики (Бессонова, Ососкова, 2024), и медиатекста (Абашева, 2019; Басовская, 2020; Добросклонская, 2000).

Основная часть. В лингвистическом понимании агрессия проявляется как использование языковых ресурсов для выражения негативных оценок, эмоций или открытого противостояния (Лазебная, 2007). Данное понятие выходит за рамки физических действий, концентрируясь на тех аспектах языкового взаимодействия, где лексика, интонационные характеристики и структура высказываний применяются с намерением спровоцировать конфликт, оказать давление или вызвать чувство неприязни.

Медиатекст, являясь неотъемлемой частью современной медиакультуры, представляет собой синтез различных форматов, направленных на эффективную передачу информации и эмоций

(Добросклонская, 2000). В этом контексте, исследование глаголов агрессии позволяет понять, как именно формируется оценка – многогранное понятие, охватывающее субъективное и объективное восприятие значимости различных явлений (Вольф, 2006).

Семантический анализ глаголов, выражающих агрессию в англоязычных медиатекстах, позволил выделить четыре основные группы. Первая группа включает в себя глаголы, описывающие как непосредственное физическое воздействие на объект (fight, hit, strike, batter, knock out, hammer), так и действия, направленные на его уничтожение или причинение вреда (attack, burn, scorch, assault, shell, agonize, bomb, tyrannize, poison, raid, kill, murder, execute, destroy, eliminate, suffocate, doom, dispose of, wipe out). Например, в сообщении о военных действиях упоминается: *The U.S. in late January struck three facilities in western Iraq used by Kataib Hezbollah, hitting the group's headquarters* [U.S. Kills a Leader of Iraq Militia Blamed in Fatal Attack on Troops, The Wall Street Journal, 08.02.2024].

Вторая группа включает глаголы, выражающие агрессивное эмоциональное состояние. Данная категория объединяет глаголы, описывающие как процесс приведения субъекта в агрессивное состояние (infuriate, enrage, anger, frighten, irritate, expose, terrify, torture), так и пребывание в нем (explode, tremble, worry, suffer, seethe, endure). Примером может служить фраза, взятая из англоязычного медиатекста: *Look at how my son is suffering and in pain* [Famine stalks ruins of Gaza amid faltering ceasefire talks, The Times, 04.03.2024].

Третья группа представляет глаголы межличностной агрессии. Эта группа включает в себя глаголы, отражающие негативное эмоционально-оценочное отношение (begrudge, hate, despise, humiliate, disregard), акты предательства (betray, abandon), а также внешние проявления агрессивного отношения (take revenge, retaliate, oppose). В одном из высказываний англоязычного издания The New York Times подчеркивается: *They want us to know that they hate us and everything we represent* [Wake up & stand up to hate, The New York Post, 14.09.2024].

Четвертая группа включает глаголы речевой агрессии. Данная категория объединяет широкий спектр глаголов, описывающих различные формы агрессивного речевого поведения, включая словесное нападение (attack, lash out), грубое речевое поведение (snap, retort, cut off), оскорбления (insult, offend, curse, swear, hurt), угрозы (threaten, blackmail), грубые требования (shut up, force, order, command), порицание (condemn, censure, scold, rebuke), насмешки (mock, sneer, torment, taunt, snicker), жалобы (whine, scoff, complain), возражения (object, disagree, protest, oppose, contradict, challenge), ссоры (fight, quarrel, bicker) и глаголы, описывающие изменения в громкости голоса (mutter, groan, whisper, shout, yell, bang, snap, cry). Примером может служить фрагмент, взятый из англоязычного издания The Guardian UK: *They were not pulling my shirt, they were not screaming or shouting, but that was the moment my nine-year-old boy cried for the first time* ['Constant terror' of woman held hostage in Gaza, The Guardian UK, 04.03.2024].

Заключение. Проведенное исследование, направленное на выявление и описание особенностей глаголов с семантикой агрессии в англоязычных медиатекстах, позволило выделить четыре основные семантические группы. Анализ отобранных глаголов показал их высокую экспрессивность и способность усиливать эмоциональное воздействие на аудиторию. Эти глаголы несут негативные коннотации и способствуют формированию у адресата чувства угрозы или конфронтации.

Список литературы

1. *Абашева, М. П.* Выразительные ресурсы медиаречи в условиях новых коммуникационных технологий / М. П. Абашева // Международный научный форум «Медиа в современном мире». – СПб, 2019. – С. 323-334

2. *Аносова, С. В.* Агрессия в современной газете / С. В. Аносова // В мире научных открытий. – 2010. – № 6-3 (12). – С. 111-114.

3. *Арутюнова, Н. Д.* Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт / Н. Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1988. – 341 с.

4. *Басовская, Е. Н.* Дискурсивная глубина как типологический признак медиатекста / Е. Н. Басовская // Научный журнал «Дискурс-Пи». – № 1(38). – Екатеринбург: ИД «Дискурс-ПИ», 2020. – С. 21-33.

5. *Бессонова, О. Л., Ососкова, А. С.* Декодирование оценочной семантики английских диминутивных и аугментативных наименований лица / О. Л. Бессонова, А. С. Ососкова // Вестник Московского университета. Серия 19: Лингвистика и межкультурная коммуникация. – М.: ИД МГУ, 2024. – № 1. – С. 75-88.

6. *Вольф, Е. М.* Функциональная семантика оценки / Е. М. Вольф. – М.: КомКнига, 2006. – 280 с.

7. *Воронцова, Т. А.* Речевая агрессия в коммуникативно-дискурсивной парадигме / Т. А. Воронцова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: лингвистика и межкультурная коммуникация. – Воронеж, 2006. – С. 83-86.

8. *Добросклонская, Т. Г.* Теория и методы медиалингвистики (на материале английского языка): дис. … д-ра филол. наук Т. Г. Добросклонская. – М., 2000. – 264 с.

9. *Закоян, Л. М.* Глаголы агрессивного эмоционального состояния / Л. М. Закоян // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Лингвистика. – М., 2010. – № 3. – С. 54-60.

Радионова Д. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантические классы мужских англоязычных антропонимов с категорией оценки с дифференциальными семами «религия», «мужество», «власть», «природа», «род деятельности», «интеллект», «внешность»

Имена собственные являются уникальной частью лексики английского языка и выполняют важные коммуникативные, социальные и культурные функции, а их изучение позволяет глубже понять историческое развитие языка, культурные традиции и социальные процессы.

Актуальность данного исследования обусловлена появлением новых методов изучения лексических единиц, в том числе и антропонимов. В лингвистике фиксируются новые методы исследования их структуры, семантики и функционирования в целом, а исследование категории оценки и гендера вызывает повышенный интерес среди ученых.

Объектом данного исследования выступают мужские англоязычные антропонимы с категорией оценки.

Предметом исследования являются семантические особенности мужских англоязычных антропонимов с категорией оценки.

Цель настоящего исследования заключается в изучении семантических особенностей мужских англоязычных антропонимов с категорией оценки.

Лингвисты по-разному определяют термин «антропоним», но все они полагают, что антропоним – это имя, которое используется для индивидуализации человека.

А. В. Суперанская выделяет антропонимы в особую категорию имён собственных, которые служат для обозначения человека. Лингвист рассматривает данную категорию как объект, который отражает культурно-исторические, социальные и этнические особенности общества (Суперанская, 2012).

По мнению В. А. Никонова, антропоним – это любое имя собственное, включая имя, фамилию, отчество, прозвище или псевдоним. Лингвист подчёркивает, что антропонимы являются важной частью лексики языка, поскольку они отражают особенности национального самосознания и менталитета (Никонов, 1988).

Англоязычные антропонимы обладают богатой семантической структурой, в которой отражаются культурные, исторические и лингвистические особенности народа. Мужские антропонимы, в частности, несут в себе значительное количество информации о социальной роли, статусе, происхождении и мировоззрении человека (Ермолович, 2003).

В зависимости от значения компонента антропонимы подразделяются на следующие семантические классы: «религия», «мужество», «власть», «природа», «род деятельности», «интеллект», «внешность».

Наиболее многочисленной является группа антропонимов с дифференциальной семой «религия» 117 ед. (31%), с семантическим

компонентом «мужество» 97 ед. (26%) и «власть» 8 ед. (2%). Большинство англоязычных имен с дифференциальной семой «религия» происходят от еврейских, греческих и латинских слов, связанных с именами пророков и апостолов, например: *Michael (m)* – др.-греч. *Michaēl* ‘тот, кто подобен богу’. Данное имя собственное связано с архангелом Михаилом, упоминаемым в Библии как защитник верующих и победитель сил зла. Также к именам этого класса относятся: *Matthew (m)* – евр. *Matityahu* ‘дар Божий’; *John (m)* – гр. *Ioannes* ‘Бог милостив’.

Антропонимы с лексической семой «мужество» отождествляются с такими понятиями как «воинственность», «героизм», «храбрость», «победа», «сила», «защита». К данному классу можно отнести следующие антропонимы: *Andrew (m)* – греч. *andreios* ‘мужественный’, ‘смелый’, имя ассоциируется с силой и отвагой; *Leonard (m)* – древ. герм. *leon* ‘лев’ + *hard* ‘сильный’, ‘смелый’; *Richard (m)* – герм. *richi* ‘могущественный’, ‘государь’ + *hart* ‘сильный’, ‘смелый’, ‘властный человек’. Данные имена символизируют лидера, обладающего смелостью и силой.

Имена, содержащие семантический компонент «власть», происходят из древнеанглийского, латинского, германского или скандинавского языков и связаны с воплощением в них силы, управления или лидерства. Примеры таких имен включают: *Henry (m)* – др.-вн. *heim* ‘дом’ + *rīchi* ‘правитель’, ‘владелец’. Имя *Willhelm* носили многие европейские монархи, что укрепило его ассоциацию с властью: *Willhelm (m)* – герм. *will* ‘воля, желание’, + *helm* ‘шлем’, ‘защита’. Так, например, этим именем обладал Вильгельм Завоеватель.

Далее необходимо отметить антропонимы со значениями «природа» 67 ед. (18%) и «род деятельности» 58 ед. (16%). Имена, связанные с природой, часто отражают глубокую связь человека с окружающим миром. Мужские имена с символикой природы восходят к древним языкам, включая англосаксонский, кельтский, скандинавский и греческий: *Ash (m)* – др. англ. ‘ясень’. Это дерево символизирует защиту, стабильность и долголетие; *Asher (m) – иврит. osher* ‘счастливый’, ’благополучный’, данное имя связано с образом чистоты, свежести и лёгкости.

Род занятий человека был важной частью его идентичности, что находило отражение в именах и фамилиях. Под «родом деятельности» понимаются различные сферы труда человека: военные профессии, духовная деятельность, административная деятельность, различные виды ремесла, например: *Smith (m)* – нем. s*chmitz*, ‘подковыриватель, изготовитель оружия’; *Cooper (m)* – шот. ирл. *coop* ‘собиратель’, ‘объединитель’ (в современной интерпретации связано с профессией бондаря), имя подчёркивает трудолюбие и внимание к качеству; *Dean (m)* – лат. *decanus* ‘глава группы из десяти человек’, а позднее – должность в церковной иерархии; *Mason (m)* – санкскрит. *masan* ‘грубый’, ‘простой’ может ассоциироваться с охотой или строительством, соответственно.

Самые немногочисленные классы представлены дифференциальными семами «интеллект» 16 ед. (4%) и «внешность» 11 ед. (3%).

Имена, связанные с интеллектом и внешностью, встречаются в англоязычной антропонимике не часто, однако занимают важное место в истории и культуре. Такие антропонимы отражают умственные и внешние особенности, выступая важными элементами идентификации человека, например: *Benedict (m)* – лат. *benedictus* ‘благословенный’, но благодаря исторической ассоциации с учёностью, например, монашеский орден бенедиктинцев, оно также стало символом интеллектуального развития; *Gray (m)* – др. англ. *grey* ‘серый’, что могло относиться к цвету волос или одежды. Также, примерами имен данного класса выступают: *Crispin (m)* – лат. *crispus* ‘кудрявый’, ‘курчавый’; *Donn (m)* – ирл. *donn* ‘коричневый’, ‘смуглый’; *Linus (m)* – др.-греч. *linos* ‘со светло-желтыми волосами’.

Семантические классы мужских англоязычных антропонимов представляют собой богатый и многогранный пласт языковой культуры. Дифференциальные семы, входящие в их состав, могут быть связаны с различными аспектами жизни человека, они отражают ценности, традиции и символику народа. Углублённое изучение этих классов позволяет не только понять значение имён, но и прикоснуться к культурному наследию англоязычного мира.

Список литературы

1. *Ермолович, Д. И.* Имена собственные на стыке языков и культур. [Текст] / Д. И. Ермолович. – М.: Р. Валент, 2003. – 230 с.

2. *Ивин, А. А.* Основания логики оценок [Текст] / А. А. Ивин. – М.: Изд-во МГУ, 1970. – 230 с.

3. *Карпенко, Ю. А.* О семантике собственных имен / Ю. А. Карпенко // Вопросы ономастики. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2004. – С. 88–91.

4. *Никонов, В. А*. Ищем имя [Текст] / В. А. Никонов. – М.: Советская Россия, 1988. – 125 с.

5. *Суперанская, А. В.* Общая теория имени собственного [Текст] / Либроком, 2012. – 370 с.

Рудницкая К. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвокультурологические особенности английских фразеологических единиц со значением «внешность человека»

Данная работа посвящена исследованию английских фразеологических единиц (далее ФЕ), вербализующих внешность человека, таких как *to be dressed up like a dog’s dinner* ‘разодеться в пух и прах’, *to be a tall drink of water* ‘быть высоким и стройным’, *a face like a bulldog* ‘лицо, как у бульдога’.

Человеческий опыт от рождения до смерти находит свое отражение, осмысление и суммирование в категориях языкового сознания, которое находит выражение в лексике и фразеологии (Алефиренко 2008: 18). В данной работе мы изучаем фразеологизмы, описывающие внешность. Они не просто делают портрет человека более точным и ярким, наделяя его образностью,

но и передают эмоциональное, экспрессивное и оценочное отношение к описываемому (Алефиренко 2008: 18). Л. Д. Белоусова подчеркивает, что понятия «внешность» и «внешний вид» играют ключевую роль в формировании языкового и культурного взгляда на мир, свойственного определенному народу (Белоусова 2016: 4).

Следует отметить, что различные культуры имеют свои уникальные способы описания человека. ФЕ, связанные с описанием внешности, отражают культурные стереотипы, представления и ценности об удовлетворительном внешнем виде, соответственно, изучение и анализ данного пласта фразеологического фонда языка позволяет лучше понять особенности рассматриваемого лингвосообщества, что обуславливает **актуальность** настоящей работы.

Объектом исследования являются ФЕ, репрезентирующие внешность человека в английском языке.

Предмет исследования – их семантические и лингвокультурологические особенности.

Целью настоящего исследования является изучение и описание семантических, а также лингвокультурологических особенностей английских ФЕ, вербализирующих внешность человека.

Материалом исследования послужили 400 ФЕ английского языка, вербализирующих внешность человека, отобранных методом сплошной выборки из современных фразеологических, лингвострановедческих словарей, а также сборников пословиц и поговорок английского языка.

Известно, что «...фразеологизм обладает составной, целостной номинацией с косвенно номинативным значением, которое характеризуется общим метафорическим или метонимическим переосмыслением слов-компонентов, входящих в ФЕ, что приводит к оценочности, экспрессивности, образному характеру семантической единицы и отражает идиоматическое, обобщенно-целостное обозначение какого-либо явления действительности» (Диброва 1995: 323).

Уникальность метафорических переносов состоит в возможности создания признаков, не имеющих аналогов в системе средств прямой номинации. Образно аналитическая структура метафоры позволяет передавать значения любой степени сложности и семантической конфигурации. Метафора возникает при уподоблении одного явления другому на основе семантической близости состояний, свойств и действий, характеризующих эти явления. С формальной точки зрения, метафорический перенос заключается в употреблении слова (словосочетания, предложения), предназначенного для обозначения одних объектов (ситуаций) действительности, для наименования или характеризации других объектов (ситуаций) на основании условного тождества приписываемых им предикативных признаков (Кунин 2005: 77). Американский лингвист Джордж Лакофф трактует метафору как уподобление и отмечает, что: «это вид тропа, скрытое образное сравнение, уподобление одного предмета, явления другому (напр. *чаша бытия*) (Lakoff, Johnson 1980: 145).

В данной работе предпринята попытка классифицировать английские ФЕ, характеризующие внешность человека, по характеру метафорических переносов, на которых они основаны, а именно, в соответствии с тематической соотнесенностью сравнения, лежащего в их основе. В результате анализа были выделены следующие группы ФЕ:

1. ФЕ, основанные на анималистических метафорах, например, *an ugly duckling* ‘гадкий утенок’. Данная ФЕ описывает человека, который не похож на других. Источником происхождения выражения *an ugly duckling* является название сказки датского писателя Ганса Христиана Андерсена, в которой говорится о том, что однажды среди вылупившихся утят оказался один некрасивый, непохожий на собратьев. Со временем утёнок вырос и оказался прекрасным лебедем. ФЕ характеризует несправедливо оценённого человека.

Еще одним примером ФЕ, основанной на анималистической метафоре, является ФЕ *jackdaw in peacock’s feathers* ‘ворона в павлиньих перьях’, характеризующая человека, который пытается казаться более важным и значительным, чем есть на самом деле. Источником данной ФЕ, вероятно, является басня Эзопа *The Bird in Borrowed Feathers.*

В качестве примеров можно также привести следующие ФЕ: *wet chicken* ‘человек нелепого и жалкого внешнего вида’, *the tattered cat* ‘женщина исключительной худобы, крайне измождённая’, *snake in a corset* ‘человек исключительно тоненький, худенький’.

К данной группе относятся также такие адъективные сравнения, как *eyes like a hawk* ‘глаза, как у ястреба’, *a build like a bear* ‘телосложение, как у медведя’, *(as) graceful as a swan* ‘изящный как лебедь’, *(as) red as a lobster* ‘красный как рак’, *a face like a bulldog* ‘лицо, как у бульдога’. ФЕ *a face like a bulldog* используется для описания человека с грубым, угловатым или непривлекательным лицом. Отметим, что бульдог является неофициальным символом Великобритании и часто ассоциируется с британским патриотизмом, стойкостью и упорством, что отражено в таких ФЕ, как *a bulldog's grip* ‘крепкая хватка’, *bulldog spirit* ‘упорство и решимость, особенно в трудных ситуациях’. Бульдоги как порода известны своим характерным внешним видом с плоской мордой, широкими челюстями и мощным телосложением, что и послужило основой для данной ФЕ.

Отметим также ФЕ *knee-high to a grasshopper* ‘букв. ростом по колено кузнечику’, имеющую гиперболический характер. Значение данного выражения – совсем молодой. Согласно Кристин Аммер, ФЕ *knee-high to a grasshopper* появилась в английском языке примерно в 1850 г., заменив более ранние ФЕ *knee-high to a mosquito (bumblebee, splinter)* (Ammer 2013: 588).

2. ФЕ, основанные на растительных метафорах, например, *a cauliflower ear* ‘ухо, деформированное из-за травмы и чрезмерного роста восстановительной ткани’, *almond eyes* ‘глаза в форме миндаля’, *a bush of hair* ‘копна волос’, *milk and roses* ‘кровь с молоком, румянец’.

К данной группе относятся также такие адъективные сравнения, как *(as) fair as a lily* ‘прекрасный как лилия’, *(as) fresh as a rose* ‘свежа как роза’, *(as) brown as a berry* ‘очень тёмный, загорелый, шоколадного цвета’.

В ряде метафорических выражений присутствуют колоративные компоненты, например, *the white chalk* ‘очень бледный, как призрак’, *the yellow guinea* ‘желтовато-бледный (о лице)’, *the black crow* ‘тёмный, загорелый’, а также числовые: *a million dollars* ‘выглядеть на все сто’, *five o’clock shadow* ‘щетина на лице’.

Список литературы

1. *Алефиренко, Н. Ф.* Фразеология в свете современных лингвистических парадигм: монография / Н. Ф. Алефиренко. – М.: Элпис, 2008. – 272 с.

2. *Бабайцева, В. В., Николина, Н. А., Чеснокова, Л. Д.* Современный русский язык. Теория. Анализ языковых единиц. В 2 частях / под ред. Е. И. Дибровой. – 3-е изд., стер. – М.: Издательский центр «Академия», 2008 – 624 с.

3. *Белоусова, Л. Д.* Сопоставительный анализ фразеологических единиц, характеризующих внешность человека в английском и русском языках: структурный и семантический аспекты: автореф. дис. кан. филол. наук / Л. Д. Белоусова. – М., 2016. – 27 с. – Текст: непосредственный.

4. *Кунин, А. В.* Курс фразеологии современного английского языка. Учеб. для ин-тов и фак. иностр. Яз . / А. В. Кунин. – 2-е изд., перераб. – М.: Высш. шк., Дубна: Изд. центр "Феникс", 1996 – 381 с.

5. *Ammer, C.* Dictionary of idioms / C. Ammer. – Skyhorse, 2013. – 544 p.

6. *Lakoff*, *G.*, *Johnson*, *M.* Metaphors We Live By / G. Lakoff, M. Johnson, 1980. – 256 p.

Семенова А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Адъективные фразеологические единицы в английском языке

Данная работа посвящена исследованию английских адъективных фразеологических единиц (ФЕ) их структуры, семантики, а также лингвокультурологических особенностей. Следует отметить, что ФЕ являются неотъемлемой частью любого языка в мире, они могут использоваться как выразительное средство и в устной речи, и в литературно-художественных текстах, они служат образному отражению мира и играют ключевую роль в создании языковой картины мира.

Актуальность исследования данной темы обусловлена необходимостью детального изучения адъективных фразеологических единиц, являющихся составной частью фразеологической картины мира, что позволяет выявить особенности культурной специфики стран, где английским языком владеет большинство населения, таких как Великобритания, США, Австралия и Новая Зеландия.

Объектом исследования являются адъективные ФЕ в английском языке.

Предметом исследования являются структурно-семантические и лингвокультурологические характеристики английских адъективных ФЕ.

Целью данной работы является изучение адъективных ФЕ английского языка и их структурных и семантических особенностей.

Материалом исследования послужили: 300 адъективных ФЕ английского языка, отобранных методом сплошной выборки из современных фразеологических и англо-русских словарей, а также сборников пословиц и фразеологизмов английского языка, например, из англо-русского фразеологического словаря А. В. Кунина и большого англо-русского словаря К. В. Мюллера. Также в данной работе рассматриваются примеры из иностранных английских словарей, таких как Cambridge International Dictionary of Idioms и Oxford Idioms Dictionary for learners of English.

Теоретическую базу исследования составляют работы в области фразеологии отечественных (В. В. Виноградов, Н. Н. Амосова, В. Н. Телия, Н. М. Шанский, А. И. Смирницкий и А. В. Кунин) и зарубежных (Балли Шарль, Логан Пирсолл Смит, Джон Зуковски) исследователей.

Фразеология – это лингвистическая дисциплина, изучающая устойчивые словосочетания с осложненной семантикой – фразеологизмы, или ФЕ, в современном состоянии языка и его историческом развитии (Кунин, 1970).

Фразеологизм – это устойчивое сочетание слов, которое имеет целостное значение, не выводимое из значений составляющих его компонентов.

Адъективные фразеологизмы – это фразеологизмы, дающие качественную характеристику объектам окружающего мира и выступают в предложении в функции определения или именной части составного именного сказуемого.

В адъективных ФЕ основным смыслоопределяющим компонентом, как правило, является прилагательное, поскольку, как было сказано ранее, семантической основой является понятие качества (Арсентьева, 1986).

В ходе анализа эмпирического материала было выделено 3 главных критерия, позволяющих классифицировать адъективные ФЕ с разных точек зрения:

1. Анализ по структурно-грамматическому критерию показал, что превалируют компаративные адъективные ФЕ со структурой as+adj+as+noun (54%), такие как *as mad as a beetle / as a snake / as a frilled lizard* ‘сумасшедший, злой’. Они являются сочетанием простоты, выразительности, универсальности структуры, исторических и культурных факторов, благодаря которым удобно создать образ для сравнения качеств человека или предмета.

2. По этимологическому критерию, анализ ФЕ показал, что преобладают адъективные ФЕ, заимствованные из вариантов английского из других стран, т.е. внутриязыковые заимствования (50%), такие как *(as) phony (*или *queer) as a three-dollar bill* ‘чокнутый, подозрительный’ и *as mad as a gumtree full of galahs* ‘сумасшедший, злой’. Это связано с постоянным общением англоязычных людей друг с другом и влиянием особенностей своей речи на речь собеседника, т.е. они передают друг другу опыт и культуру вместе со словами и выражениями, свойственными их варианту английского языка.

3. В результате анализа по семантическому критерию выяснилось, что превалируют ФЕ, описывающие физические свойства предметов и людей (26%), например: *as hard as nails* ‘твердый, как гвозди’, *as right as rain* ‘совершенно здоров’. Это связано с необходимостью у англоговорящих людей описать предмет или человека в доступной манере, например, через ассоциации с другими предметами или явлениями, которые помогают людям описать твердость, мягкость предмета, температуру, физическое состояние человека или предмета.

Проведенный анализ позволяет констатировать, что английский язык является одним из самых богатых языков в плане ФЕ. ФЕ несомненно занимают огромное значение в его истории и развитии. Все события, происходящие в Великобритании, США и других англоязычных странах отражаются во фразеологии: политическая жизнь, спорт, культурные события, повседневная жизнь. Так что, можно с уверенностью сказать о том, что благодаря ФЕ, в том числе и адъективным ФЕ, английский язык с каждым днем будет развиваться, приобретать новые очертания и обогащаться.

Список литературы

1. *Арсентьева*, Е. Ф. Сопоставительный анализ фразеологических единиц (на материале фразеологических единиц, семантически ориентированных на человека, в английском и русском языке) / Е. Ф. Арсентьева // Казань: Изд-во Казанского университета, 1986. – 123 с.

2. *Арнольд*, И. В. Современные лингвистические теории взаимодействия системы и среды / И. В. Арнольд // Вопросы языкознания, 1991. – №3. – С. 118-126

3. *Виноградов*, В. В. Лексикология и лексикография: Избр. тр./ В. В. Виноградов // М.: Наука, 1986. – 312 с.

4. *Кунин* А. В. Английская фразеология / А. В. Кунин // М.: Высшая школа, 1970. – 346 с.

Соловьев В. Е., Войтенко Е. Ю.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Английские фразеологизмы с флористическим компонентом: структура и семантика

Фразеология занимает важное место в языковой системе, отражая культурные, исторические и когнитивные особенности народа. Важной частью фразеологического фонда английского языка являются устойчивые выражения с флористическим компонентом, в которых названия растений приобретают символическое значение. Мир растений является важной частью жизни человека, соответственно, тесная связь с природой приводит к необходимости номинации растений и прочих явлений, которые фиксируются в определенных представлениях (Летова 2014: 32).

Целью настоящего исследования является анализ английских фразеологических единиц (далее ФЕ) с флористическим компонентом с точки зрения их структуры, семантики и лингвокультурных особенностей.

Актуальность исследования обусловлена тем, что изучение ФЕ с флористическим компонентом позволяет выявить особенности мировосприятия англоязычного общества, а также способствует совершенствованию методики их перевода.

Для достижения указанной цели необходимо решить следующие задачи:

- определить основные теоретические подходы к изучению ФЕ;
- классифицировать английские ФЕ с флористическим компонентом по структурным и семантическим признакам;
- определить национально-культурную специфику флористических ФЕ.

Объект исследования – английские ФЕ с флористическим компонентом.

Предмет исследования – структурно-семантические и лингвокультурные характеристики английских ФЕ с флористическим компонентом.

В работе использованы следующие методы: метод фразеологического анализа; метод компонентного анализа; метод семантического анализа; метод количественного анализа.

В ходе исследования выявлено, что большая часть английских ФЕ с флористическим компонентом представлена словосочетаниями (79,17%), например, **to turn over a new leaf** ‘начать с чистого листа’, **to sow one’s wild oats** ‘делать глупости в молодости’; меньшая – предложениями (20,83 %), например, **a rolling stone gathers no moss** ‘катящийся камень мхом не обрастает’. Наиболее продуктивными являются глагольные фразеологизмы (60%), например, *to shake like a leaf* ‘дрожать от страха’; затем следуют субстантивные (25,05%): *a blue rose* ‘что-либо недостижимое’; адъективные (10,11%), например, *as cool as a cucumber* ‘спокойный, невозмутимый’ и адвербиальные (4%), такие как *out of the wood* ‘вне опасности’.

С точки зрения семантических особенностей рассматриваемых ФЕ, они могут выражать как положительные (*to blossom into something* ‘развиться во что-то значительное’), так и отрицательные коннотации (*to be in the weeds* ‘находиться в сложной ситуации’). Кроме того, выделены основные метафорические образы: рост и развитие (to *put down roots* ‘пустить корни’), красота и молодость (*as fresh as a daisy* ‘бодрый, свежий’), нестабильность и хрупкость (*to shake like a leaf* ‘дрожать как лист’).

Стоит также отметить, что многие английские флористические ФЕ имеют глубокие исторические и литературные корни, связанные с традициями, религией, фольклором и художественной литературой стран носителей английского языка, например, источником происхождения ФЕ *a rose without a thorn* ‘исключительное явление’ является стихотворение «Девушка из Ричмонд-Хилла» ирландского поэта и драматурга Л. Мак-Нелли (Кунин 1984: 643). Исторические реалии также нашли отражение во ФЕ с

флористическим компонентом, например, ФЕ *the Cotton State* ‘хлопковый штат (прозвище штата Алабама)’ восходит к сельскохозяйственным традициям (хлопок – основной сельскохозяйственный продукт штата Алабама) (Кунин 1984: 716).

Исследование показало, что английские фразеологизмы с флористическим компонентом обладают высокой структурной и семантической вариативностью. Они играют значительную роль в передаче национальной специфики языка, отражая традиции и культурные особенности англоязычного общества.

Список литературы

1. *Кунин, А. В.* Большой англо-русский фразеологический словарь / лит. ред. М.Д. Литвинова – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Рус. яз., 1984. – 944 с.

2. *Летова, А. М.* Из истории исследования фитонимической лексики: лингвокультурологический аспект / А. М. Летова // Вестник МГОУ. Серия «Русская филология». – 2014. – №2. – С. 30-34

Таран Д. Е.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности реализации информационных угроз в структуре англоязычного медиатекста конфликтной тематики

Введение. Современные СМИ интерпретируют реальные конфликты через лингвистически сконструированные медиасобытия, которые представляют собой образы-проекции социальных конфликтов, основывающиеся на разных идеологических позициях и целях. Посредством использования имплицитных и эксплицитных языковых средств, а также мультимодальных (поликодовых) текстов в медиапространстве формируются стереотипы через информационно-психологическое воздействие на адресата.

Анализ особенностей реализации информационных угроз в структуре современного англоязычного медиатекста невозможен без исследования структуры перевёрнутой пирамиды (*IP-style, inverted pyramid style*). Данный композиционный принцип построения текста предполагает создание максимального комфорта для читателя и используется в данной работе для анализа частоты реализации лингвистических маркеров эксплицитного и имплицитного характеров.

Объектом исследования выступают информационные угрозы, а предметом – лингвистические маркеры их проявления в структуре современного англоязычного медиатекста конфликтной тематики.

В рамках данного исследования, концепция медиатекста, разработанная Т. Г. Добросклонской и широко используемая другими теоретиками (Солганик, 2005; Дейк, 1989), является основополагающей и помогает систематизировать описание медиатекстов – «объемных многоуровневых явлений, в основе концепции которых лежит органичное сочетание единиц вербального и медийного ряда» (Добросклонская 2005: 286). Н. А. Ахренова

утверждает, что в медиатексте реализуется не только речевое, но и информационно-психологическое воздействие, которое достигается умелым сочетание элементов различных семиотических систем (Ахренова 2016: 12).

Основополагающим фактором информационно-психологического воздействия на читателя в работе, вслед за М. А. Сизьминым, понимается медиаугроза – «важная составляющая угроз национальным интересам в информационной сфере с учетом современных концепций ведения информационных войн» (Сизьмин 2017: 31). Медиаугроза может быть представлена как лингвистическими, так и паралингвистическими маркерами; выражена эксплицитно и имплицитно.

Следует отметить, что в рамках Стратегии национальной безопасности, утвержденной указом Президента РФ от 02.07.2021 № 400, информационная безопасность является стратегическим приоритетом для защиты национальных интересов. В связи в этим становится особенно актуальным выделение лингвобезопасности как части информационной безопасности государства (Лисицкая, 2009).

Материал исследования представлен лингвистическими маркерами информационных угроз в количестве 119 единиц, которые были отобраны методом сплошной выборки из 10 медиатекстов жанра *feature article*, опубликованных в британских (*The Times, The Guardian)* и американских изданиях (*The New York Times, The Washington Post, The Wall Street Journal)* в период с декабря по январь 2023 года. Все статьи объединены наличием медиаугрозы в разных проявления и охватываю такие темы, как: СВО, напряжённая ситуация на Ближнем Востоке, помощь Запада Украине и др.

Основная часть. Современный англоязычный медиатекст отличается своей оперативностью, агрессивностью, мультимедийностью и гипертекстуальностью, которые реализуются через взаимодействие вербальной и медийной части; а также проявлением информационных угроз в структуре через имплицитные и эксплицитные языковые средства. Помогает воздействовать на массовую аудиторию структура перевёрнутой пирамиды, состоящая из 5 частей: заголовок, лид (где используется правило шести вопросов 5W+H=6), основная часть, фон и конец.

Деятельность эмоционально-экспрессивных англоязычных СМИ, которые преобладают в мировой паутине коммуникации, формируют общественное мнение с помощью лингвистических маркеров, которые в нашей работе классифицируются по двум признакам: уровень средств художественной выразительности (лексические, синтактико-грамматические, стилистические, морфологические); способ выражения информационной угрозы (эксплицитный и имплицитный). Данные маркеры выступают информационными угрозами и создают манипулятивный эффект на читателя в медиадискурсе.

В ходе анализа англоязычных медиатекстов установлено, что основная часть в структуре перевёрнутой пирамиды больше всего насыщена средствами реализации информационных угроз (80 единиц, 67%). Среди лингвистических маркеров следует выделить эксплицитные эпитеты и номинативные

сочетания, которые эмоционально описывают упоминаемые события и помогают окунуть читателя в повестку.

К примеру, в следующем отрывке из статьи *"Mr. Biden's case for aid to Ukraine and Israel is strong":* In fact, *a rules-based international order, under U.S. stewardship*, has a proven record of promoting prosperity not just overseas but also at home (The Washington Post, Oct. 22, 2023), – можно выделить эксплицитные средства выражения информационной угрозы, а именно, вводное слово *in fact,* номинативное сочетание *a rules-based international order* и эпитет *a proven record,* которые описывают лидерство США как проверенный опытом международный порядок, обеспечивающий процветание не только у себя, но и заграницей.

Второе место по частотности маркеров медиаугроз в структуре перевёрнутой пирамиды занимает лид (17 единиц, 14%). Интересно использование таких имплицитных маркеров, как инклюзивное «мы» и вопрос-объективация: "*WHAT WOULD happen if we walked away*?" (The Washington Post, Oct. 20, 2023).

Третье место по продуктивности занимает фон медиатекста (8 единиц, 7%), в котором чаще всего употребляются фразеологизмы. Рассмотрим следующий отрывок: *More than 4,400 were mobilised troops who were plucked from civilian life and deployed to the front lines, often with little more than rudimentary training* (The Times, Nov. 22, 2023). В данном случае можно выделить сразу 4 маркера проявления информационной угрозы, а именно, имплицитные фразеологизмы *to be plucked from civilian life* и *to be deployed to the front lines*, а также эксплицитные эпитет *little more than rudimentary training* и вводное слово *often*.

Одинаковыми по показанию количества маркеров информационной угрозы в структуре перевёрнутой пирамиды являются заголовок (7 единиц, 6%) и конец (7 единиц, 6%). К примеру, слово *enemy* с помощью антономасии помогает автору имплицитно транслировать понятие России, как злейшего врага: *"The enemy also learns very quickly, and he also makes his own conclusions, counteracting our actions," Admiral Neizhpapa said* (The New York Times, Nov. 13, 2023).

Заключение. Проведенное исследование с целью установления частоты распределения лингвистических маркеров по структурным элементам современного англоязычного медиатекста показало, что основная часть перевёрнутой пирамиды является самой продуктивной на наличие информационных угроз.

Список литературы

1. *Ахренова, Н. А*. Интернет-дискурс как гипертекст / Н. А. Ахренова // Вестник Московского государственного областного университета. – 2016. – № 3. – С. 1–12.

2. *Дейк, Т. А. ван.* Язык. Познание. Коммуникация / Теун ван Дейк. – Москва: Прогресс, 1989. – 227 с.

3. *Добросклонская, Т. Г.* Вопросы изучения медиатекстов: опыт исследования современной английской медиаречи / Т. Г. Добросклонская. – Москва: URSS, 2005. – 286 с.

4. *Добросклонская, Т. Г.* Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ / Т. Г. Добросклонская. – Москва: Флинта: Наука, 2008. – 264 с.

5. *Лисицкая, Л. Г.* Коммуникативные нормы и лингвистическая безопасность современных медиатекстов / Л. Г. Лисицкая // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. – Адыгея, 2009. – №1. – С. 87-91

6. *Сизьмин, М. А.* Медиаугрозы национальной безопасности России и средства их устранения: автореферат дис. ... кандидата филологических наук / М. А. Сизьмин. – Москва, 2017. – 31 с.

7. *Слышкин, Г. Г., Малыгина, Л. Е., Павлова, Е. С.* Лингвобезопасность в аспекте ценностных, идеологических и социальных изменений / Г. Г. Слышкин, Л. Е. Малыгина, Е. С. Павлова // Верхневолжский филологический вестник. – 2022. – №1(28). – С. 64-69

8. *Солганик, Г. Я.* К определению понятий «текст» и «медиатекст» / Г. Я. Солганик // Вестник Московского государственного университета. Серия 10: Журналистика. – Москва, 2005. – С. 7-16.

9. Annenkova, I. V. On the Constant of Mass Media Text: Presenting Issues of Rhetoric Modality / I. V. Annenkova // Medialinguistics. – Moscow, 2014 – № 1 (6). – Pp. 71-76.

10. *Bell A.* The Language of News Media / Allan Bell. – Oxford: Blackwell, 1991. – 277 p.

11. *Dijk, T. A. van.* Introduction: Discourse Analysis as a New Cross-Discipline / Teun A. van Dijk // Journal of Political Ideologies. – 2006. – Pp. 115-140.

Толочко А. Д., Гапотченко Н. Е.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности французских анекдотов

Анекдот – юмористический текст малой формы, направленный на создание комического эффекта, который используется в основном в устной речи и описывает национально-культурные особенности стран (Дворянчикова, 2016).

Тематика французских анекдотов отражает различные тематики, к примеру, бытовую жизнь, семейные отношения, стереотипы, характерные для французского общества. В ходе исследования был проведен количественный анализ, который позволил наиболее точно определить распространенность тематик. Для исследования было отобрано 100 текстов французских анекдотов из сети Интернет. Таким образом, выявлено, что:

- Глупость (32%) – тематика, получившая наибольшую распространенность. В таких сюжетах высмеивается нелепость, невежество, стереотипы о блондинках и сумасшедших, учителях, врачах.
- Семейные отношения (26%) – в таких анекдотах описываются взаимоотношения между мужем и женой, родителями и детьми, и другими родственниками.
- Супружеская измена (10%) – подтема, пересекающая тематику семейных отношений, однако включающая в себя третье лицо. Сюда входят анекдоты о неверности, подчеркивающие ценность семейной жизни.
- Злоупотребление алкоголем (6%) – в данную категорию входят шутки о чрезмерном употреблении алкоголя, ситуации в барах, а также реакции врачей.
- Деньги (7%) – анекдоты о жадности, скупости и отношении французов к финансам в целом.

Во французских анекдотах часто встречаются ирония и сарказм. Такие короткие рассказы отражают национальные ценности и критикуют общественные устои. Стоит также отметить широкое употребление разговорной лексики и экспрессивных выражений в анекдотах, к примеру, *«mec»* – парень.

Преимущественно анекдоты строятся на коротких диалогах, иногда даже в форме «вопрос-ответ» – *Où a été signé le traité de Versailles ? En bas de la feuille* (Blague.com). Наиболее популярным грамматическим временем является Le Présent de l'Indicatif (89%) – *Une dame se présente chez le pharmacien* (Blague.com). По мнению В. В. Химика, в анекдоте часто используется настоящее время глагола, так как «анекдот близок народному театру» (Шмелева, 2002). Второе по количеству употребления время Le Passé Composé de l'Indicatif встречается почти в половине текстов (44%) – *Ton père a toujours refusé de me parler de sa famille* (Blague.com). Оно менее популярно, чем настоящее время, что обусловлено контекстом анекдотов. Еще меньшей популярностью пользуется L'imparfait de l'Indicatif (18%). Обычно оно встречается в анекдотах с вышеупомянутым Le Passé Composé de l'Indicatif для описания обстоятельств, эмоций, чувств, состояний, создания атмосферы в прошлом – *C'était vivable* (Blague.com). Наименее популярным временем оказалось Le Futur Antérieur. В выборке отмечен всего один случай его употребления. Данное время применяется для выражения предполагаемого состояния, отраженного в будущем – *Je reviendrai quand vous aurez dessoûlé* (Blague.com).

Анекдоты обладают четкой структурой. В них обычно есть введение, которое знакомит нас с персонажами, и развязка – неожиданная концовка, в которой достигается комический эффект. Сам по себе комический эффект строится на трех характеристиках: эстетической (каламбур, пародия, гиперболизация, сарказм), лингвистической (языковая игра), психологической (смех).

Грамматическая структура анекдота чаще всего представлена в виде простых предложений. Как показал количественный анализ, простые предложения встречаются в 100% текстов анекдотов – *Elle me cherche* (Blague.com), в то время как сложные предложения появляются только в трети текстов (33%) – *Parce que papa a essayé, hier, et il s'est reçu une paire de gifles* (Blague.com). При этом, сложносочиненные и сложноподчиненные предложения встречаются в практически одинаковом соотношении (17 случаев употребления сложносочиненных предложений и 16 случаев употребления сложноподчиненных):

Dieu a enlevé une côte à Adam pour créer Ève, et Ève a fait manger de la pomme à Adam (Blague.com).

Je reviens d'un mariage, on a bu comme des trous, j'ai au moins bu cinq bouteilles de vin, et pour terminer, j'ai flûté une bouteille de cognac (Blague.com).

Данная грамматическая особенность связана с тем, что анекдот – преимущественно устный жанр, а в речи превалируют простые и короткие предложения. Анекдот является текстом малого жанра, для которого не типичны усложненные синтаксические структуры. Также в ситуациях анекдотов зачастую присутствуют диалоги, которые не подразумевают обилие сложных предложений.

Таким образом, французские анекдоты представляют собой сложное явление, в котором тесно переплетаются лингвистические и культурные аспекты. Их изучение позволяет глубже понять французский юмор, особенности коммуникации и механизмы создания комического эффекта.

Список литературы

1. *Дворянчикова, С. Е.* К вопросу о поэтонимосфере французских анекдотов [Текст] / С. Е. Дворянчикова // Massachusetts Review of Science and Technologies. – Massachusetts : MIT Press, 2016. – № 1 (13). – С. 538–544.

2. *Шмелева, Е. Я.* Русский анекдот. Текст и речевой жанр. [Текст]: учеб. пособ. / Е. Я. Шмелева, А. Д. Шмелев – М.: Языки славянской культуры, 2002. – 144 с.

3. *Blague.com* [Электронный ресурс] URL: https://www.blague.com (Дата обращения 26.01.2025).

Уваров А. Е.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантические особенности английских фразеологических единиц с компонентом «сила»

Данная работа посвящена анализу семантических особенностей английских фразеологических единиц (далее ФЕ) с компонентом «сила».

Современная лингвистика все чаще фокусируется на изучении фразеологического фонда языка как системы, отражающей представление о мире, менталитет и индивидуальность его носителей. Изучению ФЕ посвящены работы таких ученых, как Н. Ф. Алефиренко, Н. Н. Амосова, В. В.

Виноградов, В. П. Жуков, М. Л. Ковшова, А. В. Кунин, Н. Н. Семененко и многих др.

Английские ФЕ с компонентом «сила» обладают множеством оттенков значений, что обуславливает необходимость их анализа и описания.

Согласно *Cambridge Dictionary* слово «*strength*» значит:

- the ability to do things that need a lot of physical or mental effort (способность делать то, что требует много физических или умственных усилий);

- *the degree to which something is strong or powerful* (степень, в которой что-то является сильным или мощным);

- *a good characteristic* (хорошая характеристика);

- *the number of people in a group* (количество людей в группе) (Cambridge dictionary).

Примерами английских ФЕ с компонентом «сила» могут послужить следующие единицы: *to pluck (или take) by the beard* ‘решительно действовать’, где компонент «сила» выражается в аспекте выполнения определённого действия с решительной силой; *to make a meal of it* ‘перестараться, переусердствовать, переборщить; хватить через край’, где «сила» выражается в применении слишком больших усилий для достижения какой-либо цели, что порождает неудачу.

Цель данного исследования заключается в проведении семантического анализа английских ФЕ с компонентом «сила». В качестве объекта данной работы выступают английские ФЕ с компонентом «сила». Предмет исследования – их семантические и лингвокультурологические особенности. Материалом исследования являются 212 ФЕ, отобранные методом сплошной выборки из Большого англо-русского словаря им. А. В. Кунина (Кунин, 1984).

В ходе анализа эмпирического материала были выделены следующие фразеосемантические группы: энергичность; усердие; интенсивность действия; власть/властность; мужество; физическое состояние человека/предмета.

Группу английских ФЕ, выражающих энергичность, т. е. «силу и напряжённость, проявляемых в действиях и поступках» (Шведова 2003: 260), составляют 48 единиц (23%). Данные единицы характеризуют потенциал силы или активности, позволяющей человеку выполнять различные действия, например, *hammer and tongs* ‘энергично, изо всей силы; отчаянно, яростно; с воодушевлением’.

Следующей в количественном отношении является группа английских ФЕ, выражающих такое понятие, как усердие, т. е. «большое старание, стремление сделать что-то хорошо, тщательно» (Шведова 2003: 257). Данную группу составляют 48 ФЕ (23%), в них отражены прилагаемые усилия для выполнения какого-либо действия, к примеру, *with both hands* ‘1) усиленно; непрестанно; 2) свободно, полностью; охотно’.

Кроме того, анализ материала позволил выделить группу английских ФЕ, объединенных значением интенсивности действия (44 ФЕ, 21%).

Примером служит следующая ФЕ: *to fret and fume (тж. fume and chafe)* ‘злиться и ворчать; рвать и метать; портить себе кровь’.

ФЕ, связанные со значением власть/властность, отражают действенность, потенциал воздействия на кого-что-н. (Шведова 2003: 167); право и возможность распоряжаться кем-чем-н., подчинять своей воле, например, *to be out of the top drawer* ‘принадлежащий к верхушке общества, к привилегированному сословию; хорошо воспитанный’. Данную группу составляют 37 ФЕ, т.е. 17% от общего количества.

Английские ФЕ, объединенные во фразеосемантическую группу мужество,

характеризуют такие качества, как твёрдость, присутствие духа в опасности, проявление твёрдости духа, например, *a heart of oak* ‘храбрый, мужественный, отважный человек’. Данную группу составляет 20 ФЕ (9%).

Выражения, характеризующие физические свойства предметов или людей, объединены в группу физическое состояние. Например, сюда можно отнести ФЕ–*(as) strong as a bull (horse или ox)* ‘здоров как бык’. Эта группа включает 15 единиц, что составляет 7% от всей выборки.

Таким образом, наиболее продуктивными являются группы английских ФЕ с компонентом «сила», которые выражают энергичность и усердие, что отражает особые свойства английского характера, что, вероятно, обусловлено тем, данные качества оцениваются положительно в языковой картине мира носителей английского языка.

Список литературы

1. *Кунин, А. В.* Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – Москва: Русский язык, 1984. – 945 с.

2. *Шведова, Н. Ю.* Русский семантический словарь в 6т. / Н. Ю. Шведова. – Т.3. – Москва: Азбуковник, 2003 – 713 с.

3. Cambridge dictionary. – URL.: https://dictionary.cambridge.org/dictionary/ (дата обращения: 25.02.2025).

Узкая К. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структурно-семантические особенности английских неологизмов-блендов

Данная работа посвящена исследованию структурно-семантических особенностей английских неологизмов-блендов (телескопизмов) (далее – ТЕ), представляющих важный пласт лексической системы языка. Примерами ТЕ являются глагол *guessmate* ‘оценивать приблизительно’ < *guess* ‘предполагать’ + *estimate* ‘оценивать’, существительное *dunchfast* ‘прием пищи один раз в день, сочетающий в себе завтрак, обед и ужин’ < *dinner* ‘ужин’ + *lunch* ‘обед’ + *breakfast* ‘завтрак’.

Определение Г. В. Лашкова в полной мере даёт характеристику ТЕ и наиболее широко раскрывает данное понятие: «Телескопная единица – слово,

образованное путём слияния двух (или более) усеченных основ или слияния полной основы с усеченной основой, полностью или частично включающее в себя значение всех входящих в него структурных элементов» (Лашкова 2024: 265).

Актуальность настоящего исследования связана с важностью изучения структурно-семантических особенностей английских неологизмов-блендов (телескопизмов) и обусловлена необходимостью дальнейшей систематизации накопленных знаний в области словообразования. Объектом исследования выступают английские неологизмы-бленды (телескопизмы). Предметом исследования данной работы являются структурно-семантические особенности английских неологизмов-блендов (телескопизмов). Цель данного исследования заключается в изучении способов образования неологизмов-блендов в английском языке, их особенностей функционального и семантического характера.

Материалом исследования служат неологизмы-бленды английского языка в количестве 350 единиц, которые были отобраны методом сплошной выборки из лексикографических источников: Cambridge Dictionary, Lexicopoeia: A Lexicon of Neologisms, Longman Dictionary of Contemporary English: for Advanced Learners, Macmillan Buzzword Dictionary, а также англоязычное периодическое издание The Washington Post.

Необходимо упомянуть, что в трудах ученых-лингвистов присутствует терминологическая вариативность телескопии и телескопных образований: стяжение, словослияние, контаминация, телескопия, *blending* ‘блендинг’, *fusion* ‘слияние’, *conflation* ‘объединение’; слова-спайки, телескопизмы, телескопные образования, вставки, слова-слитки, слова-амальгамы, слова-композиты, свёртки, гибридные слова, контаминанты, *blends* ‘бленды’, *portmanteau words* ‘слова-портмоне’. Роднит все толкования упоминание процесса усечения и возможного наложения морфов (Лашкевич, 2005).

Неоднозначное понимание сущности телескопии обусловливается и различными подходами исследователей к изучению данного феномена. Представители формального подхода исходят из учета лишь формы (характера усечения компонентов) телескопизмов, не уделяя внимания их значению (Хеллер, 1967). Представители формально-семантического подхода рассматривают не только план выражения телескопических единиц, но и их план содержания (Хрущёва, 2011).

На основе проведённого анализа структурных особенностей отобранных неологизмов-блендов, мы выделяем 3 основных структурных типа, а именно: 1) полные телескопизмы (*adid* ‘взрослый ребёнок в семье’ < *adult* ‘взрослый’ + *kid* ‘ребёнок’); 2) неполные телескопизмы (*meninist* ‘мужчины, защищающие свои права’ < *men* ‘мужчины’ + *feminist* ‘феминизм’); 3) гаплологические телескопизмы (*illegrant* ‘нелегальный иммигрант’ < *illegal* ‘нелегальный’ + *immigrant* ‘иммигрант’). В рамках данной классификации наиболее продуктивными в количественном отношении (168 единиц, 48%) являются гаплологические телескопизмы, в которых наблюдается наложение фрагментов на стыке усеченных исходных слов. Более того, каждый из

структурных типов не является однородным и подразделяется на несколько подтипов в зависимости от местоположения усеченных фрагментов слов, входящих в их состав.

К семантическим особенностям телескопизмов можно отнести характер отношений между исходными словами (Ясинецкая 2018: 224). Самым продуктивным типом соединения исходных слов является гибридизация (20,6%). Метафоризация характерна для 19,4% неологизмов-блендов. Уточнение наблюдается в 17,2% телескопных единиц. Наведение периферийных ассоциативных сем составляет 15,4% от общего числа отобранного материала. Синонимизация свойственна 14% телескопизмов, а поляризация – 13,4%.

По признаку называния предмета как индивидуального или как представителя класса бленды делятся на имена нарицательные, которых большинство (345 ТЕ, 98,6%), и имена собственные (5 ТЕ, 1,4%). Рассмотрим несколько примеров имен собственных: *Norlina* ‘штат Северная Каролина’ < *North* ‘Северная’ + *Carolina* ‘Каролина’, *Thanksgivukkah* ‘совмещения празднования Дня благодарения с отмечание еврейского праздника Хануки’ < *Thanksgiving* ‘День благодарения’ + *Hanukkah* ‘Ханука’.

Отдельного внимания заслуживают телескопизмы, в состав которых вошли имена собственные, при этом сами неологизмы стали именами нарицательными (Беляева 2021: 13) Примером может послужить следующее образование: *merkozy* ‘слово, которым западные СМИ прозвали союз канцлера Германии Ангелы Меркель и президента Франции Николя Саркози’ < *Merkel* ‘Меркель’ + *Sarkozy* ‘Саркози’, так как объединение фамилий Меркель и Саркози стало олицетворением единой позиции Франции и Германии во время европейского кризиса суверенного долга начала XXI века. Количественный анализ показывает, что группа неологизмов-блендов, в состав которых входят имена собственные, состоит из 12 телескопных единиц, что является 3,5% от числа всех нарицательных телескопизмов.

Во время анализа семантических особенностей неологизмов-блендов (телескопизмов) нам удалось выделить 17 тематических групп. Группы ‘Человек и его характеристика’ (16%) и ‘СМИ’ (10,9%) являются ядерными. Такие тематические группы, как ‘Эпидемии’ (8%), ‘Наука’ (8%), ‘Транспорт’ (7,7%), ‘Природа’ (6%), ‘Мода’ (6%) являются околоядерными, ведь каждая из них представляет более 5%. Периферийной зоной выступают тематические группы, составившие менее 5% от отобранного материала, а именно, ‘Социальные отношения’ (4,9%), ‘Досуг’ (4,9%), ‘Еда’ (4,3%), ‘Архитектура’ (4,3%), ‘Язык’ (4%), ‘Религия’ (3,7%), ‘Политика’ (3,7%), ‘Экономика’ (3,1%), ‘Спорт’ (2,3%), ‘Образование’ (2%).

На данном этапе исследования мы утверждаем, что важность семантического понимания слов-основ в создании телескопизмов действительно не может быть переоценена. Каждое из первоначальных слов несет в себе уникальные коннотации и денотации, которые определяют новый смысл образованного неологизма.

Список литературы

1. *Беляева, Н. В.* Имена собственные в составе неологических образований-блендов и их значения / Н. В. Беляева // Слово и текст: психолингвистический подход. – 2021. – № 20. – С. 12-16. – EDN RVISXP.

2. *Лашкова, Г. В.* Телескопия как особый способ словообразования в современном английском языке (на материале интернет-источников) / Г. В. Лашкова, А. И. Матяшевская // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Филология. Журналистика. – 2024. – Т. 24, № 3. – С. 264-270. – DOI 10.18500/1817-7115-2024-24-3-264-270. – EDN XPCIPX.

3. *Хрущева, О. А.* Универсальные и лингвокультурные особенности блендинга : специальность 10.02.19 «Теория языка»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата филологических наук / Хрущева Оксана Александровна. – Челябинск, 2011. – 22 с. – EDN QHOXMR.

4. *Ясинецкая, Н. А.* Метафорическая мотивация новых английских телескопизмов / Н. А. Ясинецкая // Восточнославянская филология. Языкознание. – 2018. – № 7(33). – С. 222-232. – EDN JCXVJT.

5. *Heller, L. G.* Parametric linguistics [Text] / L. G. Heller, J. Macris – The Hague: Paris. – 1967. – 336 p.

Хиженкова А. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности семантики фразеологических единиц с компонентом ‘имя собственное’ в английском и русском языках

Данная работа посвящена исследованию семантики фразеологических единиц (далее ФЕ) английского и русского языков с компонентом «имя собственное».

Объектом данного исследования являются ФЕ с «именем собственным» в английском и русском языках, а предметом – семантические особенности этих ФЕ.

Цель данного исследования состоит в сопоставительном анализе семантики единиц в исследуемых языках, осуществлении семантической классификации фразеологических единиц с компонентом «имя собственное» в английском и русском языках.

Фразеология – это область лингвистических исследований, которая в высокой степени иллюстрирует взаимосвязь между языком и культурой (Cowie 1998: 55).

Фразеологизмы очень разнообразны и с точки зрения их принадлежности к функциональным стилям. Многие из них являются разговорными, просторечными, а некоторые используются в книжных стилях. Некоторые устойчивые сочетания совершенно лишены эмоциональной окраски, но другие обладают большим «эмоциональным зарядом» (Маслов 1998: 19). Фразеологизмы играют важную роль в общении и придают разные оттенки выражения: они могут сделать высказывание более

эмоциональным, придать ему выразительность, обеспечить те или иные культурные ассоциации т. п.

Кроме этого, А. В. Кунин, являясь крупнейшим специалистом в этой сфере, полагает, что во фразообразовании огромную роль играет человеческий фактор, так как подавляющее большинство фразеологизмов связано с человеком, с разнообразными сферами его деятельности. Более того, человек стремится наделить человеческими чертами объекты внешнего мира, в том числе и неодушевленные (Кунин 2005: 4).

Исследуемые единицы распадаются на две группы: ФЕ с мужскими именами собственными и ФЕ с женскими именами собственными (далее ИС).

Как утверждает З. В. Корзюкова, семантике ФЕ с ИС свойственны те же особенности, что и для фразеологической семантики в целом, а именно: 1) ярко выраженный антропоцентрический характер; 2) ярко выраженный коннотативный характер (Корзюкова 2003: 76).

Фразеологическая картина мира на основе ФЕ с именем собственным позволяет сформировать стереотипный портрет мужчины и женщины в рамках культуры народа. Доказано, что фразеология тесно связана как с историей, культурой, так и традициями и литературой народа, говорящего на данном языке. Эта связь наиболее четко прослеживается в тех фразеологических единицах, в состав которых входит имя.

В ходе сопоставительного исследования ФЕ были выделены следующие семантические группы:

1. абстрактные понятия (англ. *queen Anne's dead* ‘неактуальная новость’; рус. *голый Вася* ‘неосуществленная мечта’);

2. поступки (англ. *out – Herod Herod* ‘перестараться’; рус. *вкушать от пищи святого Антония* ‘голодать’);

3. черты характера (англ. *Jack Horner* ‘самодовольный мальчик’; рус. *Аника-воин* ‘задиристый, хвастающийся своей силой человек’);

4. род занятий (англ. *Jack at a pinch* ‘священник’; рус. *жрецы Фемиды* ‘судьи’);

5. материальный мир (англ. *Annie Oakley* ‘бесплатный билет, пропуск’; рус. *Филькина грамота* ‘документ, не имеющий юридической силы, безграмотно составленный’);

6. характерные особенности человека (англ. *a Jimmy Woodser* ‘человек, пьющий в одиночку’; рус. *дочь Ева* ‘о женщине, страдающей излишним любопытством’);

7. внешний вид человека (англ. *Judas hair* ‘рыжие волосы’; рус. *дядя Стена* ‘человек очень высокого роста’).

8. социальное положение (англ. *as rich as Rockfeller* ‘очень богатый’; рус. *беден как Ир* ‘о сильной степени бедности, нищеты’);

9. умственные способности (англ. *cousin Betty* ‘дурочка, слабоумная’; рус. *Алеха сельский* ‘глупый, невежественный человек’);

10. еда (англ. *brown Betty* ‘хлебный пудинг с яблоками’; рус. *наварила, ровно на Маланьину свадьбу* ‘обильное угощение’);

11. эмоциональные состояния (англ. *happy as Larry* ‘счастливый как ребенок’; рус. *как Христос по сердцу прошел* ‘о благодушном, приятном состоянии, расположении духа’);

12. взаимоотношения с людьми (англ. *Damon and Pythias* ‘закадычные друзья’; рус. *Давид и Ионафан* ‘неразлучные друзья’);

13. части тела человека (англ. *little Mary* ‘желудок’; рус. *Адамово яблоко* ‘кадык’);

14. болезни (англ. *yellow Jack* ‘желтая лихорадка’; рус. *пляска святого Вита* ‘название нервной болезни – хореи’);

15. природный мир (англ. *Cupid’s dart* ‘растение катананхе’; рус. *Иван-да-Марья* ‘однолетнее травянистое растение’);

16. другое (англ. *Robin Good fellow* ‘проказливый эльф или домовой’; рус. *суд Линча* ‘самосуд, зверская расправа’).

Анализ показывает, что все семантические группы совпадают, однако различаются по количеству фразеологических единиц. Так, по семантической классификации многочисленную группу образуют абстрактные понятия, в которую входят 79 английских ФЕ (17,5%) и 74 русских ФЕ (39,5%). А семантические группы с фразеологическими единицами, которые описывают внешность и характер людей, имеют в основном отрицательные черты. Это объясняется тем, что наличие чего-либо положительного упоминается реже, поскольку это рассматривается как норма, в то время как выражение отрицательных аффектов является нарушением нормы и, тем самым, привлекает к себе больше внимания. Помимо этого, знания, связанные с отрицательными эмоциями, действительно более дифференцированы, что не может отразиться и во фразеологии.

Из вышесказанного следует, что фразеологические единицы, отражая в своей семантике длительный процесс развития культур английского и русского народов, фиксируют и передают культурные установки и стереотипы. Разработанная семантическая классификация в данном исследовании, отражает основные понятия, особенности менталитета носителей английского и русского языков, а также реалии и особенности территории, на которой распространены исследуемые языки.

Список литературы

1. *Корзюкова, З. В.* Основные аспекты функционирования фразеологических единиц с именами собственными в английском языке: национально-культурная специфика / З. В. Корзюкова. – Москва, 2003. – 234 с.

2. *Кунин, А. В.* Курс фразеологии современного английского языка / А. В. Кунин. – Дубна: Феникс, 2005. – 160 с.

3. *Маслов, Ю. С.* Введение в языкознание / Ю. С. Маслов. – Москва: Высшая школа, 1998. – 272 с.

4. *Cowie, A. P.* Phraseology: Theory, Analysis, and Applications / A. P. Cowie – A. P. Clarendon Press, 1998. – 258 p.

Хлынцева К. Н.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Языковые средства реализации агитационной кооперативной стратегии в американском политическом дискурсе XXI в. (на материале речей президентов и вице-президентов США)

Введение. Настоящая работа посвящена исследованию кооперативных коммуникативных стратегий, реализующихся в американском политическом дискурсе XXI века. Данный анализ коммуникативных единиц позволяет выявить особенности их применения в контексте различных политических ситуаций.

Кооперативные коммуникативные стратегии являются важным инструментом в формировании доверия, управлении конфликтами и продвижении политической повестки. Таким образом, президенты и вице-президенты США являются ключевыми фигурами американской политической системы, и их публичные выступления играют центральную роль в формировании национальной и международной политики.

Ввиду того, что стратегии связаны с целью, т. е. интенцией говорящего, что является базисом политического дискурса, О. Н. Паршина выделяет агитационную стратегию, как одну из ведущих стратегий кооперации (Паршина, 2011). Однако, реализация агитационной стратегии возможна и эффективна не только за счет отдельных коммуникативных тактик, но также и за счет лингвистических средств.

Цель работы – установить и описать особенности лингвистической реализации кооперативной коммуникативной агитационной стратегии в речах американских президентов и вице-президентов XXI века.

Материалом исследования послужили 40 ситуативных контекстов из речей американских президентов (Барака Обамы, Дональда Трампа) и вице-президентов (Камалы Харрис).

Методологическую основу исследования составили работы лингвистов в области теории коммуникации (Грайс, 1985; ван Дейк, 1989; Кашкин, 2013), теории политического дискурса (Чудинов, 2006; Шейгал, 2000), теории коммуникативных стратегий и тактик (Пехова, 2017; Радюк, 2013).

Основная часть. Анализ языковых способов реализации кооперативной агитационной стратегии помог выделить наиболее продуктивные средства ее выражения. Ключевую роль в реализации упомянутой стратегии играют **модальные глаголы** (37,5%). Они помогают выразить необходимость, возможность и обязательства, что особенно важно в контексте политических обращений. В приведенном примере: «*And that is why we cannot afford to be divided. No one nation, no matter how large or powerful, can defeat such challenges alone*», «cannot» – модальный глагол, который указывает на невозможность разделения, подчеркивая важность единства.

Эпитет как способ формирования позитивного имиджа среди слушателей является вторым по продуктивности лингвистическим средством реализации стратегии кооперации (30%). В представленном примере: «*And so*

we must act - and lead - with confidence in our ideals, and an abiding faith in the character of our people, who sent us all here today» эпитет «abiding faith» указывает на стойкость и долговечность веры в народ. Это создает ощущение глубокой связи между лидерами и гражданами, подчеркивая важность доверия и взаимопонимания. Более того, данная лексическая единица является эмоционально окрашенной с эквивалентом в русском языке «непоколебимая вера, неизменная вера».

Одним из наиболее продуктивных лингвистических средств, которое активно используется политическими деятелями не только в агитационных выступлениях, является **анафора** (17,5%). В приведенном примере: «*We want to show confidence. We want to show strength. We want to show strength as a nation. And that's what I've done*» анафора проявляется в повторении фразы «We want to show». В первую очередь повтор создает ритмическую структуру, которая делает выступление более запоминающимся и эмоционально насыщенным. Также в данном примере анафора акцентирует внимание на коллективном желании и усилиях. Выражение «We want to show» создает ощущение единства и солидарности, что важно для кооперативной стратегии. Это помогает аудитории почувствовать себя частью общего дела.

Использование **местоимений** в выступлениях американских политиков XXI века стало тенденцией (12,5%). Данное лингвистическое средство больше всего располагает к созданию доверительных и открытых отношений между слушателями и говорящим. Например, в представленном контексте: «*My job - our job - is to solve the problem. Our job is to govern with a sense of responsibility*» использование местоимения «our» вместо «my» является эмфатическим. Президент акцентирует внимание на равенстве и указывает на стойкость и уверенность в успешности совместной работы.

В контексте кооперативной стратегии агитации зачастую встречается использование **метафор** (10%). Они создают эмоциональную связь со слушателями наравне с эпитетами. Однако, в отличие от последних, метафоры в данных контекстах подчеркивают ключевые идеи и добавляют большую эмоциональную окраску сказанному. В приведенном предложении «*We are, and must always be, a land of hope, of light, and of glory to all the world*» метафора используется для создания образа страны как *land of hope, of light, and of glory* 'земли надежды, света и славы'.

По сравнению с представленными лингвистическими средствами **градация** используется реже остальных (7,5%), однако, следует отметить важность данного тропа. Рассмотрим представленный пример: «*Let us always continue to have faith in our young leaders, in their future, and in our collective future*». Здесь градация усиливает позитивный настрой речи и создает спокойную, эмоционально настраивающую атмосферу. Начало с «*faith in our young leaders*» создает базу для доверия к будущему поколению. Далее идет «*in their future*», подчеркивая важность индивидуального успеха молодых лидеров. Завершает градацию «*and in our collective future*», что акцентирует внимание на общем благе и будущих достижениях общества.

Заключение. Подводя итоги анализа предложенных лингвистических средств следует отметить, что упомянутые стилистические и языковые единицы не используются изолированно. В своей совокупности они создают мощный инструмент для формирования кооперативных стратегий, направленных на объединение и мобилизацию людей. Использование лингвистических средств всегда будет эффективным и продуктивным в политическом дискурсе, поскольку вдобавок к смысловой ценности высказывания, реализуется языковая насыщенность и художественное богатство речи.

Список литературы

1. *Грайс, Г. П.* Логика и речевое общение / Г. П. Грайс // Новое в зарубежной лингвистике: лингвистическая прагматика. – М.: Прогресс, 1985. – Вып. XVI. – 225 с.

2. *Кашкин. В. Б.* Введение в теорию коммуникации: учебное пособие / В. Б. Кашкин. – М.: Флинта, 2013. – 224 с.

3. *Паршина, О. Н.* Российская политическая речь. Теория и практика / О. Н. Паршина. – М.: Либроком, 2011. – 232 с.

4. *Пехова, Д. И.* Контактоустанавливающие тактики кооперации во внешней коммуникативной организации / Д. И. Пехова // Материалы I Всероссийской научнопрактической конференции. – Новосибирск: изд-во СГУПСа, 2017. – С. 244–249.

5. *Радюк, А. В.* Кооперативные коммуникативные стратегии и тактики как средства гармонизации английского делового дискурса / А. В. Радюк // Вестник МГИМО-Университета, 2013. – С. 236–239.

6. *Дейк, Т. А. ван.* Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – М.: Прогресс, 1989. – 300 с.

7. *Чудинов, А. П.* Политическая лингвистика: учеб. Пособие / А. П. Чудинов. – М.: Флинта: Наука, 2006. – 256 с.

8. *Шейгал, Е. И.* Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – Волгоград: Перемена, 2000. – 368 с.

Яковлева Е. Н.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Суффиксация как средство выражения диминутивности в романе Ш. Бронте «Джен Эйр»

Введение. Человек выражает своё отношение к предмету или другому человеку в форме вербальных высказываний. Чтобы понять природу языка, говорящий и слушатель (адресант и адресат речи) не должны упускаться из виду. Совершенно очевидно, что произносимое слово обладает первостепенной важностью не только в плане передачи когнитивной информации, но и выражения отношения к объекту наименования. К подобным формулам речи относятся диминутивы, использование диминутивов предназначено для выражения малого количества, объёма,

размера и т.д., которое может одновременно сопровождаться личной эмоциональной оценкой (положительной или отрицательной) говорящего, как правило, с помощью суффиксов (Ахманова, 1996).

Суффиксы считаются значимой частью слова, которая находится после корня и служит для образования новых слов и их форм. В английском языке выделяют ряд суффиксов, с помощью которых образуются уменьшительно-ласкательные существительные, среди них: *-y / -ey / -ie* (*dad* ‘папа’→ *daddy* ‘папочка’), *-ling* (обозначение детей животных и птиц (*duck* ‘утка’ → *duckling* ‘уточка’), *-let* (*book* ‘книжка’ → *booklet* ‘книжечка’). Также выделяется ряд суффиксов для передачи уничижения: *-aster* (*poet* ‘поэт’ → *poetaster* ‘рифмоплет’), *-(e)rel* (*cock* ‘петух’→ ‘*cockerel* (петушок; драчун, задира’) (Шнайдер, 2003).

Объектом работы является суффиксация как средство выражения диминутивности.

Материалом исследования послужили 31 суффиксальных диминутивов, отобранных методом сплошной выборки из романа Ш. Бронте «Джен Эйр», классического произведения английской литературы XIX века.

Методологическую основу исследования составили работы лингвистов, изучавших диминутивы в германских языках (Шнайдер, 2003; Звонарева, 2013; Лескина, 2015; Ососкова, 2023) и реализацию прагматических функций диминутивов на основе художественных текстов (Голушин, 2021; Воронина, 2015; Полубиченко, 2020; Семенова, Савельева, Полянская, 2022).

Основная часть. При анализе структурных типов диминутивов в тексте романа Ш. Бронте «Джен Эйр» установлено, что суффиксация является одним из наиболее продуктивных средством реализации уменьшительности 34 единицы, 91%). В тексте анализируемого романа диминутивы образуются преимущественно с помощью суффиксов *-y / -ie, -et, -let, -ling, -ish.*

Суффиксы *-y* и *-ie* встречается в 13 диминутивах (41,9%). Следует отметить, что чаще всего они встречаются в именах собственных. Например, мисс Рид (тётя Джен), обращаясь к своему сыну, нежно называет его *Georgy*; Джен, ласково называет одну из служанок мисс Рид гипокоризмом *Bessie*, поскольку только она одна во всем доме относится к ней хорошо; обретя потерянных кузенов и кузин, Джен ласково называет одну из своих сестер, которую зовут *Diana*, уменьшительной формой имени *Die*, чтобы выразить привязанность и любовь к сестре, про которую она всю жизнь мечтала.

Суффикс *-let* встречается в 6 диминутивах (19,4%). Использование слова *pamphlet* ‘брошюрка’ характеризуется передачей пренебрежения Джен к мистеру Брокльхерсту и тем вещам, которые он ей дает, поскольку тот хочет увезти ее в пансионат для девочек. Говоря о слове *pamphlet* следует уточнить, что оно происходит от англо-латинского *panfletus*, которое является укороченной формой слова *Pamphilus*. Таким образом, диминутив изначально выражает сему малости, характеризуя небольшой письменный текст или книгу: *a thin book with only a few pages that gives information or an opinion about something.* Однако в контексте это слово вместо нейтральной оценочной характеристики приобретает негативную.

Суффикс *-ling* встречается в 5 диминутивах (16,1%). Следует отметить, что данное окончание по большей части характерно для обозначения детенышей животных, например *duckling* ‘утенок’, однако в романе не было обнаружено ни одного примера, подтверждающего данное утверждение. В художественном произведении встречаются диминутивы *darling* ‘дорогуша’ и *changeling* ‘подкидыш’. *Darling* является диминутивной формой слова *dear*. Так обращаются к любимым и дорогим людям, если рассматривать слово в узусе: *a person who is very much loved or liked*. Такое же значение оно сохраняет и в контексте. Именно диминутивом *darling* мистер Рочестер называет Джен, поскольку влюблен и дорожит ей: *«Jane, my little darling (so I will call you, for so you are), you don’t know what you are talking about...».*

Слово *changeling* корнями уходит в скандинавскую мифологию, характеризуя ребенка, которого лесные феи подменили на другого, более глупого. Мистер Рочестер часто называет Джен феей из-за ее нетипичной внешности и удивительно добросердечного характера. В данном случае, главный герой произведения использует лексему *changeling*, которая в узусе имеет отрицательную оценку и содержит сему уничижения: *(especially in stories) a baby who is secretly used to take the place of another baby.* Однако, зная контекст, можно сделать вывод, что негативная характеристика этого слова меняется на шутливую, поскольку мистер Рочестер лишь делает вид, что презирает Джен, ведь они не хотят, чтобы остальные слуги в доме узнали про их роман: *«You mocking changeling—fairy-born and human-bred!».*

Суффикс *-et* зафиксирован в 4 диминутивах (12,9%). Данная морфема своими корнями уходит к среднеанглийскому языку и имеет старофранцузское происхождение. В этимологическом словаре говорится о том, что в современном английском языке данный суффикс более не актуален и редко употребляется в его первоначальном уменьшительно-ласкательном значении. Однако следует помнить, что роман был написан в середине XIX века и имел широкое употребление. В романе «Джен Эйр» автор дважды использует суффиксальный диминутив *puppet* ‘марионетка’: *a toy in the shape of a person or animal that you can move with strings or by putting your hand inside.* Так, в первом контексте диминутив *puppet* ‘маленькая куколка’ с уменьшительным суффиксом *-et* передает ласковое отношение Мисс Ингрэм к Адель, когда та в первый раз видит девочку: *«Oh, what a little puppet!».* Во втором контексте диминутив *provoking puppet* ‘провокационная куколка’ выражает шутливое отношение мистера Рочестера к Джен после их решения быть вместе, но никому не рассказывать об этом: «*...he (Mr. Rochester) had no such honeyed terms as ‘love’ and ‘darling’ on his lips: the best words at my service were ‘provoking puppet,’ ‘malicious elf,’ ‘sprite,’ ‘changeling.»* В двух конкретных случаях оба слова служат для выражения эмоционального отношения одного героя к другому, однако в одном случае реализуется сема умиления, а в другом − насмешки.

Также следует отметить суффикс *-ish* (3 примера (9,7%)), который служит показателем слабой степени проявления признака. С помощью диминутивного прилагательного *childish* ‘ребяческий’, образованного от

существительного *child* ‘ребенок’ посредством добавления уменьшительного суффикса *-ish,* Мистер Рочестер так описывает первое впечатление о Джен, подчеркивая тем самым ее детский, несерьезный вид. Слово *priggish* ‘педантишка’ является диминутивной формой лексемы *prig* ‘педант’: *a person who obeys the rules of correct behaviour and considers himself or herself to be morally better than other people.* Мистер Рочестер использует этот диминутив, чтобы выразить свое пренебрежение к Сент-Джону, кузену Джен, поскольку он думает, что девушка влюблена в него: *«His manners, I think, you said are not to your taste?—priggish and parsonic?»*

Заключение. Суффиксы в романе Ш. Бронте «Джен Эйр» выступают не только как словообразующий элемент, но и как средство для выражения эмоционально-оценочного компонента. Взаимодействуя друг с другом, герои, при помощи суффиксальных диминутивов, обнаруживают личное отношение к людям и событиям. Диминутивные конструкции помогают лучше понять внутренние переживания и состояния персонажей, а также их связь с окружающим миром.

Список литературы

1. *Ахманова, О. С.* Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М.: Сов. энциклопедия. – 1966. – 598 с.

2. *Лескина, С. В.* Представленность разноуровневых диминутивов в русском и английском языке / С. В. Лескина, Ю. В. Слабко // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». – 2015. – Т. 12. – № 1. – С. 15-21

3. *Ососкова, А. С.* Структурные типы английских диминутивных наименований лица / А. С. Ососкова // Профессиональная коммуникация: актуальные вопросы лингвистики и методики. – 2023. – № 16. – С. 189-197

4. *Brontë C., Jane Eyre* / C. Brontë. − URL: https://www.planetebook.com/jane-eyre/ (дата обращения: 09.02.2023).

5. Cambridge Dictionary. − URL: https://dictionary.cambridge.org (дата обращения: 23.03.2024).

6. *Schneider, K. P.* Diminutives in English / *K.P. Schneider*. – Tübingen: Max Niemeyer Verlag Gmbh, 2003. − 266 p.

Якушкина А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Культурно-маркированная лексика швейцарского варианта немецкого языка

Работа посвящена исследованию лексических единиц, которые отражают уникальные особенности швейцарской культуры и идентичности и связаны с традициями, бытом и реалиями Швейцарии.

Цель исследования – показать, как феномен поликультурности реализуется в культурно-маркированной лексике швейцарского варианта немецкого (ШВНЯ) языка.

Объектом исследования является культурно-маркированная лексика ШВНЯ, а предметом исследования выступает культурно-маркированная лексика, отражающая швейцарские реалии, традиции и менталитет.

Материалом исследования послужили 150 лексических единиц ШВНЯ, отобранные из словарей, публицистических, рекламных, художественных текстов, а также из швейцарских телепрограмм о культуре.

Лексика ШВНЯ отражает как особенности национальной культуры, так и культуры отдельных кантонов, городов и общин Швейцарии. Кроме того, данная лексика репрезентирует культуру альпийского региона Швейцарии и соседних стран. Таким образом, лексика ШВНЯ является семантически разнообразной, кодирующей различные диатопические влияния. В многоязычной Швейцарии сосуществуют четыре лингвокультуры, что находит свое отражение в ее лексике. Выявлено, в частности, что каждый регион Швейцарии обладает своими культурно-маркированными лексическими единицами, которые отражают определенные исторические события, быт и культурные особенности. При этом выделяется лексика:

- с национально-культурным компонентом семантики – названия объектов и явлений, которые являются уникальными для каждой из четырех лингвокультур Швейцарии: *Rösti*, *Röstigraben*;

- с транснационально-культурным компонентом семантики, включающая поликультурные реалии, характерные для Швейцарии и соседних немецкоязычных стран и регионов: *alpen, Alpung;*

- с регионально-культурным компонентом семантики, куда относятся реалии, в которых содержится культурная информация, характерная для немецкоязычного региона Швейцарии и реалии, включающие культурную информацию: *Jass/Jassen, Quöllfrisch*;

- с локально-культурным компонентом семантики, к которой относятся слова-реалии, отражающие особенности культуры отдельного кантона, общины, города или деревни: *Appenzeller Löffel/Ohreschuefle*;

- интернациональная лексика: *Muesli, Fondue, Abcent*.

Лингвистически интересными являются уникальные слова, которые отражают самобытность Швейцарии. Так, лексемы *Rösti* (рёшти) и *Röstigraben* (рёштиграбен) называют блюда, которые являются частью швейцарской национальной кухни.

Рёшти – это классическое блюдо в кухне немецкой Швейцарии, состоящее из тёртого картофеля. Исторически *рёшти* были традиционным крестьянским завтраком в кантоне Берн. Это блюдо также известно среди романских народов под названием *pommes de terre fricassées*.

Другое блюдо – *рёштиграбен* (*Röstigraben* букв. «ров рёшти») используется в немецкоязычных кантонах для обозначения границы между немецко- и франкоговорящими частями Швейцарии. Это название носит шутливый характер, но оно хорошо передаёт атмосферу и отражает культурные различия между двумя частями страны [1, с.97].

К лексике с регионально-культурным компонентом также относятся названия популярных напитков в немецкоязычной Швейцарии, в частности

Quöllfrisch (квёльфриш). *Квёльфриш* – это пиво, производимое в кантоне Аппенцелль, но ставшее известным во всей немецкой части страны. Культурный аспект этого напитка проявляется в рисунке его логотипа, который отражает мотивы из традиционной жизни швейцарских крестьян.

Широкую известность во всем мире получил швейцарский альпийский сыр (нем. *Alpkäse*, франц. *Alpkäse*), который стал символом альпийской культуры.

Швейцарская кухня славится также своей выпечкой, особенно в немецкоязычных кантонах. Одним из таких примеров является медовое печенье из Цюриха, известное как *тирггель* (*Tirggel*). Это слово не только обозначает медовое печенье, но и несёт в себе локальный колорит, отражая культуру конкретной местности. Фигуры на этом печенье отражают культурные особенности Цюриха, например, достопримечательности города или семейные гербы. Таким образом, изображения на печенье являются интерпретацией локально-маркированного своеобразия лексики.

Уникальные реалии, которые являются неотъемлемой частью немецкоязычной лингвокультуры Швейцарии, отражены также в лексико-тематической подгруппе «Праздники и обычаи». Одним из таких праздников является *Sechseläuten* (Зекселёйтен), который восходит к объединениям ремесленников, праобразам современных профсоюзов, существовавших в Швейцарии в XIII-XIV веках и дошедших до наших дней. Хотя праздник *Зекселёйтен* отмечается в кантоне Цюрих, на его празднование всегда приглашаются жители и других кантонов. Таким образом, реалия *Зекселёйтен*, которая изначально была известна только в одном кантоне, постепенно стала частью лингвокультуры всего немецкоязычного региона Швейцарии [1, с.98].

Ещё одним ярким примером лексики с регионально-культурным значением является карточная игра *Jass/Jassen* (ясс), которая очень популярна в немецкоязычной Швейцарии. Название этой игры дало толчок к появлению в ШВНЯ целой серии однокоренных производных лексем: *jassen*— процесс игры, *Jasser/in* — игрок в ясс, *Jassteppich*— коврик для игры в ясс, *Jasstisch* — специальный стол для карточной игры, *Jassparty*— вечеринка, на которой играют в карты, *Jassabend* — вечер, проведённый за игрой в карты [1, с.99].

Некоторые слова, общие для отдельных немецко- и франкоязычных регионов Швейцарии и незнакомые всем жителям Швейцарии, связаны с хозяйственной деятельностью швейцарцев. Так, лексемой *Alpsaison* (франц. *saison alpine*) «альпийский сезон» обозначается время, когда альпийские фермеры выполняют тяжелую работу на высокогорных пастбищах Альп, занимаются благоустройством природы и производством сыра по старинным рецептам.

К локально-маркированной лексике, содержащей культурный компонент, относятся слова-реалии, которые отражают уникальные особенности культуры отдельного кантона, общины, города или деревни. Эти слова могут использоваться только в конкретной местности [1, с. 106].

Так, в кантоне Аппенцелль отмечено название подвески для мужской серьги (*аппенцелльская серьга*), выполненная в виде ложки (*Appenzeller Löffel/Ohreschuefle*), которая была традиционным украшением пастухов этого региона.

Итак, лексика ШВНЯ семантически разнообразна и включает в себя слова с национальным, транснациональным, региональным, локальным и интернациональным культурными компонентами семантики. Наиболее значимым лексическим пластом ШВНЯ является лексика с национально-культурным компонентом в структуре лексического значения, обозначающая общие для всех лингвокультур федерации реалии страны. Значительное количество культурно обусловленных единиц являются уникальными для швейцарской языковой культуры.

Список литературы

1. *Воронко, Е. П.* Лексика швейцарского варианта немецкого языка : лингво-культурологический аспект [Текст] / Е. П. Воронко. – М.: Инфра-М, 2019. – 108 с.

2. *Нефедова, Л. А.* Иноязычная лексика современного немецкого языка (аспекты культурной интеграции) [Текст] / Л.А. Нефедова // монография. – М.: МПГУ, 2018. – 184 с.

3. *Родина, Л. И.* Становление швейцарского варианта немецкого языка [Текст] / Л. И. Родина // Научные ведомости БелГУ. Сер. Гуманитарные науки. – 2016. – №28. – 245 с.

Языковая номинация в германских, романских и славянских языках

Алехин Д. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Топонимы в американском варианте английского языка

В данной работе рассматриваются топонимы США в американском варианте английского языка. Как известно, жизнедеятельность человека постоянно связана с перемещениями в пространстве. При этом географические названия или топонимы, именуя и тем самым выделяя именуемые объекты, выступают своеобразными адресными знаками, помогающими людям ориентироваться в окружающем мире (Мурзаев, 1979).

Актуальность исследования обусловлена значимостью и особым статусом имени собственного, которое является частью культуры и истории.

Объектом исследования являются топонимы как единицы американского варианта английского языка, отражающие реалии истории и культуры США.

Цель настоящего исследования заключается в исследовании топонимов США как феномена лингвокультуры.

Материалом послужили топонимы, извлеченные методом целевой аналитической выборки из учебного пособия по английскому языку Олега Леоновича «Топонимы США». В результате обработки текста составлена выборка онимной лексики из 47 единиц.

Имена собственные различного характера, являющие собой значительную часть лексической системы любого языка, все больше привлекают внимание лингвистов. Поскольку топонимия на протяжении длительного периода времени оставалась недостаточно разработанным пластом онимического пространства, она является одной из областей, характеризующих развитие ономастической науки в настоящее время (Щерба, 1939).

Под собственным именем (онимом) подразумевается слово или словосочетание, служащее для выделения именуемого им объекта среди других объектов: его индивидуализации и идентификации. В лексике каждого языка имена собственные образуют особый разряд, который противопоставляется именам нарицательным и обладает своими специфическими признаками (Подольская, 1988).

Американский вариант английского языка – языковой вариант английского языка, сложившийся на территории США. В самих США американский английский является родным для 80% населения страны и имеет стандартный, закрепленный в образовательной системе и СМИ ряд свойств в области орфографии, грамматики, лексики (Швейцер, 1963).

В отличие от британского варианта, в американском варианте английского языка после названия города принято уточнять, в каком он штате,

потому что часто города с одним названием встречаются в нескольких штатах. Населённые пункты с названием ‘Лондон’ можно встретить в штатах Арканзас, Кентукки, Мичиган и Огайо. А города с названием ‘Москва’ в США есть в штатах Айдахо, Индиана, Айова, Канзас. Примером написания города и штата в США являются: *Phoenix, Arizona*; *Seattle, Washington*. На русском можно сказать ‘город Финикс, штат Аризона’ или ‘город Сиэтл, штат Вашингтон’. Также в американском варианте существуют разные обозначения для видов площадей. Plaza – это открытая площадь в городе или посёлке, часто окружённая зданиями и используемая для общественных мероприятий. Square – это геометрически определённая область, часто окружённая зданиями и используемая для общественных собраний или событий. Circus – это площадь или комплекс зданий в виде круга (Леонович, 2004).

Топонимы занимают особое место в лексической системе языка. Топоним – это имя собственное, относящееся к отдельному географическому объекту, природному или созданному человеком. Топонимическая лексика неоднородна. Она представляет собой совокупность элементов, которые объединяются в различные лексико-семантические группы по тому, какой характер объектов рассматривается ими (Казакова, 2002).

Макротопоним (от др.-греч. «Μακρός» (большой) и др.-греч. «Τόπος» (место)) – собственное имя, обозначающее название крупного физико-географического объекта, имеющее широкую сферу употребления, широкую известность. Например, *United States of America (USA), Texas, Ohio, Louisiana.* Эта группа топонимов насчитывает 10 единиц.

Ойконим (от др.-греч. «οἶκος» (жилище, дом) + «ὄνυμα» (имя, название) – название населенного пункта; вид топонима. Собственное имя поселения, в том числе сельских (комонимы) и городских (астионимы) поселений. Например, *New York city, Washington D.C., Dallas.* Эта группа топонимов насчитывает 20 единиц.

Урбаноним (от лат. urbanus – «городской») – вид топонима. Собственное имя любого внутригородского топографического объекта, в том числе:

Агороним – название городских площадей и рынков, например, *Grand Army Plaza*;

Годоним – название улиц, например, *Washington Street, Fourteenth Street, First Avenue*;

Хороним – название отдельного здания, например, *Target A* – здание Пентагона в Вашингтоне (досл. ‘цель № 1 в случае военного нападения’), *The Rock* (тюрьма в Алькатрасе). Эта группа топонимов насчитывает 5 урбанонимов.

Ороним – собственное название любого объекта рельефа земной поверхности: как выпуклого (гора, горный хребет, холм), так и вогнутого (долина, овраг, впадина, ущелье, котлован), то есть любого орографического объекта. Например, *Crater Mountain* (гора в штате Вашингтон)*, Four Peaks* (горный массив в Аризоне)*, Cienaga Valley* (долина в Аризоне). Эта группа топонимов насчитывает 7 единиц.

Гидроним – вид топонима, собственное имя любого водного объекта, природного или созданного человеком. Гидронимы – это суть названия всех водных объектов, а отрасль языкознания, изучающая гидронимы, называется гидронимикой. Например, *Niagara Falls* – Ниагарский водопад. Существуют следующие виды гидронимов:

Гелоним – собственное имя болот, заболоченных мест. Например: *Cooper Cienaga* (болото в округе Сан-Диего).

Лимноним – название озёр, прудов. Например: *Oakland Lake* (озеро в Мичигане).

Потамоним – собственное имя любой реки. Например, M*ississippi* (Река в Северной Америке), *Cienaga Creek* (ручей в южной Аризоне). Эта группа топонимов насчитывает 5 гидронимов.

В ходе лингвокультурологического анализа было установлено, что топонимы содержат информацию о культуре, образе жизни, верованиях, менталитете народов, находящихся на территории США. Заимствования в топонимах США отражают влияние различных языков и культур, которые повлияли на формирование топонимической системы страны. В указанном источнике были обнаружены топонимы с заимствованными словами из испанского, французского, русского языков, а также языка индейского племени. Проанализированные топонимы были подразделены на группы, соответствующие общепринятой в ономастической науке классификации. В результате выявлены 5 классов топонимов: макротопонимы, ойконимы, урбанонимы, оронимы, гидронимы.

Список литературы

1. *Казакова, Т. А.* Практические основы перевода / Т. А. Казакова. – Санкт-Петербург: Союз, 2002. – 320 с.

2. *Леонович, О. А.* Топонимы США / О. А. Леонович. – Москва: Высшая школа, 2004. – 247 с.

3. *Мурзаев, Э. М.* Имя собственное в современном немецком языке / Э. М. Мурзаев. – Москва: Наука, 1979. – 90 с.

4. *Подольская, Н. В.* Словарь русской ономастической терминологии / Н. В. Подольская. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва: Наука, 1988. – 192 с.

5. *Швейцер, А. Д.* Очерк современного английского языка / А. Д. Швейцнер. – Москва: Высшая школа, 1963. – 215 с.

6. *Щерба, Л. В.* Спорные вопросы русской грамматики / Л. В. Щерба // Русский язык в школе. – 1939. – № 1. – С. 10.

Белых Е. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

О стилистически маркированных именах существительных с суффиксом *-ling* в немецком языке

1. Доклад посвящен изучению стилистических особенностей существительных с суффиксом *-ling* в немецком языке.

Основной **целью** данного исследования является анализ стилистически окрашенных моделей существительных с *-ling*, а также определение их характеристик и значимости в языковой системе. **Материалом** исследования послужили 153 существительных с суффиксом *-ling* (в т.ч. 66 – со стилистической окраской), отобранные путем сплошной выборки из лексикографических источников: исторического словаря бранной лексики Ф. Майнхардта «Deutsches Schimpfwörterbuch oder die Schimpfwörter der Deutschen» (Meinhardt, 1920) и толкового онлайн-словаря (DWDS). Суффикс *-ling* является во всех случаях показателем мужского рода.

В результате проведенного анализа установлено, что аффикс *-ling* может придавать словам различные стилистические коннотации с добавлением эмоционального компонента. Существительные, образованные с помощью -ling, часто имеют пренебрежительный оттенок (Adelung 1793-1801: 2075). Также суффикс может придавать словам ироничную или насмешливую (шутливую) окраску (Paul 1920: 64). В целом *-ling* широко используется для образования существительных, обозначающих лицо по роду деятельности, а также представителей животного мира (рыб), растения, различные предметы или явления (Meinhardt 1920: 20).

2. Большинство лексем анализируемого типа употребляются в стиле повседневного общения (напр.: *Grünling* ‘*разг.* молокосос’, *Schwächling* ‘*унич.* слабак’), характеризуют человека с негативной стороны, добавляя иногда в характеристику элемент диминутивности. При этом часто происходит совмещение двух стилистических маркеров, например, «разговорное» + «уничижительное» (*Naivling* ‘простак’, *Schreiberling* ‘писака’), «разговорное» + «шутливое» и др.

3. Словообразовательная модель на *-ling* не отмечается в современном немецком языке своей активностью, не случайно поэтому в ряде случаев существительные с данным суффиксом характеризуются как устаревшие или устаревающие, напр.: *Genüssling* ‘сластолюбец’.

К устаревшей лексике можно отнести также лексемы *Abkömmling* ‘потомок’ и *Jüngling* ‘юноша’, хотя в DWDS они характеризуются как возвышенные, а *Jüngling* дополнительно (очевидно, в современном немецком языке) – ещё и как просторечно-уничижительное обозначение лица.

4. Территориальная (региональная) окраска лексических единиц также относит их к стилистически маркированной лексике, зачастую именующую определенные реалии, предметы утвари, быта и т.д., напр.: *Reindling* ‘райндлинг’ (разновидность пирога, который пекут на юго-востоке Австрии).

5. Наконец, *-ling* участвует в образовании терминов из различных профессиональных сфер, например, из области архитектуры (*Abhängling* ‘(нависающее) ребро свода’ (особенно в поздней готике)) (DWDS).

6. Таким образом, суффикс *-ling* может придавать разговорным лексемам разнообразные стилистические оттенки, включая диминутивность, уничижительность, ироничность и др. Часто анализируемый суффикс несет эмоциональную и оценочную нагрузку, что делает их употребление целесообразным для передачи субъективных мнений и чувств.

Исследование показало, что существительные с *-ling* иногда связаны с определенными социальными и лингвокультурными аспектами, могут отражать специфику профессионального языка, а также показывать изменение значений и стилистической окраски слов.

Подводя итог, можно констатировать, что проведенное исследование позволяет выявить стилистически маркированные особенности выражения различных свойств человека и окружающего его мира. Дальнейшие исследования в этой области могут быть направлены на изучение более широкого круга примеров и анализ их использования в различных жанрах и стилях речи.

Список литературы

1. *Adelung, J. C.* Grammatisch-kritisches Wörterbuch der Hochdeutschen Mundart, digitalisierte Fassung im Wörterbuchnetz des Trier Center for Digital Humanities // Ausgabe letzter Hand. – Leipzig, 1793-1801. – Version 01/23. – URL: https://woerterbuchnetz.de/?sigle=Adelung&lemid=L01453 (дата обращения: 01.10.2024).

2. DWDS: Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache. Das Wortauskunftssystem zur deutschen Sprache in Geschichte und Gegenwart. – Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften. – URL: https://www.dwds.de/ (дата обращения: 22.03.2024).

3. *Meinhardt, F.* Deutsches Schimpfwörterbuch oder die Schimpfwörter der Deutschen / F. Meinhardt. – Arnstadt: Buchhandlung von F. Meinhardt, 1839. – 81 S.

4. *Paul, H.* Deutsche Grammatik: in 5 Bänden / H. Paul. – Bd. 5: Wortbildungslehre. – Halle: Niemeyer, 1920. – 158 S.

Гомилко О. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Проблема классификации фразеологизмов с компаративным значением

Настоящая работа посвящена проблеме фразеологизмов с компаративным значением в лингвистике.

Особую трудность при изучении фразеологии представляют компаративные фразеологические единицы (далее КФЕ), их классификация и перевод. Это, прежде всего, связано с идиоматичностью фразеологических

единиц (далее ФЕ), значение которых не выводимо из значения их компонентов. Кроме того, значительная часть КФЕ основывается на стереотипах, на исторических событиях, на особенностях религии, знание которых необходимо для понимания их смысла.

Актуальность данной темы обусловлена важностью фразеологизмов с компаративным значением в изучении языковых картин мира разных языков, недостаточным уровнем изученности в лингвистике и переводоведении выбранных языковых единиц.

Целью работы является изучение компаративных фразеологизмов немецкого языка.

Объектом исследования является фразеология немецкого языка. Предметом исследования являются немецкие КФЕ.

Основные задачи работы: исследовать теоретические работы по проблеме, уточнить определение фразеологизма, компаратива и КФЕ, рассмотреть классификации КФЕ.

В работе использовались следующие методы: компонентный анализ; поисковый; описательный; сравнительно-сопоставительный метод.

Существует несколько определений понятия «фразеологическая единица». Н. М. Шанский дает следующее определение: «Фразеологический оборот – это воспроизводимая в готовом виде языковая единица, состоящая из двух или более ударных компонентов словного характера, фиксированная (т. е. постоянная) по своему значению, составу и структуре» (Шанский, 1972). В. В. Виноградов выдвигал как наиболее существенный признак фразеологического оборота его эквивалентность и синонимичность слову (Виноградов, 1972). Рассмотрев разные определения понятия ФЕ, самым точным и подробным определением ФЕ следует считать характеристику Н. М. Шанского.

Компаративными фразеологическими единицами называются устойчивые и воспроизводимые сочетания слов, фразеологическая специфика которых основывается на традиционном сравнении (Райхштейн, 1980). КФЕ непосредственно связаны с дефиницией компаратива, так как данное определение составляет часть КФЕ. Компаратив – грамматическая категория качественных прилагательных и наречий, выражающая относительную разницу или превосходство в качестве, присущем предметам или действиям (Розенталь, 1985).

Классификации ФЕ строятся на различных подходах к их рассмотрению. В данной работе рассматриваются несколько работ, а именно классификации Ведьмановой Е. Е. и Туранского И. И. Согласно исследованиям Ведьмановой Е. Е. (Ведьманова, 2015) ФЕ делятся на:

1. Фразеологизмы, наиболее близкие к полным соответствиям, имеющие в основе сравнения образы близкие, но не тождественные.

2. Фразеологизмы, созданные на основе сравнений, в которых присутствуют те или иные дополнительные элементы, характеризующие традиции той или иной культуры.

3. Фразеологизмы, построенные на иных образах или отражающие разные стороны явления.

4. Фразеологизмы, связанные с конкретным обычаем, происшествием, событием и содержащие в своем составе имена собственные.

5. Фразеологические единицы, выражающие иронию и основанные на игре слов.

6. Фразеологические единицы, которым в другом языке соответствуют те же структуры, но с иной лексической наполняемостью.

И. И. Туранский в своих исследованиях предлагает классифицировать их по трем принципам (Туранский, 1990):

1. По семантическому содержанию;

2. В зависимости от использования или отсутствия аллитерации;

3. На основе соответствия или несоответствия русского и немецкого вариантов.

На основе данных классификаций систематизированы КФЕ немецкого языка, отобранные из фразеологического словаря Л. Э. Биновича (Бинович, 1975). В основу систематизации были положены два основных признака: 1) структурно-грамматический и 2) семантический. В результате по структурно-грамматическим особенностям были выделены четыре группы КФЕ, по семантическим признакам также четыре группы. Данные систематизации приведены ниже, примеры приводятся с русскоязычными соответствиями.

А) По структурным и структурно-грамматическим особенностям:

А 1 Сравнительные конструкции с союзом “wie”:

kalt wie Eis ‘холодный как лёд’ (о человеке, о поведении);

schlau wie ein Fuchs ‘хитрый как лиса’;

alt wie die Welt ‘старый как мир’.

А 2 Сравнительные конструкции с союзом “als”:

leichter als Luft ‘легче воздуха’ (о чём-то простом или невесомом);

schneller als der Wind ‘быстрее ветра’;

näher als ein Bruder ‘ближе брата’ (о близкой дружбе).

А 3 Конструкции с творительным падежом:

mit dem Messer schneiden ‘резать как ножом’ (говорить прямо, резко);

mit Hammerschlägen ‘как молотом’ (с большой силой);

mit Feuer und Flamme ‘с огнём и пламенем’ (очень энергично, страстно).

А 4 В зависимости от использования или отсутствия аллитерации:

КФЕ, в структуре которых используется приём аллитерации (***f****est wie ein* ***F****els* ‘твёрдый как скала’);

КФЕ без аллитерации (*leise wie eine Maus* ‘тихий как мышь’).

Б) По семантической организации:

Б 1 Антропоморфные сравнения:

reden wie ein Bürger ‘говорить как бюргер’ (спокойно, рассудительно).

Б 2 Природно-космические образы:

rein wie Schnee ‘чистый как снег’;

storrisch wie ein Esel ‘упрямый как осёл’;

laut wie Donner ‘громкий как гром’.

Б 3 Фразеологизмы, связанные с конкретным обычаем, происшествием, событием и содержащие в своем составе имена собственные:

stur wie Hercules ‘упрямый как Геракл’;

mutig wie Roland ‘смелый как Роланд’.

Б 4 Вещественные образы:

glatt wie Seide ‘гладкий как шёлк’;

hart wie Eisen ‘твёрдый как железо’.

В результате проведённого исследования сделаны следующие выводы.

1. В современном языкознании нет единого мнения в вопросе о сущности и определении фразеологического оборота как языковой единицы.

2. Вопросу классификации КФЕ посвящено множество трудов, но отсутствует единая точка зрения. В силу своей неоднородности подобные единицы нередко с трудом умещаются в отводимые им рамки в пределах даже относительно гибких классификаций. Необходимо включать в классификацию раздел о структурно-грамматических особенностях КФЕ, так как данный элемент через структурные признаки КФЕ помогает более точно их систематизировать.

Список литературы

1. *Бинович, Л. Э.* Немецко-русский фразеологический словарь / под ред. Д-ра Малиге-Клаппенбах и К. Агрикола. – Изд. 2-е, испр. и доп. – Москва: «Русский язык», 1975. – 768 с.

2. *Ведьманова, Е. Е., Куликова, Н. В.* Национально-специфические особенности компаративных фразеологизмов английского, немецкого и русского языков / Е. Е. Ведьманова, Н. В. Куликова // Вестник ВолГУ. Серия 2: Языкознание. – 2015. – № 4. – С. 115–120.

3. *Виноградов, В. В.* Русский язык / В. В. Виноградов. – Москва: Наука, 1972. – 639 с.

4. *Райхштейн, А. Д.* Сопоставительный анализ немецкой и русской фразеологии / А. Д. Райхштейн. – Москва: Высшая школа, 1980. – 143 с.

5. *Розенталь, Д. Э., Теленкова М.* А. Словарь-справочник лингвистических терминов: пособие для учителя / Д. Э. Розенталь, М. А. Теленкова. – Москва: Просвещение, 1985. – 399 с.

6. *Туранский, И. И.* Семантическая категория интенсивности в английском языке / И. И. Туранский. – Москва: Высшая школа, 1990. – 173 с.

7. *Шанский, Н. М.* Лексикология современного русского языка / Н. М. Шанский. – Москва: Наука, 1972. – 330 с.

Горошко Л. Д.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Немецкие глаголы, выражающие скрытое отрицание

1. Язык является сложной системой, в которой лексические и грамматические средства постоянно взаимодействуют друг с другом, создавая не только явные, но и скрытые смыслы. К ним относится, в частности, скрытое отрицание, выражающееся при помощи определенных глаголов. **Актуальность** данного исследования заключается в том, что понимание механизмов скрытого отрицания нужно для детального изучения немецкого языка, адекватного перевода и интерпретации текстов. **Объектом исследования** являются немецкие глаголы, способные выражать скрытое отрицание (далее ГСО, глаголы скрытого отрицания). **Предметом исследования** являются семантические характеристики ГСО. **Материалом исследования** послужили данные словаря Duden современного немецкого языка.

2. Отрицание – это важная категория языка, представляющая собой одну из основных мыслительных деятельностей. Это связано с тем, что в обычной жизни мы достаточно часто попадаем в ситуации, когда нам нужно что-то опровергнуть. Стоит сказать, что сущность категории отрицания имеет колоссальное психологическое и главным образом логическое значение (Пешковский 1956: 386).

3. Различают два вида отрицания: эксплицитное (выраженное явно) и имплицитное (скрытое). Эксплицитным отрицание считается в случае, когда оно воспринимается непосредственно и выражается при помощи специальных языковых средств. Исходя из этого, можно сделать вывод, что эксплицитное отрицание предполагает прямоту и доступность, следовательно, оно дает адресату сразу же понять смысл высказывания; тот, кто выражает отрицание, не имеет задачи завуалировать или смягчить свою мысль, он специально выражает открыто отрицание. Эксплицитное отрицание является более распространенной формой, поскольку выражено специальными лексическими единицами. К основным средствам выражения эксплицитного отрицания относятся отрицательная частицы *nicht* и *nein*, отрицательные местоимения *keiner, niemand, nichts* и отрицательные наречия *niemals, nie, nirgends* и др. Эти слова имеют четко определенную функцию – указать прямо на отрицание действия. Примером этого может быть предложение *Ich habe diesen Artikel nicht gelesen.* – ‘Я не читала эту статью’. Здесь отрицание идентифицируется легко благодаря своей грамматической прозрачности.

4. Также можно найти и скрытое (имплицитное) отрицание. Специфика имплицитного, или скрытого отрицания заключается в том, что оно содержится внутри, подразумевается, но никак не проявляется внешне и не выражается прямо. Раскрытие отрицательной семантики глагола содержится в толковании слова в словаре. Если в толковании содержится отрицательное слово, значит, этот глагол относится к ГСО. Важно также отметить, что для имплицитного отрицания характерна градация имплицитности. Выделяются

следующие виды отрицания: ингерентное (невыраженное какой-либо морфемой) и адгерентное (выраженное морфемой, входящей в состав глагола, как правило, префиксом). Ингерентный вид отрицания внутренне присущ основной части лексемы ГСО. Примером этому может служить глагол fehlen ‘отсутствовать’. Толкование у этого глагола следующее: *nicht existieren, nicht vorhanden sein* ‘не существовать, не присутствовать’. Адгерентный вид отрицания привнесен каким-нибудь словообразовательным формантом, например, глагол *versagen* ‘отказывать’. Данный глагол имеет следующее толкование: *das Geforderte, Erwartete nicht tun, leisten können, nicht erreichen; an etwas scheitern* ‘не сделать, не достичь требуемого или ожидаемого; потерпеть неудачу в чем-либо’. (Юсифов 2015: 73). В обоих случаях толкования содержится отрицание, выраженное частицей *nicht*.

5. Таким образом, рассмотрев понятия эксплицитного и имплицитного отрицания, можно сказать, что явные и скрытые отрицания в немецком языке имеют свои уникальные особенности. Явные отрицания просты в понимании благодаря их выраженности специальными лексемами, в то время как скрытые отрицания проявляются в толковании ГСО, создавая эффект непрямого, смягченного отрицания. Это делает имплицитное отрицание важным инструментом в межличностной коммуникации, а также в художественном дискурсе, официальной речи и публицистике.

Список литературы

1. *Пешковский, А. М.* Русский синтаксис в научном освещении / А. М. Пешковский. – 7-е изд. – Москва, 1956. – 511 с.

2. *Юсифов, Э. Г.* Грамматическая категория отрицания и ее имплицитные индикаторы (на материале немецкого языка) / Э. Г. Юсифов // Актуальные проблемы и достижения в гуманитарных науках. Сборник научных трудов по итогам международной научно-практической конференции. – № 2. – Самара, 2015. – С. 73–75.

3. Duden. Grammatik der Deutsche Sprache. – URL.: https://www.duden.de/ (дата обращения: 21.02.2025).

Ковткова Д. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Вербальные и визуальные особенности обложек англоязычных журналов

В данной работе рассматриваются англоязычные журнальные обложки, которые представляют собой синтез вербальных и визуальных компонентов, влияющих на внимание аудитории и осознание реципиентом освященных в мультимодальном тексте ситуаций. Так, журнальные обложки являются актуальным и интересным объектом для исследования в качестве мультимодального текста.

Актуальность исследования обусловлена тем, что на сегодняшний день, с развитием новых технологий и механизмов влияния на читателя,

мультимодальные тексты представляют относительно новое и перспективное направление в современной медиалингвистике. Анализ журнальных обложек позволяет выявить как мультимодальные тексты влияют на реципиента в современном медиапространстве.

Объектом данной работы является феномен мультимодальности, реализованный в жанре обложек. Предметом данного исследования являются визуальные и вербальные особенности обложек англоязычных журналов. Цель работы – установить и описать визуальные и вербальные особенности разножанровых обложек английских журналов.

Теоретическую основу работы составили труды Е. Е. Анисимовой (Анисимова, 2003), И. П. Хутыза (Хутыз, 2016), О. К. Ирисхановой (Ирисханова, 2013), А. Г. Сонина (Сонин, 2006), Ю. В. Сорокиной (Сорокина, 2017), G. Kress, T. Van Leeuwen (Kress, 2006), исследовавших феномен мультимодальности в целом, а также О. А. Блиновой (Блинова, 2019), М. В. Копыловой (Копылова, 2022), рассматривающих данный феномен в жанре журнальной обложки.

Корпус эмпирического материала данного исследования составляют 30 англоязычных журнальных обложек: американских (20) и британских (10), взятых из политических журналов и журналов, посвященных жизни знаменитостей, изданных за последние 12 месяцев (с февраля 2024 по февраль 2025 года). Выбор типа журнала объясняется наглядностью эксплицитного применения визуального и вербального компонентов в мультимодальном тексте. Обложки были отобраны из следующих журналов: британские – The Economist, The Week; американские – The New Yorker, Time, Cosmopolitan, Star, Life & style.

Журнальная обложка рассматривается как самостоятельный информационный продукт, бумажное покрытие издания, которое, в первую очередь, выполняет защитную функцию журнала, но также сообщает основную информацию, находящуюся в журнале, и служит в качестве элемента внешнего художественного оформления (Мильчан, 2003).

Под термином «мультимодальность» понимается формирование значений через различные семиотические средства (модусы) и, относящиеся к ним, социокультурные конвенции. В культуре современного общества многие продукты представляют собой мультимодальные тексты, имеющие определенную структуру из разных коммуникативных видов, т.е. каналов, таких как визуальные, аудиальные, тактильные и др., и модусов (изображение, письмо, речь и др.). Таким образом, согласно И. П. Хутыз, мультимодальность – это «одновременное взаимодействие различных семиотических систем, транслирующих информацию с учетом коммуникативных традиций общества» (Хутыз 2017: 92).

Изучая феномен мультимодальности, важно обратить внимание на понятие модуса (modes) коммуникации, т.е. конструкции и разработки смысла (designs), имеющие визуальные (visual), жестовые (gestural), пространственные (spatial), звуковые (audio) и лингвистические аспекты (Сабадин Сантос Талавейра Медина Жоан Пауло, 2022).

Как отдельный жанр мультимодального текста журнальная обложка обладает следующими особенностями:

– индивидуальными характеристиками, для расшифровки которых реципиент применяет разнообразные когнитивные механизмы для декодирования основного смысла;

– употреблением лингвостилистических приемов, таких как игра слов, аллитерация, метафорические фигуры и др.;

– проявлением лингвокреативности;

– основными функциями: привлечение внимания потенциального читателя и увеличение числа продаж;

– презентацией краткого содержания номера в форме заголовков и / или анонсов статей (Блинова 2019: 14).

В ходе анализа англоязычных журнальных обложек было выявлено, что в политическом медиадискурсе превалирует использование нарисованных иллюстраций или созданных при помощи компьютерных технологий изображений, нежели фотографий политических деятелей. Такой механизм выдвигает визуальный компонент на передний план. Журнальные обложки данного типа содержат либо минимальный вербальный компонент (заголовок и 1-2 подписи), либо характеризуется его отсутствием.

Рассмотрим американский политический еженедельник «The New Yorker», который относится к виду «качественной прессы», т.е. издание, которое рассчитано на высокообразованного читателя со средним и высоким доходами и направленно на раскрытие политических аудиторных интересов (Свитич 2000: 206). Согласно классификации Е. Е. Анисимовой такой вид обложки является мультимодальным текстом, который не включает в свой состав подписи, т.е. данный текст состоит из вербального компонента (обязательные маркеры, которые идентифицируют журнал) и сопровождающего его изображения без подписи (Анисимова 2003: 66).

В данном случае невозможен синтез вербального и невербального компонентов, однако такая отличительная черта является «визитной карточкой» издания, приковывая внимание метафоричными изображениями (например, изображение игры в кошки-мышки), где они выступают как основной стимул для активизации общих фоновых лингвистических знаний. Реципиент сначала обращает внимание на невербальный компонент, т.е. иллюстрацию, а лишь затем по собственному желанию читает вербальную составляющую журнала.

Журналы, направленные на раскрытие табуированной обществом информации (личной жизнь, интимных отношений, смерти), сенсационность, тематический эклектизм (Сазанов 2004 цит. по: Прытиков: 213), называются «желтая» пресса или «таблоиды». Такие журналы состоят из изображения и подписи (или ряда изображений и подписей под ними), что подразумевает собой равноценное участие визуального, т.е. изображения, и вербального, а именно подписи, компонентов в восприятии текста (Анисимова 2003: 67). Главная цель – донести до аудитории не правдивую, а сенсационную информацию.

Проанализированные обложки англоязычных журналов, относящиеся к такому типу, демонстрируют синтез и однородность визуального и вербального компонента. Во всех обложках используют фотографии, зачастую нескольких знаменитостей для того, чтобы сфокусировать внимание читателя (скорее фаната) на интересующих его личностях.



(рис. 1)

В одном из выпусков известного журнала Star (рис. 1) редакторы используют отношения Меган Маркл и принца Гарри как основную новость, подкрепляя ее вербальным компонентом – яркой подписью:*"Harry finally breaks free!"* и красочной фотографией на первом плане. По такой же схеме, издатели добавляют справа три новости, которые имеют меньшее значение.

Мы прослеживаем практически равномерное распределение смысловой нагрузки между изображением и подписью, так как они во многом дублируют друг друга. При этом визуальный компонент служит как наглядный пример, для привлечения внимания заинтересованной аудитории. Функция вербального компонента – передать информацию, «расшифровать» и дополнить визуальный ряд.

Синтез вербального и визуального компонентов англоязычной журнальной обложки способствуют выполнению журнальной обложки основной ее функции — привлечения внимания и легкого декодирования мультимодального текста. Однако существуют примеры отсутствия данного слияния для стимулирования фоновых лингвистических знаний реципиента.

Список литературы

1. *Анисимова, Е. Е.* Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е. Е. Анисимова. – Москва: Академия, 2003. – 128 с.

2. *Блинова, О. А.* Обложка журнала как мультимодальный текст / О. А. Блинова // Научный диалог. – 2019. – № 5. – С. 9–24.

3. *Матулевич, Т. Г.* Креолизованный анонс на обложке журнала The Economist / Т. Г. Матулевич // Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. – 2017. – Т. 8. – № 4. – С. 838–846.

4. *Мильчан, А. Э.* Издательский словарь-справочник / А. Э. Мильчан. – 2003. – URL: http://www.find-info.ru/doc/dictionary/publishing/index-206.htm#206 (дата обращения: 28.02.2025).

5. *Прытиков, А. В.* Качественная и бульварная пресса в системе СМИ // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. – 2011. – № 2. – С. 211–215.

6. *Сорокина, Ю. В.* Понятие мультимодальности и вопросы анализа мультимодального лекционного дискурса. – Тамбов: Грамота, 2017. – № 10 (76): в 3-х ч. – Ч. 1. – С. 168–170.

7. *Хутыз*, И. П. Мультимодальность академического дискурса как условие коммуникативной успешности // Вестник адыгейского

государственного университета. Серия 2: Филология и Искусствоведение. – Майкоп: Адыгейский гос. ун-т., 2016. – № 1. – С. 90–95.

Лысенко П. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Способы образования квантификаторов неопределённого множества в немецком языке

Одной из важных задач лингвистики является изучение категории количественности и механизмов её вербализации в языке. Квантификаторы неопределённого множества играют ключевую роль в передаче значений неопределённости и приблизительности, что делает их изучение особенно актуальным.

Цель данного исследования заключается в систематизации и анализе способов образования квантификаторов неопределённого множества (КНМ) в немецком языке, а также в выявлении степени продуктивных данных способов.

Эмпирическим материалом работы послужили квантификаторы неопределённого множества, отобранные из одноязычных словарей, а также примеры их употребления, полученные из оригинальных текстов информационно-новостных и аналитических изданий, художественной литературы, веб-сайтов (Berliner Zeitung – 42 ед., Der Tagesspiegel – 56 ед., Anna Seghers «Das siebte Kreuz: Roman aus Hitlerdeutschland» – 1 КНМ, HIFI.DE – 1 КНМ) Таким образом, общий объем словарной выборки составил 100 квантификаторов.

Анализ словарной выборки показал, что в линейном отношении КНМ в немецком языке распадаются на следующие структурные типы:

1) однословные КНМ (47 ед. или 47%):

Schwall übertr. <große Anzahl> разг. ‘поток’, ‘волна’, перен. ‘большое количество’: *Politiker neigen mitunter dazu, die Realität mit einem Schwall von Worten zu kaschieren* ‘Политики подчас стремятся скрыть реальность с помощью обилия слов’;

viel(e) <eine große Menge> ‘много’: *Sie werden sehen, wie viel Freude es macht, wenn man Schritt für Schritt voran geht* ‘Вы увидите, как весело двигаться вперед шаг за шагом’.

2) многословные КНМ (53 ед. или 53%), среди которых преобладают:

а) двухсловные КНМ (16 ед. или 16%):

Bücher wälzen umg. <viel lesen> разг. ‘дробить книги’, перен. ‘много читать’: *Man muss keine Bücher wälzen und Archive durchstöbern, um etwas über die Geschichte zu erfahren* ‘Чтобы узнать что-то об истории, не обязательно читать много книг и рыться в архивах’.

б) трёхсловные КНМ (7 ед. или 7%):

im Geld schwimmen umg. <sehr viel Geld besitzen> разг. ‘купаться в деньгах’, перен. ‘иметь очень много денег’: *Im Geld schwimmt sie auf jeden Fall* ‘Она точно купается в деньгах’.

в) четырёхсловные КНМ (16 ед. или 16%):

in Hülle und Fülle <in großer Menge, reichlich, im Überfluss> букв. ‘в обёртке и в изобилии’, перен. ‘в большом количестве, достаточно, в избытке’: *Chinesische Restaurants und Imbisse gibt es in Berlin in Hülle und Fülle* ‘В Берлине есть множество китайских ресторанов и закусочных’.

В категориальном отношении немецкие КНМ распадаются на следующие группы:

1) субстантивные КНМ (28 ед.):

Löwenanteil <größter Anteil> букв. ‘львиная доля’, перен. ‘значительная часть’: *Das Problem ist jedoch, dass der Löwenanteil der Antibiotika an vollkommen gesunde Tiere verfüttert wird* ‘Проблема, однако, в том, что львиная доля антибиотиков скармливается совершенно здоровым животным’.

2) адъективные / адвербиальные КНМ (16 ед.):

genug <ausreichend, genügend> ‘достаточно’: *Wäre es nicht schön, genug Geld zu haben, um die Welt ein bisschen besser zu machen?* ‘Разве не было бы здорово иметь достаточно денег, чтобы сделать мир немного лучше?’.

3) КНМ-числительные (2 ед.):

hundert umg. <eine unbestimmte große Anzahl> разг. ‘сотня’, перен. ‘большое количество’: *Die Kinder hatten hundert Fragen* ‘У детей была целая сотня вопросов’;

4) КНМ-глагол:

kettenrauchen <sehr viel rauchen> букв. ‘курить сигареты одну за другой’, перен. ‘очень много курить’: *Hier wohnen viele Altachtundsechziger, sie sind pensioniert, sitzen kettenrauchend in den Straßencafés um den Platz und lesen Zeitung* ‘Здесь живёт много пожилых шестидесятилетних людей. Они на пенсии, сидят и курят в уличных кафе, что вдоль площади, и читают газеты’.

Многословные КНМ, в свою очередь, представлены разнообразными моделями; среди них наиболее распространёнными являются следующие модели:

1) модель КНМ «Adj (прилагательное) + S (существительное)» (6 ед.):

ganzer Batzen übertr. <sehr viel> букв. ‘целая куча’, перен. ‘очень много’: *Einen ganzen Batzen alter Vordrucke wurde man zuletzt anlässlich der Abgeordnetenhauswahl im Herbst los…* ‘Большое количество старых бланков было израсходовано в последний раз по случаю выборов в парламент осенью…’.

2) модель КНМ «Adj + S + V (глагол)» (4 ед.):

volles Haus haben <viele Gäste haben> букв. ‘иметь полный дом’, перен. ‘иметь много гостей’: *…weil Hotels und Clubs volle Häuser haben* ‘…потому что отели и клубы полны посетителей’.

3) модель КНМ «Präp (предлог) + Adj + S» (3 ед.):

in hellen Scharen militär. <in großer Anzahl> букв. ‘целыми отрядами’, воен. ‘большое количество’: *Jetzt kamen die Ost-Berliner in hellen Scharen* ‘Теперь восточные берлинцы приходили в больших количествах’.

4) модель КНМ «S + V» (3 ед.):

Geld scheffeln umg., salopp. <viel Geld einnehmen> разг., вульг. ‘загребать деньги’, т.е. ‘зарабатывать много денег’: *Wie immer gewinnt am Ende der, der das meiste Geld gescheffelt hat* ‘Как всегда, в конечном итоге побеждает тот, кто накопил больше всего денег’.

47% (или 47 ед.) выборки составляют однословные КНМ, из них более половины (28 ед.) являются производными дериватами. Наиболее продуктивными способами образования КНМ являются:

1) полупрефиксальный способ (9 ед.):

Heidengeld umg. <sehr viel Geld> разг. ‘очень много денег’: *Das muss ein Heidengeld gekostet haben.* ‘Это, должно быть, стоило целое состояние’;

2) префиксальный способ (6 ед.):

Unsumme <sehr viel Geld> разг. ‘очень много денег’: *Der Sender gibt außerdem Unsummen Geld für unsere Sicherheit aus* ‘Телекомпания также тратит огромные суммы денег на нашу безопасность’';

Продуктивность остальных КНМ не превышает 5 ед. Отметим, что среди них выделяются заимствованные КНМ (5 ед.), например:

Majorität (lat.) <größerer, überwiegender Teil einer Gesamtheit> лат. ‘бóльшая, преобладающая часть совокупности’: *Die Majorität der Berliner Gesellschaft ist aus meiner Sicht nicht antisemitisch* ‘На мой взгляд, большинство берлинского общества не настроено антисемитски’;

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что в немецком языке отмечены однословные (47 ед.) и многословные (53 ед.) КНМ. Наиболее многочисленными являются многословные КНМ, среди них преобладают двух- и четырёхсловные квантификаторы. Среди однословных КНМ доминируют субстантивные квантификаторы (28 ед.), а среди многословных – КНМ модели «Adj + S» (6 ед.).

Наиболее продуктивным способом образования КНМ является полупрефиксальный способ (9 ед.).

Список литературы

1. *Бордюгова, К. А.* Выражение значения неопределённого множества посредством метафоризации предметных имён (на материале английского, французского и русского языков): автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.02.20 / К. А. Бордюгова. – Москва, 2018. – 160 с.

2. *Вахрушева, М. И.* Морфотемный анализ собирательных существительных: на материале немецкого и русского языков: автореф. дис. … канд. филол. наук: 10.02.19 / М. И. Вахрушева. – Ульяновск, 1999. – 121 с.

3. *Ивлева, М. А., Федяева, Е. В.* Определённое множество vs неопределённое множество: о некоторых аспектах взаимодействия / М. А. Ивлева, Е. В. Федяева // Критика и семиотика, 2015. – № 2. – С. 99–110.

Мерзликина М. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Немецкие глаголы с модальным значением

Введение. Актуальность данной темы обусловлена тем, что модальные глаголы являются часть грамматики немецкого языка, поскольку они позволяют выражать различные оттенки значений, такие как возможность, необходимость, разрешение, желание и так далее. Осознание различий между модальными глаголами и обычными глаголами, умение их употреблять.

Объектом исследования являются глаголы немецкого языка с модальным значением.

Предмет исследования составили семантические и грамматические характеристики глаголов с модальным значением в немецком языке, их взаимодействие с другими языковыми единицами, а также особенности их использования в различных контекстах.

Цель исследования заключается в изучении особенностей употребления и функционирования глаголов, которые тоже имеют модальные значения, но не являются классическими модальными глаголами немецкого языка.

В качестве материала исследования послужили глаголы, извлеченные методом выборки из энциклопедического издания серии Дуден «Duden–Das Synonymwörterbuch», электронные варианты словарей «Etymologisches Wörterbuch des Deutschen» и «DWDS-Wörterbuch».

1. Модальные глаголы в немецком языке представляют собой особую группу глаголов, которые выражают отношение говорящего к действию, описанному в предложении. Основные немецкие модальные глаголы включают: *können*, *dürfen*, *müssen*, *sollen*, *wollen*, *mögen* (Балакина 2016: 6).

2. Глагол *können* ‘мочь’ выражает способность или возможность совершения действия. Его можно заменить на конструкции: *vermögen* – подчёркивает наличие способности, i*n der Lage sein* – объективную возможность, *es schafen* – успешное завершение, *gelingen* – удачный результат. Разница заключается в степени уверенности, активности субъекта и фокусе на результате.

Глагол *müssen* ‘должен’ подчеркивает необходимость или обязательство выполнения действия. Синонимичные конструкции: *brauchen*, *bedürfen* – выражают необходимость с точки зрения субъекта, а *erfordern* – объективную необходимость, обусловленную внешними факторами.

Глагол *wollen* ‘хотеть’ выражает желание или намерение совершить действие. Синонимы *beabsichtigen* подразумевает более осознанное намерение, *wünschen* – часто нереалистичное желание, *vorhaben* – план, который ещё не реализован.

Dürfen ‘позволять’ указывает на разрешение или право совершить действие. *Erlauben, gestattet sein* – эти выражения акцентируют внимание на внешних правилах и ограничениях. *Wagen* – выражает некоторую степень разрешения и свободы.

3. Таким образом, передача модального значения немодальными глаголами в немецком языке представляет собой сложное явление, зависящее от множества факторов. Анализ синонимичных конструкций, функционально-семантической модальности и роли претерито-презентных глаголов позволяет глубже понять богатство и гибкость немецкого языка, а также важность контекстного анализа для точного воспроизведения и понимания смысла высказываний.

Список литературы

1. *Балакина, А. А.* Модальные глаголы немецкого языка: от этимологии к прагматике / А. А. Балакина. – URL: https://lib.tsu.ru/mminfo/000349304/16/image/16-005.pdf (дата обращения: 24.02.2025).

2. Duden. Das Synonymwörterbuch. – Mannheim: Bibliographisches Institut, 2010. – 1104 S.

3. Etymologisches Wörterbuch des Deutschen. – URL: https://www.dwds.de/d/wb-etymwb (дата обращения: 25.02.2025).

4. DWDS-Wörterbuch. – URL: https://www.dwds.de/d/wb-dwdswb (дата обращения: 25.02.2025).

Момот В. Б.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структурно-семантический анализ наименований группы «Женская верхняя одежда» в современном немецком языке

Доклад посвящен структурно-семантическому анализу наименований группы «Женская верхняя одежда» в немецком языке.

Актуальность данной работы обусловлена исследовательским интересом к лексике, номинирующей и характеризующей женскую одежду. Изучение наименований женской одежды в разных языках позволяет проследить эволюцию моды, отразить национальные особенности и менталитет носителей языка. Кроме того, исследование лексики одежды способствует лучшему пониманию механизмов языковой системы и процессов словообразования.

Наименования предметов одежды и аксессуаров в большей степени, чем лексика наименований других реалий, отражают национально-культурную сферу жизни, особенности быта, народные традиции (Саттарова, 2004).

Целью настоящего исследования является выявление и комплексный анализ структурно-семантических особенностей наименований женской верхней одежды в немецком языке.

Объектом исследования являются наименования предметов женской верхней одежды в современном немецком языке, а предметом - структурно-семантические особенности и национально-культурные отличия группы «Женская верхняя одежда».

Материалом исследования послужили лексические единицы (далее ЛЕ), отобранные путем сплошной выборки из немецких интернет-каталогов «OTTO», «Zalando» и «Lamoda».

Общий объем выборки данных ЛЕ в немецком языке составил 31 единицу.

Одежда – это «совокупность предметов, которыми покрывают или облекают тело. Она бывает мужской, женской, верхней или нижней. Это также может быть покрытие проезжей части дороги» (Ожегов 1997: 627).

Наименования одежды являются пластом лексики, которые представляют научный интерес с точки зрения их структурно-семантических свойств, формирования и динамики развития, так как они постоянно претерпевают изменения, связанные с изменениями в обществе и моде. Описание данной лексики в виде лексико-семантической группы позволяет систематизировать её состав.

Под лексико-семантической группой (далее ЛСГ) понимается одна и та же часть речи, объединенная внутриязыковыми связями на основе взаимообусловленных и взаимосвязанных элементов значения (Кузнецов 1986: 72).

В результате исследования было выявлено, что данная тематическая группа насчитывает 31 ЛЕ. В основном, в группу входят различные виды пальто и курток.

ЛСГ «Куртки» – это наиболее многочисленная группа, которая насчитывает 18 единиц. Большая часть ЛЕ представлена сложными словами. Количество композитов в данной группе составляет 16 лексем, например: *die Fellimitat-Jacke* ‘куртка из искусственного меха’ = die Fellimitat + Jacke ‘искусственный мех’ + ‘куртка’; *die Bomberjacke* ‘куртка-бомбер’ = Bomber + Jacke ‘бомбер’ + ‘куртка’ и т. д.

Некоторые наименования данной группы (9 ЛЕ) являются англицизмами: *der Janker* ‘куртка бренда Junker’, *der Parka* ‘парка’, *die Bikerjacke* ‘мотоциклетная куртка’.

ЛСГ «Пальто» насчитывает 12 ЛЕ, которые являются сложными словами, в 10 из которых основным компонентом является Mantel ‘пальто’, например: *der Langmantel* ‘удлинённое пальто’ = Lang ‘длинный’ + Mantel ‘пальто’; *der Ledermantel* ‘кожаное пальто’ = Leder ‘длинный’ + Mantel ‘пальто’, а в 2 ЛЕ вторым компонентом композитов выступает англицизм *coat* (*der Trenchcoat* ‘непромокаемый плащ’).

В ЛСГ «Рубашки» был выявлен один элемент верхней одежды: *der Shirtjacke* ‘кардиган’, который был образован при помощи композиции: das Shirt ‘футболка’ + die Jacke ‘куртка’.

Анализ наименований верхней одежды показал, что они характеризуются общим ядром («куртка, пальто») и отличаются рядом дифференциальных признаков, чем обеспечивается единство и целостность категории. Наиболее частыми семантическими признаками, которые выделяются в дефинициях, анализируемых ЛЕ, являются: применяемый материал (*der Ledermantel* ‘кожаное пальто’, *der Wollmantel* ‘шерстяное

пальто’; длина (*der Kurzmantel* ‘укороченное пальто’, *die Langjacke* ‘удлинённая куртка’); фасон (*die Kimono-jacke* ‘куртка кимоно’, *die Gargojacke* ‘куртка карго’); назначение (*der Wintermantel* ‘зимнее пальто’, *die Sportjacke* ‘спортивная куртка’).

Таким образом, можно сделать вывод, что ЛСГ «Женская верхняя одежда» характеризуется разнообразием ЛЕ, включающих различные виды пальто и курток, что отражает широкий ассортимент женской одежды в современном немецком языке.

ЛСГ «Куртки» является наиболее многочисленной, что свидетельствует о популярности и разнообразии этого вида одежды в современном немецком языке. ЛСГ «Пальто» также представлена значительным количеством лексических единиц, что отражает традиционную роль пальто как важного элемента женского гардероба.

Композитообразование является продуктивным способом словообразования в данной ЛСГ. Большое количество сложных слов, образованных путем соединения двух основ, свидетельствует о стремлении к лаконичному и точному выражению значения. Влияние английского языка на немецкую лексику проявляется в наличии англицизмов в данной ЛСГ. Это отражает глобализацию и влияние модных тенденций, распространяющихся из англоязычных стран.

Список литературы

1. *Кузнецов, А. М.* От компонентного анализа к компонентному синтезу / А. М. Кузнецов. – Москва: Наука, 1986. – 126 с.

2. *Ожегов, С. И., Шведова, Н. Ю.* Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд. – Москва, 1997. – 736 с.

3. *Саттарова, Р. М.* Семантика наименований верхней женской одежды в английском языке в сопоставлении с немецким / Р. М. Саттарова. – URL: http://www.dslib.net/sravnitjazykoved/semantika-naimenovanij-verhnej zhenskoj-odezhdy-v-anglijskomjazyke-v-sopostavlenii.html (дата обращения: 07.02.2025).

Потрахова М. Е.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Словообразовательные особенности молодежного жаргона немецкого языка

Актуальность исследования обусловлена динамическим характером объекта изучения, что определяет необходимость постоянного описания изменений в языке. Изучение грамматических особенностей молодежного жаргона на материале немецкого языка позволяет глубже понять не только динамику языка, но и его взаимосвязь с социальной идентичностью молодежи, а также выявить специфические элементы, которые отличаются от общепринятых норм литературного языка.

Объект исследования – молодежный жаргон немецкого языка.

Предметом исследования выступают словообразовательные особенности немецких лексем, употребляемых в молодежном жаргоне.

Материал исследования составили 320 лексические единицы немецкого молодежного жаргона, отобранные из социальных сетей, онлайн-платформ, а также из лингвистической литературы, посвященной проблемам молодежного языка (Россихина, 2016).

Цель исследования – выявление и описание словообразовательных особенностей молодежного жаргона немецкого языка.

Молодежный жаргон характеризуется высокой степенью инновационности и гибкости, что в свою очередь отражается на его словообразовании. Молодежь часто создает новые слова или модифицирует существующие, подстраивая их под свои интересы и реалии. Это проявляется, в частности, в изменении корней слов, добавлении аффиксов, а также в использовании различных словообразовательных моделей. Например: *die Abart* бран. ‘выродок, нравственный урод’, *das Abfallprodukt* пейорат. ‘ничтожество’, *der Backfisch* бран. ‘старый ворчливый человек’, *der Diddl* ‘глупец’, *das Ferkel* ‘грязнуля’, *das Gettokind* ‘отморозок’, *das Heu* ‘деньги’, *das Klageweib* ‘плакса’, *der Mauler* ‘болтун’, *der Rotzjunge* ‘слабый и безвольный человек’, *die Superbirne* ‘умник’, *die Torte* ‘симпатичная девушка’.

Деривация молодежных жаргонизмов в немецком языке происходит с использованием следующих способов словообразования (Гусева, 2018):

1) словосложение, например: *der Joga* + *die Gymnastik* → *die Jogagymnastik* ирон. ‘несерьезная тренировка’; *vordergestern* ‘(аж) позавчера’ (от vorder + gestern); *Kohlernkeller* (букв. угольный подвал) ‘сейф банка’;

2) суффиксация: *arsch**los*** ‘бессмысленно, бесполезно’; *bär**ig*** ю.-нем. австр. ‘приятельский, доверительный’ (от *Bär* ‘приветливый мужчина’).

Для языка молодежи Германии характерно частое использование сленговых форм, представляющих собой различные вариации существительных, образованных от стандартных форм, в том числе уменьшительно-ласкательные формы с суффиксами *-chen*, *-lein*: *Büchlein* ‘книжечка’, *Tschüßchen!* ‘пока!’ *Hallöchen* ‘приветик!’;

3) префиксация: ***ab**heben* ‘радоваться, удивляться’; ***an**graben* / ***an**baggern* ‘заговорить с девушкой’;

4) образование сложносокращенных слов (аббревиация): *der Ziggi* ‘сигареты’ (от Zigarette). В молодежном жаргоне часто используются различные типы сокращений. Сокращения могут быть как акронимами, так и просто усеченными формами слов. Например, инициальная (буквенная) аббревиатура *bff* ‘best friends forever’ особенно популярна среди молодежи, ее использование отражает не только дружеские отношения, но и стремление молодых людей к экономии языковых средств и усилий в общении;

5) конверсия, т.е. переход слова в другую часть речи: *müllen* ‘болтать чепуху’ (от *der Müll* букв. ‘мусор’), ‘чушь’;

6) звукоподражательная (звукоизобразительная) редупликация (повтор): *tirili* ‘тра-ля-ля’, *wuff* ‘гав’, *hatschi* ‘апчхи’, *klirr* ‘звяк’;

7) заимствования из других языков, особенно из английского языка: *cool* ‘спокойный, превосходный; классный’ (от англ. *cool* холодный); *checken* ‘понимать; проверять’ (от англ. *check* контролировать), а также из латинского (*Terror* ‘шум; скандал’; *Horror* ‘страх; неприятное событие’), греческого (*gigantisch* ‘огромный, превосходный’*, hypermäßig* ‘чрезвычайный’);

8) лексико-семантическая деривация (метафоризация, метонимизация): *Puppe* (букв. ‘кукла’) ‘красивая девушка’; *Ofen* (букв. ‘печка’) ‘мопед; девушка; страх’; *Birne/Tomate* (букв. ‘груша / помидор’) ‘голова’.

В зависимости от ситуации, слова могут изменять свои формы и значения, что делает их использование более динамичным и многозначным. Например, слово *Kumpel* ‘приятель’ может быть использовано в различных контекстах, изменяя свое значение от простого обозначения друга до более глубоких социальных связей, что также может отразиться на его морфологической структуре.

Итак, анализ более 300 слов из языка молодежи показал высокую продуктивность словосложения, лексико-семантической деривации и заимствования по сравнению с остальными способами словообразования (суффиксация, префиксация, аббревиация, конверсия).

Список литературы

1. *Гусева, А. Е., Ольшанский, И. Г.* Лексикология немецкого языка. 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для академического бакалавриата / А. Е. Гусева, И. Г. Ольшанский. – Москва: Юрайт, 2018. – 447 с.

2. *Россихина, М. Ю.* О динамике лексико-семантических процессов в немецком молодежном социолекте / М. Ю. Россихина // Вестник Томского государственного университета. – Филология. – 2016. – № 4 (42). – С. 64–72.

Ребенкова П. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Сокращения и аббревиатуры в молодежном сленге немецкоязычной Интернет-коммуникации

Исследование посвящено сокращениям и аббревиатурам в молодежном сленге немецкого языка.

Актуальность работы обусловлена постоянным и динамичным развитием молодежного сленга как части языка, отражающей социокультурные изменения и необходимостью исследований новых языковых явлений.

Цель работы заключается в исследовании распространенных сокращений и аббревиаций в молодежном сленге немецкого языка, их функций и особенностей.

Объектом исследования является немецкий молодежный сленг.

Предметом исследования являются сокращения и аббревиатуры, функционирующие в речи молодежи.

Материалом исследования являются комментарии немецкоязычных пользователей социальных сетей.

Одной из основных причин, по которым пользователи предпочитают использовать аббревиатуры и сокращения в онлайн общении, является стремление к экономии времени и усилий. Быстрая и лаконичная передача информации становится ключевым аспектом современного общения в цифровой среде. Использование аббревиатур и сокращений позволяет сократить количество набираемых символов и упростить процесс общения в мессенджерах и социальных сетях. Кроме того, использование данных лексических единиц часто связано с формированием идентичности и принадлежности к определенной группе или сообществу. Отличительной чертой современного немецкого языка является тенденция к росту числа слов-сокращений, их видов и различного вида аббревиатур. Сокращения зачастую появляются под влиянием английского языка, который часто используется участниками коммуникации.

Согласно В. В. Лопатину, аббревиатура – это существительное, состоящее из усеченных слов исходного словосочетания или усеченных частей исходного сложного слова (Лопатин, 2016).

Изучая процесс аббревиации, необходимо упомянуть и сложности классификации аббревиатурных единиц. Сегодня в лингвистике существуют несколько критериев, лежащих в основе распределения аббревиатур по группам: освоенность, структура, модели образования и сферы употребления. В связи с этим единой классификации аббревиатур не существует.

Наиболее полную классификацию предлагает Т. С. Сергеева, где учитывается структурная простота или сложность аббревиатурной номинации (Сергеева 2013: 176):

1) инициальная аббревиатура представляет собой сокращенные слова или фразы, состоящие из последовательности начальных букв, где каждая произносится отдельно. Например: *GN* ‘Gute Nacht’; *MfG* ‘Mit freundlichen Grüssen’; *LG* ‘Liebe Grüsse’;

2) акроним – сокращение слова или фразы, которая образована из начальных букв слов или словосочетаний и произносится как самостоятельное слово (Курочкина 2020: 887). Например: *WE* ‘Wochenende’; *MOF* ‘Mensch ohne Freunde’; *SIB* ‘Schmetterlinge im Bauch’;

3) усечения представляют собой аббревиатурные номинации, образованные с помощью пропуска букв или слогов основы сокращаемого слова. Наиболее используемый тип – усечение конечных слогов, апокопа. Например: *Addy* ‘E-Mail-Adresse’; *Alge* ‘Algebra’; *Spezi* ‘Spezialist’; *Konzi* ‘Konzert’; *Ziggi* ‘Zigarette’.

Аббревиатурные единицы классифицируются лингвистами в зависимости от их употребления в письменной или устной речи. Так, Д. И. Алексеев выделяет следующие виды аббревиатур (Алексеев 1996: 145):

– лексические аббревиатуры: встречающиеся в устной и в письменной речи: *Sani* ‘Sanitäter’*, Idi* ‘Idiot’*, Klo* ‘Klosett’*;*

– графические аббревиатуры: используемые исключительно на письме в неформальной интернет-коммуникации: *lg* ‘liebe Grüsse’*, vlt* ‘vielleicht’*, wm* ‘was machst du’*;*

Другие исследователи выделяют дополнительно так называемые графоны – буквенно-цифровые слова, например: *N8* – ‘Nacht’*, GN8* – ‘gute Nacht’*, t+ (Denke positiv)* (Мараница, 2013).

Исследователи молодежного сленга немецкого языка, такие как Быков А. А., Розен Е. В., Курочкина Е. А. и др., делят аббревиатуры, используемые в сети интернет, на следующие тематические группы:

– ‘приветствие’, например: *HRU* ‘how are you’*; MU* ‘I miss you’*;*

– ‘прощание’, например: *BM* ‘Bis morgen’*; SYS* ‘See you soon’*; BD* ‘Bis dann’*; WBW* ‘With Best Wishes’*; HAND* ‘Have a nice day’*;*

– ‘знакомство’, например: *F2F* ‘face-to-face’*; BF* ‘Beste Freunde’*;*

– ‘чувства и эмоции’, например: *ILD* ‘Ich liebe dich’*; HGW* ‘Herzlichen Glückwunsch’*; GSD* ‘Gott sei Dank!’.

Аббревиатуры играют заметную роль в текстах электронных сообщений и могут выполнять в них ряд функций. Так, И. В. Варфоломеева выделяет следующие функции (Варфоломеева 2007: 9): экспрессивную, информационную, функцию речевой экономии, фатическую, тезаурусную функцию (Иванов, 2000).

В результате изучения материала исследования установлено, что немецкоязычные пользователи, стремясь уместить все свои мысли и критику в одном сообщении, прибегают к использованию таких видов аббревиатур:

1) буквенные аббревиатуры (*@alpdrun: mMn* (= Meiner Meinung nach) *wird in Frankreich die beste Jugendarbeit weltweit gemacht* ‘По моему мнению, во Франции ведется лучшая работа с молодежью в мире’);

2) цифробуквенные аббревиатуры (*@AmoebenTransport: Ich schlafe einfach weiter. N8* (= Nacht / Gute Nacht) ‘Я просто продолжу спать. Спокойной ночи’);

3) слоговые аббревиатуры (*@EinfachNurPaul: Trage seit 3 Tagen eine Cap und iwie* (= irgendwie) *fange ich an es richtig zu mögen* ‘Ношу кепку уже три дня и почему-то она мне начинает очень нравиться’).

Резюмируя проведенное исследование, можно отметить следующее:

1) Сокращения и аббревиатуры являются неотъемлемой частью молодежного сленга немецкого языка. Они активно используются в различных формах коммуникации, особенно в цифровом общении и в непринужденной разговорной речи.

2) Сокращения и аббревиатуры могут приобретать в молодежном сленге новые значения и смысловые оттенки, часто зависящие от контекста и ситуации. Их использование требует определенного понимания и «кода» среди носителей языка.

3) Молодежный сленг, включая сокращения, является средством выражения идентичности и принадлежности к определенной возрастной или социальной группе.

Список литературы

1. *Алексеев, Д. И.* Аббревиатуры как новый тип слов / Д. И. Алексеев // Развитие словообразования современного русского языка. – Москва: Наука, 1966. – 211 с.

2. *Варфоломеева, И. В.* Аббревиатуры современного английского языка: когнитивно-дискурсивный аспект: автореф. дис. ... канд. филол. наук / И. В. Варфоломеева. – Москва, 2007. – 168 с.

3. *Иванов, Л. Ю.* Язык интернета: заметки лингвиста / Л. Ю. Иванов. – 2000. – URL: http://www.faq-www.ru/lingv.htm (дата обращения: 14.11.2024).

4. *Курочкина, Е. А.* Использование сокращений и аббревиатур как способ пополнения немецкого молодежного сленга в электронной коммуникации / Е. А. Курочкина // Вестник Башкирского университета. – 2020. – № 4. – С. 885–891.

5. *Лопатин, В. В.* Аббревиатура / В. В. Лопатин // Большая российская энциклопедия. – 2016. – URL: https://old.bigenc.ru/linguistics/text/4045832 (дата обращения: 03.01.2025)

6. *Марарица, Л. В.*, *Антонова, Н. А.,* *Ерицян, К. Ю.* Общение в Интернете: потенциальная угроза или ресурс для личности? / Л. В. Марарица, Н. А. Антонова, К. Ю. Ерицян // Петербургский психологический журнал. – 2013. – № 5. – С. 75–82.

7. *Сергеева, Т. С.* Аббревиатура в системе лексических сокращений / Т. С. Сергеева. – Тамбов: Грамота. – 2013. – № 6. – С. 174–179.

Шапранова Д. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Функционально-семантическая характеристика предлога *unter* в немецком языке

Актуальность исследования определяется тем, что предлог *unter*, несмотря на высокую употребительность в немецком языке (Селиверстова 1990: 29), остается не изученным до конца.

Объектом исследования является предлог *unter* в немецком языке, а **предметом** исследования - функционально-семантические характеристики данного предлога.

Материалом исследования послужили 386 контекстов употребления предлога *unter*, полученных из немецкого толкового словаря, текстов художественной литературы, СМИ, а также из Параллельного корпуса русского языка.

Целью исследования является выявление функциональных значений предлога *unter* и определение их частотности.

Анализ эмпирического материала позволил установить следующие основные типы функциональных значений и отношений у немецкого предлога *unter.*

1. *Пространственные значения.*

В немецком языке предлог *unter* часто используется для указания на положение объекта под другим объектом либо его нахождение в группе (массе) других объектов (обычно одушевленных) (Хоружая 2007: 36).Ср.

(1) Das Buch liegt *unter dem Tisch* ‘Книга лежит *под столом*’;

(2) Er war *unter den Schülern, Zuschauern* (WDG 1980: 3958–3959)‘Он был среди учеников, зрителей’.

2. *Временные значения.*

Предлог *Unter* может выражать временной интервал, в течение которого что-то происходит или действует:

(3) Das Nebenzimmer ist *unter Woche* immer frei (WDG 1980: 3958–3959) ‘Соседняя комната всегда свободна в течение недели’.

3. *Причинные отношения.*

В ряде случаев предлог *unter* указывает на определенные причинные отношения (условия) субъекта действия:

(4) Die Kranke seufzte *unter Qualen der Krankheit* ‘Больная вздыхала от мук болезни’ (WDG 1980: 3958–3959);

(5) *Ich kann den Arbeitsplatz unmöglich unter solchen Umständen akzeptieren* ‘Я не могу принять рабочее место при таких обстоятельствах’.

4. *Отношение подчинения.*

Предлог *unter* может выражать отношение подчинения кого-л., чего-л. кому-либо:

(6) Der Chefarzt hat das Krankenhaus *unter sich* (WDG 1980: 3958–3959) ‘Главврач руководит больницей (букв. …имеет под собой больницу)’;

(7) *Spock diente einige Jahre unter ihm*. ‘Спок служил у него несколько лет’ (Helbig 1996: 54).

5. *Модальные значения (отношения*).

Анализируемый предлог может описывать обстоятельства, сопутствующие действию субъекта:

(8) *Unter Protest der Anwesenden* betrat er den Saal (WDG 1980: 3958–3959) ‘Он вошел в зал под протесты присутствующих’.

(9) Sie erzählte das *unter Tränen* (WDG 1980: 3958–3959) ‘Она рассказывала это в слезах’.

Модальные отношения могут быть связаны с функциональным состоянием определенного агрегата, механизма и т.п.

(10) Der Kessel steht *unter Druck* (WDG 1980: 3958–3959) ‘Котел находится под давлением’.

Итак, немецкий предлог *unter* выражает различные типы значений и отношений (пространственные, временные, причинные, модальные и др.). особенно высокой частотностью обладают предложные конструкции, в которых предлог реализует «Пространственные отношения» (103 контекста из 386).

Список литературы

1. *Селиверстова, О. Н.* Имеет ли предлог только грамматическое значение? / О. Н. Селиверстова // Вопросы филологии. – 1990. – № 3. – С. 26–33.

2. *Хоружая, Ю. Н.* Семантические функции пространственных и временных предлогов в русском и немецком языках / Ю. Н. Хоружая – Краснодар, 2007. – 218 с.

3. *Чеботарева, Г. Н.* Колебания в функционировании предлогов в современном немецком языке: Семантика и структура / Г. Н. Чеботарева – Тамбов, 2005. – 178 с.

4. *Helbig, G., Buscha, J.* Deutsche Grammatik. Ein Handbuch für den Ausländerunterricht. / G. Helbig, J. Buscha. – Leipzig: Langenscheidt, 1996. – 736 S.

5. *WDG*-Wörterbuch der deutschen Gegenwartssprache. Herausgegeben von Ruth Klappenbach und Wofgang Steinitz. – Berlin: Akademie Verlag. – Band 5. – 1980. – 4012 S.

Яковлев А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

История и тенденции развития существительного *Handel* в немецком языке

Доклад посвящен исследованию происхождения и развития семантики немецкого термина *Handel*, *m* ‘торговля’.

Его первое упоминание восходит к средневерхненемецкому (далее – свн.) периоду и обозначает первоначально не торговлю в привычном понимании слова, а ‘образ действия, процесс, событие’, а также ‘судебное разбирательство, правовое дело’ (DWB). Из последнего значения в ранненововерхненемецком (далее – рнвн.) языке развилось существительное *Händel* ‘ссоры, разногласия’. Стоит отметить, что в целом лексема *Handel* образована от глагола *handeln* и, начиная с рнвн. периода (XV век), она употреблялась в значении ‘торговая сделка, купеческое ремесло’ (Там же). Понятие *Handel* отсутствует в древневерхненемецком (далее – двн.) и появляется довольно поздно – в свн. языке. Однако глагол *handeln* встречается гораздо раньше, уже в двн. период, и довольно часто (EWDS).

Древний глагол *hantalōn* (IX век) является производным от слов, относящихся к *Hand* ‘рука’, а глагол *handeln* означал ‘брать в руку, тянуться за чем-либо’, затем приобрел значения ‘обращаться с чем-либо, обрабатывать’ (EDWS).

Ряд итеративных форм (форм, выражающих повторяющееся действие) был образован напрямую от глаголов с помощью суффикса *-al*, и так же, как двн. *petalôn* восходит к *petôn* (нвн. *betteln* – к *beten*, что обозначало ‘неоднократно просить’), *swintalôn* (нвн. *schwindeln*) восходит к *swindan* ‘исчезать’, *mangalôn* (нвн. *mangeln*) – к *mangjan* ‘не хватать’, *wandalôn* (нвн. *wandeln*) – к *wandjan* ‘поворачивать’, точно так же двн. *hantalôn* (нвн. *handeln*) связано с двн. *hantôn*, *hantjan*, *hendan* ‘обрабатывать руками, хватать’, следы чего сохранились в таких словах, как *behanden*, *behänden* ‘ловкий’, *behenden* ‘шустрый’, а также во фризском *handa*, *henda* и др.-сакс. *henda* (DWB).

Стоит отметить также, что слова *nageln* ‘забивать гвозди’, *satteln* ‘седлать’, *wechseln* ‘менять’, *vogeln* ‘ловить птиц’ имеют иное происхождение:

они образованы от имен существительных мужского рода *Nagel* ‘гвоздь’, *Sattel* ‘седло’, *Wechsel* ‘обмен’, *Vogel* ‘птица’, а не от глаголов (Там же).

На ранних этапах развития немецкого языка лексему *Handel* можно встретить достаточно часто во множественном числе. Такое использование существительного стало привычным из-за специфического развития значения: форма мн. числа с умлаутом *Händel* имеет в тот период значение ‘делá’, ср.: *Dann in solchen Händlen ist nit langer Mist zu machen* ‘В таких делах не стоит долго тянуть’ (Wickram Rollwagenbuch: 55, 23) (DWB). Со временем, как и в случае с другими абстрактными существительными, множественное число существительного *Handel* встречается все реже.

В современном немецком языке основное значение термина *Handel* – ‘торговля’, напр.:

Der weltweite statistisch nachweisbare Warenhandel stieg zwischen 1950 und 2007 auf über das 29-fache, während die statistisch dokumentierte Produktion von Gütern sich nur auf das 8,6-fache vergrößerte. ‘Мировая торговля товарами, поддающаяся статистическому учету, выросла с 1950 по 2007 год более чем в 29 раз, тогда как за этот же период статистически зафиксированное производство товаров увеличилось лишь в 8,6 раза’ (Шефер 2013: 61).

Таким образом, можно сказать, что термин *Handel* имел широкое использование в прошлом и остается актуальным в настоящий момент. Об этом свидетельствуют упоминания производных данного термина во все периоды развития немецкого языка, начиная со средневерхненемецкого.

Список литературы

1. *Шефер, М.* Знания и инновации как основа экономического развития / М. Шефер // Экономический вестник университета. Сборник научных трудов ученых и аспирантов. – 2013. – Выпуск 21/1. – С. 59–64.

2. DWB: Deutsches Wörterbuch von Jacob Grimm und Wilhelm Grimm, digitalisierte Fassung im Wörterbuchnetz des Trier Center for Digital Humanities. – Version 01/23. – URL: www.woerterbuchnetz.de/DWB (дата обращения: 25.02.2025).

3. EWDS: Das Etymologische Wörterbuch der deutschen Sprache / unter Leitung von W. Pfeifer // Digitales Wörterbuch des 20. Jahrhunderts. – Berlin: Branderburgische Akademie der Wissenschaften. – URL: https://www.dwds.de/d/wb-etymwb (дата обращения: 25.02.2025).

Алчиева Е. А.
ФБГОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности перевода афоризмов и крылатых выражений с русского на английский язык на примере романа Грибоедова "Горе от ума".

Актуальность: Изучение способов передачи национально-культурной специфики, заключенной в афоризмах и крылатых выражениях, является важной задачей в области переводоведения. Роман Грибоедова "Горе от ума" содержит богатый материал для анализа, поскольку его текст насыщен афористичными высказываниями, которые стали частью русской культуры.

Цель: выявить и проанализировать основные способы перевода афоризмов и крылатых выражений из романа А.С. Грибоедова "Горе от ума" с русского на английский язык.

Задачи:

- Определить понятие "афоризм" и "крылатое выражение" и выявить их лингвистические особенности.
- Рассмотреть основные трудности, возникающие при переводе афоризмов и крылатых выражений, связанные с их культурной обусловленностью и языковыми особенностями.
- Проанализировать различные переводы романа «Горе от ума» на английский язык с целью выявления стратегий, используемых переводчиками для передачи афоризмов и крылатых выражений.
- Классифицировать выявленные стратегии перевода (эквивалент, калькирование, описательный перевод, адаптация, опущение) и оценить их эффективность в сохранении смысла и стилистической окраски оригинала.
- Сделать выводы о наиболее подходящих методах перевода афоризмов и крылатых выражений с русского на английский язык, учитывая контекст и целевую аудиторию.

Методы исследования:

- Теоретический анализ лингвистической и переводоведческой литературы.
- Сопоставительный анализ оригинального текста романа "Горе от ума" и его английских переводов.
- Метод контекстуального анализа.
- Статистический анализ частотности использования различных переводческих стратегий.

Практическая значимость: Результаты исследования могут быть использованы в практике перевода художественной литературы, при обучении переводу, а также для более глубокого понимания межкультурной коммуникации.

Предполагаемые результаты:

• Выявлены и классифицированы основные стратегии перевода афоризмов и крылатых выражений с русского на английский язык на примере романа "Горе от ума".

• Определены факторы, влияющие на выбор той или иной стратегии перевода.

• Оценены преимущества и недостатки различных способов передачи афоризмов и крылатых выражений в английском переводе.

Список литературы

1. *Азнаурова, Э. С.* Очерки по стилистике слова / Э. С. Азнаурова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1973. – 423 с.

2. *Бабенко, Н. И.* Лингвистический анализ художественного текста. Теория и практика / Н. И. Бабенко, М. В. Васильева, И. В. Казарин. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 496 с.

3. *Бархударов, Л. С.* Язык и перевод / Л. С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 1975. – 240 с.

4. *Виноградов, В. С.* Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – М.: Издательство института общего и среднего образования РАО, 2001. – 224 с.

5. *Галь, Н.* Слово живое и мертвое / Н. Галь. – М.: Книга, 1972. – 208 с.

Асаул А. И.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Способы перевода художественно-изобразительных средств в романах Нила Геймана

В данной работе исследуются особенности перевода художественно-изобразительных средств с английского языка на русский язык в романах жанра фэнтези.

Под фэнтези понимается жанр литературы, в котором реальность переплетается с вымышленными мирами, магией и мифологическими мотивами (Службина, 2018:12). Основными чертами фэнтези являются: яркая образность, создающая живописные картины фантастического мира, наполненного необычными существами и волшебными объектами, явлениями. Чтобы сделать этот «условный» мир достоверным и увлекательным для читателя, автор использует широкий спектр художественно-изобразительных средств, которые являются неотъемлемой частью виртуального пространства произведения. При переводе текстов жанра фэнтези переводчик сталкивается с рядом сложностей, главная из которых – передать атмосферу и стиль оригинала, сохранив авторский замысел и игру смыслов (Федоров, 2002: 43).

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения способов перевода художественно-изобразительных средств с английского языка на русский язык для обеспечения таких критериев перевода, как

адекватность, точность и стилистическое соответствие текста-оригинала и переведенного текста.

Материалом исследования послужили 200 примеров художественно-изобразительных средств, отобранных путем сплошной выборки из романов Н. Геймана «Коралина» и «История с кладбищем», и их русские эквиваленты в переводах Е. Кононенко (1) и Е. Мартинкевич (2) соответственно.

Цель исследования – изучить основные способы передачи художественно-изобразительных средств с английского языка на русский в текстах жанра фэнтези на материале произведений Нила Геймана.

Для проведения анализа автор опирается на концепцию переводческих трансформаций В. Н. Комиссарова. В результате исследования установлено, что в анализируемых переводах чаще всего при передаче художественно-изобразительных средств на русский язык использовались следующие способы перевода: калькирование, модуляция, функциональный аналог и антонимического перевода.

Наиболее продуктивным способом перевода выступает калькирование, под которым понимается дословный и покомпонентный перевод слов или фраз. Чаще всего данный способ применяется обоими переводчиками для передачи сравнений и эпитетов. Например, калькирование для перевода сравнений применялось 53 раза (66,3%) в произведении «Коралина» (перевод Е. Кононенко) (1) и 58 раз (48%) в романе «История с кладбищем» (перевод Е. Мартинкевич) (2):

(1) *her skin was white as paper* ‘ее кожа была белой, как бумага’ (калькирование сохраняет прямую аналогию между белизной кожи и белизной бумаги. Такой перевод передает тот же визуальный образ, который был задуман автором, и позволяет читателю представить героиню с бледной, почти неестественно белой кожей);

(2) *she was proud as a peacock and pert as a sparrow* ‘она была гордой, как павлин, и задиристой, как воробей’ (калькирование помогает сохранить основные черты характера персонажа и передать их через знакомые для английской и русской культур образы павлина (гордость и величественность) и воробья (живость и задиристость)).

Автор часто обращается к такому художественно-изобразительному средству, как эпитет – художественное определение, передающее большую изобразительность предметам (Крылова, 2014: 26). Для передачи эпитетов переводчики чаще всего обращаются к кальке – (1) 36 раз (45%); (2) 40 раз (33,3%):

(1) *Coraline looked at the thin young woman with black button eyes and shook her head slowly* ‘Коралина посмотрела на молодую, стройную женщину с черными пуговичными глазами и отрицательно покачала головой’ (образ *black button eyes* ‘черные пуговичные глаза’ является ключевым для изображения «другого мира» и подчеркивания разницы между мирами, в которых разворачивается сюжет);

(2) *The three faces staring into his could have been those of mummified humans, fleshless and dried, but their features were mobile and interested – mouths*

that grinned to reveal sharp, stained teeth; bright beady eyes; clawed fingers that moved and tapped ‘В лунном свете над ним склонились три улыбающиеся физиономии – высохшие, как у мумий, но подвижные и очень любопытные. Никт увидел острые грязные зубки, черные глазки-бусинки и нетерпеливо постукивающие когтистые пальцы’ (выделенные эпитеты автор переводит с помощью калькирования с элементом модуляции – переводчик подобрала лексико-семантическую замену слову *stained.* С помощью данного приема передается образ мверзей, мифических существ).

Следующим по продуктивности способом перевода является модуляция, которая чаще всего применялась для перевода метафор (скрытого сравнения) и метонимии (переноса значения по смежности) (Крылова, 2014: 29). Под модуляцией понимается изменение переводчиком формы или структуры высказывания с целью создания более естественного перевода.

Для перевода метафор модуляция использовалась 8 раз (10%) в (1) и 15 раз (12,5%) в (2), а для перевода метонимии – 3 раза (3,8%) в (1) и 5 раз (4,1%) в (2), что свидетельствует об эффективности данного способа при адаптации образов к языку перевода. Например:

(2) *The sky was red, but not the warm red of a sunset. This was an angry, glowering red, the color of an infected wound* ‘Небо было красного цвета, но не теплого закатного оттенка, а злобно-багрового, как воспаленная рана’ (В данном примере переводчик использует модуляцию вместе с грамматической трансформацией (объединение предложений). При этом метафора *the color of an infected wound* в русском языке преобразована в сравнение, что позволяет как сохранить выразительность текста, так и упростить восприятие его читателями).

(1) *The black shape went into the drawing room* ‘черная тень проскользнула в гостиную’ (*Black shape* ‘черная форма’ – метонимическое выражение, которое создает атмосферу таинственности, темноты и страха, т. е. происходит замещение неизвестного объекта его частью – тенью или силуэтом).

Менее распространенным способом перевода художественных средств является функциональный аналог – способ перевода, при котором вместо прямого перевода слова или выражения используется его эквивалент в языке перевода, который выполняет ту же функцию в контексте и вызывает аналогичные ассоциации у носителей языка. Примеры использования данного способа зафиксировано при передаче метафоры в (1) (4 раза (5%)):

(1) *the proudest spirit can be broken, with love* ‘и все-таки даже ледяное сердце можно растопить любовью’ (в данном случае функциональный аналог позволяет адаптировать текст к культурным нормам, так как образ холодного сердца более распространен в русской литературе, что позволяет сохранить более сильную эмоциональную и образную нагрузку).

Наименее продуктивным способом перевода художественных средств в обоих произведениях является способ антонимического перевода (передача ЛЕ исходного языка через противоположное понятие). Зафиксировано по 2

примера использования данного способа перевода для передачи метонимии на русский язык в (1) и в (2), что составляет 2,5% и 1,7% соответственно:

(1) *The toys in the corner refused to play* ‘Игрушки в углу не желали играть’ (Антонимический перевод позволяет создать эффект одушевления, происходит акцентирование с активного действия (отказаться) на внутреннее состояние (желать));

(2) *Cemetery said nothing* ‘кладбище молчало’ (В данном случае антонимический перевод позволяет сделать текст компактным и упростить восприятие читателями.

Таким образом, в романах-фэнтези Нила Геймана для передачи художественно-изобразительных средств с английского языка на русский наиболее продуктивными способами перевода являются модуляция и калькирование. Модуляция позволяет адаптировать текст для русскоговорящего читателя, сохраняя образность текста оригинала. При прибегании к калькированию переводчик сохраняет структуру и лексику оригинала, что особенно важно для передачи уникальных авторских образов, характерных для стиля Геймана.

Список литературы

1. *Крылова*, *М. Н.* Средства художественной выразительности. Тропы / М. Н. Крылова. – Москва: Директ-Медиа, 2014. – 101 с.

2. *Службина*, *А. Н.* Лексико-стилистические проблемы перевода книг жанра фэнтези / А. Н. Службина // Актуальные вопросы переводоведения и практики перевода. – 2018. – №4. – С. 11-20.

3. *Федоров, А. В.* Основы общей теории перевода: (лингвистические проблемы) : учебное пособие / А. В. Федоров. – Санкт-Петербург: Филологический факультет СПбГУ, 2002. – 315 с.

Бабута И. В.
ФГБОУ ВО “ДонГУ” (г. Донецк)

Переводческие трудности при переводе поэзии на русский и украинский языки (на материале стихотворения Дж. Г. Байрона “The Cornelian”)

Джордж Гордон Байрон (1788 – 1824) – известный английский поэт-романтик. Его творчество оказало глубокое влияние на литературу своего времени и послужило образцом для многих писателей; например, его alter ego? главный герой поэмы “Childe Harold's Pilgrimage”, стал образцом “байронического героя” в литературе.

Стихотворение “The Cornelian” (“Сердолик”) написано в 1806 г. и является примером раннего творчества Байрона с присущими ему чертами классицизма. В жанровом отношении “The Cornelian” является стихотворением “по случаю”: оно посвящено подарку его близкого друга Эдльстона в знак благодарности за то, что Байрон спас его, когда тот едва не утонул.

Насколько нам известно, существует по меньшей мере семь переводов стихотворения Дж.Г.Байрона “The Cornelian”: по два профессиональных русских и украинских и три любительских русских прочтения. Пожалуй, самым качественным оказался перевод русского поєта серебряного века и блестящего интерпретатора латинской, французской, армянской поэзии В.Я. Брюсова (1873–1924), чьи переводы отличались точностью, академизмом и глубоким пониманием оригинальных текстов. Из украинских наиболее удачен перевод Дм.Ф. Паламарчука (1914–1998), знаменитого украинского переводчика и поэта. Кроме того, над переводом стихотворения работали и такие профессиональные переводчики, как Г.А.Шенгели, В.Б.Богуславская, а также переводчики-любители: В.Чистяков, Д.Кожухов, С.Командровская. Большинство переводчиков успешно справились с поставленной задачей, создав поэтические тексты, не уступающие в художественном отношении оригиналу. Однако в ходе исследования встречались также и проблемные тексты, иллюстрирующие типичные ошибки при переводе поэзии. К примеру, довольно опытная переводчица, харьковчанка Валерия Борисовна Богуславская допустила следующие ошибки:

1. Неверный перевод названия стихотворения.

Английское заглавие Богуславская ошибочно интерпретировала как имеющее отношение ко французскому драматургу-классицисту Пьеру Корнелю, вследствие чего название *“The Cornelian”* было переведено как *“Корнелівське”*. Неправильное истолкованное заглавие привело к концептуальной ошибке в трактовке всего стихотворения. Этого можно было бы легко избежать, сверясь с опытом других переводчиков, русских и украинских. Однако переводчица не сочла нужным это сделать.

2. Изменение пола адресата.

В.Б.Богуславская намеренно изменила пол адресата стихотворнеия с мужского на женский -- вероятно, для придания стихотворению романтического флёра. И если первую ошибку можно объяснить невнимательностью и пробелами в английском языке, то вторая обусловлена намеренным вмешательством переводчицы в авторский замысел и его искажением: ведь в стихотворении неоднократно упоминается местоимение he*: “…He offer'd it…”, “…I told him…”, “…to adorn his humble youth…”, “…to his mind…”, “…His form…”*.

3. Замена мотива дружеской привязанности на мотив любви и, как следствие, полное искажение смысла стихотворения.

Вторая ошибка повлекла за собой третью: дружескую симпатию между лирическим героем и спасенным им юношей пришлось заменить любовью между мужчиной и женщиной: *“…В цьому камені для мене зізнання в коханні щире…”*. Это уже недопустимая и непростительная ошибка, грубое вторжение переводчицы в исходный текст, в результате чего текст Байрона искажается до неузнаваемости.

4. Потеря античной аллюзии.

Богуславская передает использованное Байроном имя древнегреческой богини удачи Фортуны (“Fortune”) украинским словом “талан” (судьба, доля,

жизненный путь). Однако далее в переводе упоминаются слепота неназванной богини и ее непостоянство, переменчивый нрав: *“…Аби сліпоту здолати промінням…”, “…Вполюй мінливу – богиню й жінку…”.* Вместо по-классицистски ясного и прямого обозначения Богуславская прибегает к намеренно усложненному парафразу, смешивая богиню и земную женщину, несмотря на то что этого в оригинале нет.

5. Изменение размера стихотворения.

Оригинальное стихотворение состоит исключительно из четырехстопных ямбов. Богуславская же открывает перевод пятистопным ямбом, а далее переходит на дольник – намного менее регулярный размер, близкий ритму разговорной прозаической речи. Конечно, это заметно отдаляет перевод от первоисточника, написанного “правильным”, регулярным, чеканным ямбом.

Помимо В.Б. Богуславской, серьезные ошибки при переводе были выявлены и у русской переводчицы-любителя Светланы Командровской:

1. Увеличение размера стихотворения и введение иизлишей информации.

В переводе Командровской можно увидеть шести-, семи-, восьми-, девяти- и даже десятистопные ямбы, которые постоянно чередуются. Причем первые катрены содержат шести-восьмистопные ямбы, тогда как ближе к концу стихотворения преобладающими становятся восьми-десятистопные ямбы. Таким образом, первоначальный объем стихотворения увеличивается с четырехстопного ямба до десятистопного, т.е. в отдельных случаях в 2,5 раза (в каждой строке лишних 4-12 слогов!).

При таком переводческом решении С. Командровской пришлось вводить огромное большое количество дополнительной информации. Если сопоставить текстовый объем оригинала и перевода, то “воды” в последнем (общих мест, банальностей) более половины. Например: *“…Привлек меня однажды он сверканием небесным…”.* В данной строке Командровская добавила к характеристике подаренного камня небесное сияние, хотя у Байрона небо не упоминается: *“…With lustre only once it shone…”.* Вот другой пример: *“…Я близко дар его поднес к своим глазам уставшим…”*, где переводчица сочиняет явно чужеродную для Байрона подробность.

2. Значительное искажение последних двух катренов.

Начиная с пятого катрена расхождение Командровской с первоисточником становится все более разительным. Седьмой катрен и вовсе заменен собственноручно написанным фрагментом: *“…Had Fortune aided Nature's care, / For once forgetting to be blind, / His would have been an ample share, / If well proportion'd to his mind. …” – “…Успех, удача не всегда находят своевременно всех ждущих, / Но коль они помогут тем, которые ее достойны, поспеши, / Тогда раскроются возможности, таланты и надежды сущих, / Кто щедро, благосклонно расточает ценности своей души… ”.* Из-за того, что оригинальный фрагмент был вытеснен, переводчице-любителю пришлось совместить его с восьмым. Так два последних катрена Байрона она соединяет контаминацией в один, весьма далекий от оригинала.

3. Утрата античной аллюзии

Древнегреческой богине удачи Фортуне не повезло и в этом переводе. Вместо Фортуны переводчица использовала образ природы, которая также присутствует у Байрона, но ей отведена другая роль. У английского поэта Фортуна помогает Природе одарить друга всеми дарами мира *"…Had Fortune aided Nature's care, / For once forgetting to be blind, / His would have been an ample share …",* а здесь природа сама восхищается другом и его благородными "делами и поступками": *"…А если бы сама природа заглянула вдруг, смутившись, / В глубины сути своего любимого творенья в нетерпеньи, / Весь мир благой возликовал бы…".*

Таким образом, проанализировав все переводы стихотворения "The Cornelian" и сравнив их с оригиналом, можно сделать вывод, что низкое качество текста профессиональной украинской переводчицы Валерии Борисовны Богуславской вызвано ее установкой переводить без учета опыт предшественников. У русской переводчицы-любителя Светланы Командровской многочисленные ошибки и неточности вызваны ее неопытностью, слабой версификацией, в целом неудовлетворительной подготовкой и переводческим волюнтаризмом.

Список литературы

1. *Байрон*, Дж. Г. Корнелівське / Дж. Г. Байрон // Твори. Пер. з англ. В. Богуславської. – Київ: Дух і Літера, 2004. – С.46-47.

2. *Байрон*, Дж. Г. Сердолик. Пер. С.Командровской / Дж. Г. Байрон // [Электронный ресурс]. URL: https://fabulae.ru/poems_b.php?id=208635&ysclid=m7npzflzti609886953 (дата обращения: 27.02.2025)

3. *Byron*, G. G. The Cornelian [Электронный ресурс]. / G. G. Byron // URL: http://eng-poetry.ru/PrintPoemE.php?PoemId=219&ysclid=m7nq6ky95l242647719 (дата обращения: 27.02.2025)

Башилова В. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности перевода семантических неологизмов с английского языка на русский

В современном мире, характеризующемся стремительным развитием технологий, культуры и социальных явлений, язык постоянно обогащается новыми лексическими единицами. Особую группу среди них составляют семантические неологизмы — слова, приобретающие новые значения в дополнение к уже существующим.

Актуальность работы обусловлена растущим значением неологизмов в современной коммуникации и необходимостью их адекватного перевода для межкультурного обмена. Переводческий процесс неологизмов зачастую связан с трудностями, возникающими из-за уникальной семантики неологизмов и отсутствия эквивалентов в других языках.

Целью данной работы является изучение основных особенностей перевода семантических неологизмов с английского языка на русский, а также разработка практических рекомендаций для переводчиков.

Достижению поставленной цели способствует решение следующих задач:

1) рассмотреть понятие неологизма;
2) рассмотреть способы образования семантических неологизмов;
3) выявить трудности перевода неологизмов и предложить оптимальные стратегии их перевода.

Обогащение словаря – один из важнейших факторов в развитии языка. Новые слова образуются как средствами самого языка, так и путем заимствования слов (Брагина, 1973).

Считается, что принадлежность слов к неологизмам обладает свойством историчности и относительности, из-за чего ученым пока не удалось прийти к согласию относительно определения данного термина, и именно поэтому одной из проблем неологии является определение термина «неологизм» (Москалева 2008: 246).

Дитер Херберг наиболее полно сформулировал термин «неологизм»: «Неологизмом является лексическая единица или значение, которые появляются в определенный отрезок языкового развития коммуникативного сообщества, получают распространение, соответствуют языковой норме, и в этот временной промежуток развития воспринимаются большинством носителей языка как новые в течение определенного времени» (Алиаскарова, 2007).

М. И. Фомина выделяет следующие виды неологизмов:

1. Лексико-семантические неологизмы, особая группа неологизмов, составляющая лексические единицы, давно известные в языке, у которых развилось новое значение. Например (далее перевод наш. – В. А.): cloud (облако) – 1) масса частиц или капель, таких как пыль, дым или пар, находящихся в атмосфере или в космическом пространстве; 2) сервер с данными и услугами, доступных через интернет; viral (вирусный) – 1) связанный или вызванный вирусом; 2) связанный с быстрым распространением информации, идей или тенденций с помощью социальных сетей, а не обычных средств массовой информации (Фомина 1983: 229; 7).

2. Индивидуальные, или контекстуально-речевые (т.е. окказиональными). Наряду с общеязыковыми неологизмам, выделяются новые слова, созданные писателями, публицистами, общественными деятелями с определенной стилистической целью. Например, catch-22 ‘сложная ситуация, из которой нет выхода, потому что вам нужно сделать одно, прежде чем делать второе, но вам нужно сделать второе, прежде чем вы сможете сделать первое’ (здесь перевод наш. – В. А.). Термин появился благодаря роману американского писателя Джозефа Хеллера «Уловка-22» (Фомина 1983: 230; Knowles, 1997).

Часто семантические неологизмы проявляются через метафоризацию или метонимизацию, а также через сужение или расширение уже известных значений.

Перевод неологизмов может представлять значительные трудности, так как зачастую их трудно найти в обычных и даже специализированных словарях. В некоторых случаях контекст и знание составляющих частей неологизма могут помочь. Однако чаще всего этого недостаточно: переводчик должен обладать дополнительными экстралингвистическими знаниями, например, осознавать, в каких ситуациях используется тот или иной неологизм. Еще одной проблемой является то, что развитие обществ происходит неравномерно, и в языке, на который выполняется перевод, может отсутствовать эквивалент для данного неологизма. В таких ситуациях целесообразно использовать описательный перевод (Агузарова, 2002).

Рассмотрим конкретные примеры семантических неологизмов (далее перевод наш. – В. А.).

Употребление прилагательного *ace* в значении ‘great, fantastic, terrific’ произошло от существительного ace, которое, по сути, означает ‘номер один’. Во время Первой мировой войны выдающиеся пилоты, которым удалось сбить десять или более вражеских самолетов, были известны как ace; после это слово стало использоваться в американском английском для обозначения любого выдающегося человека или вещи (8; Knowles, 1997). В современном слэнге это слово может быть как и прилагательным, так и существительным или глаголом. Данный неологизм был образован с помощью метонимизации на основе смежности понятий.

Например: *He aced the test!* – ‘Он сдал тест на «отлично»!’

That was an ace party! – ‘Это была отличная вечеринка!’

He’s an ace in his field. – ‘Он профессионал в своем деле.’

Стоит отметить, что в русском языке также используется слово «ас».

Слово *bandwidth* имеет значение ‘полоса частот, используемая для передачи электронных сигналов’, однако в американском варианте английского языка слово получило дополнительное значение ‘эмоциональная или умственная способность, необходимая для того, чтобы что-то сделать или обдумать’ (6; 8).

The team does not have the bandwidth to take on new projects at the moment. – ‘На данный момент у команды нет возможности взяться за новые проекты.’ (здесь перевод наш. – В. А.) (8).

I don't have the bandwidth to do it all myself, and I feel like a failure because I'm not living up to my own ideals. – ‘У меня нет возможности сделать все это самому, и я чувствую себя неудачником, потому что не соответствую своим собственным идеалам.’/’Я не в ресурсе сделать все это самому, и я чувствую себя неудачником, потому что не соответствую своим собственным идеалам.’ (здесь перевод наш. – В. А) (6).

Отчасти *to have a bandwidth* может покрывать значение ‘быть в ресурсе’, однако переводчику стоит учитывать контекст, чтобы передать точный смысл исходного текста.

Выводы:

1. Перевод семантических неологизмов является сложной задачей, поскольку многие из них имеют ярко выраженную культурную специфику и могут включать скрытые коннотации.

2. Тенденции в переводе неологизмов включают использование транскрипции и транслитерации, калькирования, а также описательного перевода, а также адаптации путем поиска функциональных аналогов в языке перевода.

3. Особенности перевода семантических неологизмов заключаются в необходимости учитывать правильное значение слова, а также способы его передачи на другой язык.

4. Для преодоления трудностей перевода переводчику необходимо принимать во внимание контекст использования неологизма, его эмоциональную окраску и возможные ассоциации. Кроме того, важно следить за современными языковыми тенденциями и обращаться к специализированным словарям.

5. Комплексный подход, включающий сочетание различных стратегий перевода, позволяет добиться наибольшей точности и адекватности при передаче семантических неологизмов на русский язык.

Список литературы

1. *Агузарова, К. К.* Проблемы перевода неологизмов в английском языке. / К. К. Агузарова // Труды молодых ученых. Вып. 4. – 2002. – 115 с.

2. *Алиаскарова, Г. Ф.* Сравнительный анализ неологизмов в современном русском и немецком языках / Г. Ф. Алиаскарова // Вестник СГТУ. Саратов : СГТУ, 2007. № 4 (16). С. 226-231.

3. *Брагина, А. А.* Неологизмы в русском языке [Текст] : Пособие для студентов и учителей. — Москва : Просвещение, 1973. — 224 с.

4. *Москалева, М. В.* Неологизмы и проблема их изучения в современном русском языке / М. В. Москкалева // Вестник Московского Городского Педагогического Университета. – М: изд-во МГПУ, 2008 – Вып. 2. – С. 246-250

5. *Фомина, М. И.* Современный русский язык. Лексикология: Учебник для ин-тов и ф-тов иностр. яз. / М. И. Фомина // 2- е изд., испр. и доп. – М.: Высш. школа, 1983. – 335 с.

6. Merriam-Webster Dictionary [Электронный ресурс]. – URL.: https://www.merriam-webster.com/dictionary/ecotage

7. The American Heritage Dictionary of the English language. – 3d edition. – Houghton Mifflin, 1994 – 8652 p.

8. The Oxford Advanced American Dictionary. [Электронный ресурс]. – URL.: https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/american_english/

9. The Oxford dictionary of new words edited by Elizabeth M. Knowles. – London ; New York : Oxford University Press, 1997. – 357 p.

Волкова Д. А.
ФГБОУ «ДонГУ» (г. Донецк)

Специфика перевода советских реалий с русского языка на английский

Время правления советской власти внесло значительные изменения не только в общественную жизнь, но и в язык советских граждан. Эти изменения были настолько масштабными, что советизмы являются отдельным лексическим пластом, который повлиял на развитие русского языка.

Актуальность исследования обусловлена тем, что перевод советизмов вызывает значительные трудности. Данная тема по-прежнему требует тщательного изучения, чтобы обеспечить точную и культурно релевантную передачу значений.

Цель настоящего исследования заключается в изучении наиболее продуктивных способов перевода советизмов с русского языка на английский.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих задач:

1) определить понятие «советизм»;
2) изучить проблему перевода советизмов;
3) выявить продуктивные способы перевода с русского языка на английский.

Объектом данного исследования выступают советизмы.

Предметом исследования являются способы перевода советизмов с русского языка на английский.

Материалом исследования послужили русскоязычные советизмы. Общий объем материала составляет 300 примеров лексических единиц (ЛЕ), полученных путем сплошной выборки. Источником материала послужили советизмы в текстах русскоязычной художественной литературы.

Языковой пласт советизмов представляет собой особую часть словарного состава языка, так как он ярко отображает многообразие интересов советского общества, оценку отдельных явлений носителями русского языка, которые принадлежат к различным социальным и профессиональным группам.

По определению О. П. Ермаковой: «советизмы – это реалии, так или иначе обусловленные советской действительностью (Ермакова, 2011). А. М. Селищев рассматривает советизмы как явление, отражающее влияние советской идеологии на язык и культуру, и подчёркивает, что советизмы проявляются в специфических лексических, заимствованных, стилистических особенностях и формируют новые значения, связанные с идеологией и практиками советского общества (Селищев, 1928).

При переводе данных ЛЕ, переводчику необходимо почти в равной степени владеть не только языками перевода, но также обладать фоновыми знаниями относительно культур носителей данных языков, чтобы наиболее эффективно применять переводческие трансформации для создания адекватного и эквивалентного перевода по отношению к тексту оригинала.

Говоря о переводе ЛЕ, нельзя не упомянуть межязыковые трансформации. Опираясь на работы различных лингвистов, среди которых

В. В. Виноградов, А. В. Кунин, В. Н. Комиссаров, А. Д. Швейцер и др., все переводческие трансформации делятся на три большие группы: лексические, грамматические и лексико-грамматические (Комиссаров, 2014).

К наиболее частотным способам перевода советизмов относятся транскрипция (31,8%), транслитерация (23,3%) и метод калькирования (22,3%). Способы перевода зачастую сопровождаются сносками, объяснениями или лингвистическими комментариями (7%). Удалось выявить, что использование метода калькирования применялось для передачи сложносокращенных слов: *house committee* ‘домком’, *savings bank* ‘сберкасса’, *foreign tourist* ‘интурист’.

Особую сложность представляют советизмы, которые связаны с образовательной деятельностью, среди которых ЛЕ, которые используются для обозначения научных степеней, например: «кандидат наук» *"PhD (Doctor of Philosophy)"*, «доктор наук» *"DSc (Doctor of Science)",* «доцент» *"Associate Professor".* Данные способы перевода являются функциональными аналогами в языке перевода, однако встречаются случаи оставление термина без перевода, но с объяснением при первом упоминании, например*:* кандидат наук – *Kandidat Nauk (equivalent to PhD)*, доктор наук – *Doktor Nauk (higher doctoral degree, similar to Habilitation)*, доцент – *Docent (Associate Professor equivalent).*

Выбор метода перевода зависит от цели текста и аудитории: для научных статей и официальных документов лучше использовать комбинацию функционального эквивалента и описательного перевода, а в неформальном контексте можно использовать транслитерацию.

Также, к способам для перевода советизмов относятся приближенный перевод (6,3%), трансформационный перевод (4,3%) и контекстуальный перевод (3%). Использовать данные способы перевода нужно с осторожностью, чтобы не утратить заложенную в ЛЕ информацию, например:

«…косая надпись сбоку рукою *финдиректора* Римского…» *the backward-sloping signature of Rimsky, the treasurer…*

Использование функционального аналога *treasurer* в данном случае превращает значение ‘финансовый директор’ в значение ‘казначей’, а это значит, что сохранение основного денотативного содержания лексической единицы в языке перевода сопровождается потерями фоновой информации.

Самые немногочисленные способы перевода, которые удалось встретить: функциональный аналог (1%), модуляция (0,7%), опущение 1 ед. (0,3%) и гиперонимический способ перевода (0,3%):

«Беспартийное студенчество в это время билось за «автономию высшей школы", за право сходок, за освобождение программы от изобилия *политграмоты*» *"The non-Party students at this time sought "autonomy for higher educational institutions," the right of assembly, and the removal from the curriculum of excessive political indoctrination".*

В данном примере в качестве советизма выступает ЛЕ «политграмота», которая в английском языке имеет перевод *"political indoctrination"*. Переводчик воспользовался приемом модуляции, так как в русском языке «политграмота» может звучать нейтрально, и даже положительно, тогда как в английском данная ЛЕ имеет негативную коннотацию. В англоязычных

странах *"political education"* чаще ассоциируется с нейтральным обучением, а *"indoctrination"* подчёркивает идеологическое влияние, что соответствует историческому контексту СССР.

Если нужен более нейтральный вариант, модуляция может привести к *"political education"*, но, если важен идеологический аспект, то *"political indoctrination"* остаётся точным выбором.

«Все эти вещи (и продукты, и одежду) постепенно носят на *ДОК* (Деревообделочный комбинат), с которого собираются бежать, и там прячут в яме близ пилорезки» *"All these things (together with food and clothing) are carried gradually to the woodworking plant, from which the escape is to be made, and hidden in a hole near the band saw".*

Из данного примера видно, что аббревиатура «ДОК» сопровождается лингвистическим комментарием. Если взглянуть на этот прием с точки зрения контекста, он считается вполне оправданным. При переводе в условиях контекста данная лексическая единица может рассматриваться англоязычными носителями как избыточный элемент. Поэтому, переводчик применил метод опущения, а развёрнутый аналог передал при помощи регулярного соответствия.

Советизмы представляют собой особо сложный пласт лексики, требующий детального изучения. Способ перевода советизма зависит от заложенного в контексте значения, цели текста и восприятия целевой аудитории. Перевод с использованием транскрипции, транслитерации и калькирования считается адекватным и эквивалентным, и может оказать прагматический эффект. Благодаря остальным методам перевода максимально точно можно донести значение ЛЕ, однако их использование часто приводит к частичным или полным семантическим потерям.

Список литературы

1. *Бархударов, Л. С.* Язык и перевод (вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. – 2-е изд. – М.: Издательство ЛКИ, 2008. – 240 с.

2. *Виноградов, В. В.* Введение в переводоведение / В. С. Виноградов – М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2004. – 224 с.

3. *Ермакова, О. П.* Жизнь российского города в лексике 30-40-х годов XX века / О. П. Ермакова. − М.: Флинта; Наука, 2011. − 192 с.

4. *Комиссаров, В. Н.* Современное переводоведение. 2-е изд., испр. / В. Н. Комиссаров. – М.: Р. Валент, 2014. – 408 с.

5. *Селищев, А. М.* Язык революционной эпохи: из наблюдений над русским языком последних лет (1917-1926) / А. М. Селищев. – М.: Работник просвещения, 1928. – 248 с.

6. *Швейцер, А. Д.* Перевод и лингвистика. (Газетно-информационный и военно- публицистический перевод.) / А. Д. Швейцер. − М.: Воениздат, 1973. – 280 с. 68

Главацкая М. О.
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет» (г.Ставрополь)

Гендерно обусловленные ошибки в переводе романа Р. Ф. Куанг «Yellowface»

Изучение гендерных аспектов художественного перевода становится важным исследовательским направлением, затрагивающим как лингвистические, так и социокультурные аспекты. В условиях повышения интереса к равенству и гендерной идентичности критический анализ перевода приобретает особое значение, поскольку гендерные стереотипы могут искажать восприятие текста и мотивацию персонажей. И. В. Денисова подчеркивает, что исследование гендерных различий в художественном тексте позволяет лучше понять гендерную идентичность автора и, соответственно, влияние этого фактора на перевод. Гендер детерминирует систему персонажей и смыслообразование, оказывая влияние на структуру, как исходного текста, так и его переводной версии (Денисова 2013: 48).

Акцент в данной статье сделан на выявлении особенностей трансляции гендерно обусловленной информации в русскоязычном переводе романа Р. Ф. Куанг «Yellowface», выполненном А. Шабриным и впервые опубликованном в России в 2024 г.

Художественный перевод определяется как «инструмент культурного освоения и расширения коллективной памяти человечества» с акцентом на духе произведения, процесс, направленный на сохранение эстетического восприятия оригинала на другом языке, требующий от переводчика мастерства для передачи индивидуальности текста и его образной системы (Нелюбин 2003: 246). Важно отметить, что гендерные стереотипы влияют на перевод и определяются как «устойчивые, повторяющиеся, общепринятые представления (мнения) о месте и исполняемых ролях того или иного гендера в обществе, а также о личности людей той или иной гендерной идентичности» (Воронцов 2010: 85).

В современных работах отмечается особая важность изучения психологических механизмов стереотипизации, выявления языковых средств, связанных с концептами «женщина» и «мужчина». Для обеспечения адекватности в переводе литературного произведения должны быть сохранены гендерные характеристики, заложенные писателем. Мы разделяем мнение С. Басснетт, что вопросы гендера в сфере перевода дают нам возможность понять, чем же на самом деле является взаимодействие переводчика и текста оригинала, и каков результат этого взаимодействия (Bassnett 1992: 70).

Исследователи отмечают фактор «плавающей» природы гендера в отношении художественного перевода, когда пол автора оригинала противоположен полу переводчика. Из-за такого расхождения, как отмечает К. И. Леонтьева, «часто происходит либо вообще полная элиминация гендерно маркированных смыслов, либо значительная модификация отраженных в тексте ИЯ гендерных стереотипов» (Леонтьева 2013: 41). Можно выделить

несколько механизмов, призванных конструировать концепты маскулинности и феминности: стереотипизация, аксиологическое шкалирование гендера, регламентация «нормальных» социальных ролей мужчины и женщины и т.д. Несмотря на то, что представленные категории считаются универсальными концептами, механизмы их конструирования, однако, отличаются этно- и социокультурной спецификой. К. И. Леонтьева делает вывод о том, что в процессе перевода такого рода этнокультурная асимметрия «достаточно часто приводит к радикальной трансформации текста – в целях его социокультурной адаптации к ценностно-идеологической сетке культуры ПЯ» (Леонтьева 2013: 40). Подобное наблюдение обусловливает возможность говорить об отклонениях и нарушениях в переводе оценочного восприятия гендерных стереотипов, транслируемых автором оригинала, причем «не только на интер-, но и на интракультурном уровне – переводчиками-мужчинами и переводчиками-женщинами как представителями одной и той же культуры (ПЯ), но разных гендерных субкультур» (Леонтьева 2013: 40).

Чтобы подтвердить наши рассуждения, рассмотрим некоторые примеры из романа Р. Ф. Куанг «Yellowface» и их перевод на русский язык. Мы разделяем мнение С. В. Серебряковой, что в тексте произведения «эксплицируется не единый глобальный смысл, а система отдельных иерархически организованных смыслов» (Серебрякова 2017: 50), многие из которых, как показал проведенный анализ, гендерно маркированы.

She's taking a while, and I really have to pee, so I wander around the living room searching for the bathroom. I wonder what I'll find in there. Maybe a fancy aromatherapy diffuser. Maybe a basket of jade vagina rocks. (Kuang 2023: 15) – *Афина что-то не торопится, а мне не мешало бы в туалет, и я брожу по гостиной в поисках санузла. Интересно, что меня встретит там. Может быть, супер-пупер ароматизер. Или корзинка с нефритовыми фаллосами.* (Куанг 2024: 17)

В приведенном выше контексте выявлена гендерная маркированность единиц перевода. Так, «*ароматизер*» и «*ароматизирующий диффузор*» заменяют нейтральное «*aromatherapy diffuser*», придавая слову «*ароматизер*» более женственное звучание, что искажает оригинальный контекст. Аналогично, «*корзинка с нефритовыми фаллосами*» заменяет «*basket of jade vagina rocks*», где «*vagina rocks*» акцентирует женский аспект, тогда как «*фаллосы*» создают мужскую ассоциацию. Эти ошибки ведут к искажению гендерной идентичности и стереотипизации, нарушая легкость и игривость оригинала, что затрудняет адекватное читательское восприятие.

Еще одним ярким примером нарушения эквивалентности при переводе является следующее предложение: *Do all white women think we're obsessed with fucking them??? Imagine the arrogance. Trust me, Juniper, you're not that hot.* (Kuang 2023: 82) – *Неужели все белые бабы думают, что мы только и мечтаем им засадить?? Ничего себе высокомерие. Поверь, Джунипер, не такая уж ты жаркая штучка.* (Куанг 2024: 95)

В данном контексте несколько гендерно маркированных переводных единиц искажают оригинальный контекст. Так, сочетание *white women*

превращается в *белые бабы*, что придает высказыванию уничижительный оттенок. Фраза *We're obsessed with fucking them* сохраняет сексуальную коннотацию, однако перевод *только и мечтаем им засадить* звучит грубее и усиливает стереотип о мужской одержимости, что не всегда корректно. Выражение *You're not that hot* в оригинале передает самоуверенность, а перевод *не такая уж ты жаркая штучка* делает его менее резким и более игривым, что меняет тональность оригинала и свидетельствует об искажении гендерной идентичности, влияющей на его восприятие читателем.

При переводе текстов, содержащих гендерные аспекты, важно учитывать не только значение слов, но и их культурные и социальные коннотации. Ошибки, связанные с гендерной маркировкой, могут привести к искажению смысла и восприятия текста.

Список литературы

1. *Воронцов, Д. В.* Гендерная социализация / Д. В. Воронцов // Гендерная психология: хрестоматия. – Иркутск: Изд-во Иркут. гос. ун-та, 2010. – С. 83–87.

2. *Денисова, И. В.* Отражение гендерной принадлежности переводчика при переводе художественного произведения / И. В. Денисова // Филология. Искусствоведение. Вып. 83. Вестник Челябинского государственного университета. – 2013. – № 29 (320). – С. 48–50.

3. *Куанг, Р. Ф.* Йеллоуфейс / Р. Ф. Куанг; перевод с английского А. Шабрина. – Москва: Эксмо, 2024. – 432 с.

4. *Леонтьева, К. И.* Трансформация гендерных стереотипов в «мужских» переводах феминистской литературы / К. И. Леонтьева // Перевод и сопоставительная лингвистика. – 2013. – № 9. – С. 40–44.

5. *Нелюбин, Л. Л.* Толковый переводоведческий словарь / Л. Л. Нелюбин. – Изд. 3-е, перераб. – М.: Флинта: Наука, 2003. – 320 с.

6. *Серебрякова, С. В.* Семантическая эмерджентность как переводческая проблема (опыт интерпретации интертекстуальных пассажей в русском «Улиссе» / С. В. Серебрякова, А. И. Милостивая // Вестник ВолГУ. Серия 2. Языкознание. – 2017. – Т. 16. – № 3. – С. 48–57.

7. *Федюнин, А. В.* Гендерные стереотипы как фактор перевода художественной литературы / А. В. Федюнин // Вестник ТвГУ. Серия «Филология». – 2017. – № 4. – С. 234–238.

8. *Bassnett, S.* Writing in No Man's Land: Questions of Gender and Translation / S. Bassnett // Ilha Do Desterro. – 1992. – № 28. – Pp. 63–73.

9. *Kuang, R. F.* Yellowface / Rebecca F. Kuang. – Sandylon Sticker Designs, 2023. – 323 p.

Гончаров М. И., Усова Н. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Экспрессивно окрашенная лексика в заголовках немецкоязычных СМИ

Заголовок является неотъемлемой частью каждой статьи. Это один из важнейших факторов популярности, ведь именно заголовок первым должен броситься в глаза. Броский заголовок обязательно привлечет внимание аудитории и создаст настроение для прочтения дальнейшего текста. Для перечисленных целей авторы текстов СМИ используют средства, выражающие экспрессию. К таким средствам относится экспрессивно окрашенная лексика. Целью данной работы является изучение экспрессивно окрашенной лексики, используемой в заголовках немецкоязычных изданий, а также исследование способов передачи данного типа лексики на русский язык.

Актуальность данной работы обусловлена важностью экспрессивности как одной из характеристик заголовка, а также необходимостью изучения средств, выражающих экспрессию, для решения проблемы сохранения экспрессивности заголовка при переводе заголовков публицистических текстов. В докладе рассматривается экспрессивно-апеллятивная функция заголовка, а также экспрессивно окрашенные лексические единицы, которые встречаются в заголовках статей немецкоязычных СМИ.

Теоретическую основу исследования составляют труды таких лингвистов как Брандес М. П., Лукьянова Н. А., Карпенко Ю. А., Маслова В. А., Брандес М. П. (Брандес, 2004) выделила пять функций заголовка: номинативную, информативную, экспрессивно-апеллятивную, рекламную, разделительную.

Лукьянова Н. А (Лукьянова 2015: 188) определяет экспрессивность как свойство лексических единиц, связанное со способностью в образной или необразной «форме» репрезентировать субъективные аспекты восприятия человеком действительности: представления говорящих о качественно-количественных проявлениях реалий (предметов и их признаков, признаков других признаков, действий, состояний, процессов), непосредственно переживаемые эмоции, чувства говорящих, субъективные мнения и оценки о предмете речи и т. д.

В заголовках с ярко выраженной оценочностью часто употребляются слова с эмоционально-оценочным компонентом значения. Такие слова могут выступать различными частями речи: наречия, существительные, глаголы, а также прилагательные. Использование слова с эмоционально-оценочным компонентом значения передает отношение автора заголовка к событию или отдельным его участникам.

Для выражения оценочности в СМИ могут использоваться такие наречия, как: *bösartig* ‘порочно’*, wahnsinnig* ‘безумно’, *grausam* ‘жестоко’.

Например, заголовок *Gletscher mit Geo-Engineering schützen – wahnsinnig oder genial?* (Handelsblatt, 2024) можно перевести следующим образом: ‘Защита ледников с помощью геоинженерии – безумие или гениальность?’. В данном случае для перевода используется грамматическая трансформация:

наречия wahnsinnig и *genial* при переводе заменяются существительными безумие и гениальность.

Экспрессию в заголовках выражают глаголы, которые являются частью эмоциональной речи (*hassen* ‘ненавидеть’*, lieben* ‘любить’*, stöhnen* ‘стонать’.

Так, в заголовоке *Preiserhöhungen durch Coronavirus: Kliniken stöhnen über verteuerte Schutzkleidung* (Tagesspiegel, 2022) – ‘Рост цен из-за коронавируса: клиники взвыли из-за роста цен на защитную одежду’. Глагол stöhnen передан с помощью русского глагола выть для сохранения коннотации и экспрессивности.

Нередко словом с эмоционально-оценочным компонентом выступает существительное, являющееся термином, обозначающим эмоцию (*die Bewunderung ’восхищение‘, der Hass ‘ненависть‘, der Widerwille ‘отвращение’*), а также оценку с предлогом (*mit Liebe* ‘с любовью’*, mit Wut* ‘с гневом’*, mit Hass* ‘с ненавистью’). Например, в заголовоке *Scholz verurteilt „blinden Israel-Hass“* (Handelsblatt, 2024) – ‘Шольц осуждает «слепую ненависть к Израилю»’ следует обратить внимание на существительное Israel-Hass, в данном случае оно переведено как ненависть к Израилю. Данный вариант перевода обусловлен контекстом статьи.

Одной из наиболее часто встречающихся частей речи в качестве слов с эмоционально-оценочным компонентом значения является прилагательное. Прилагательное в предложении служит для описания предмета, что делает его наиболее удобным способом передачи отношения автора к объекту заголовка. К таким прилагательным можно отнести: *herrlich* ‘замечательный’*, furchtbar* ‘ужасный’*, fanatisch* ‘фанатичный’.

Например, заголовок *„Furchtbare, wahnsinnige Tat“: Scholz äußert ernsthafte Sorge um 40 Verletzte und kündigt Konsequenzen an* (Tagesspiegel, 2024) можно перевести следующим образом: ‘«Ужасный, безумный поступок»: Шольц выражает серьезную обеспокоенность в связи с 40 пострадавшими и объявляет о последствиях’. Основным экспрессивным компонентом данного заголовка являются прилагательные furchtbare и wahnsinnige. Для перевода подобраны прилагательные ужасный и безумный, соответствующие негативной коннотации оригинального заголовка.

По итогам проведённого исследования получены следующие результаты:

1) Изучен эмоционально-оценочный компонент таких частей речи как наречие, глагол, существительное, прилагательное.

2) Проанализированы заголовки с использованием экспрессивно окрашенной лексики немецкоязычных СМИ, а также приведены варианты их перевода с сохранением экспрессивности.

3) Полученные результаты показывают, что при переводе заголовков с экспрессивной лексикой требуется подбирать адекватный вариант перевода,при котором сохраняется экспрессивность заголовка. Для осуществления данной задачи могут использоваться грамматические трансформации. Также при переводе следует учитывать коннотацию экспрессивно-окрашенных слов.

Список литературы

1. *Брандес, М. П.* Стилистика текста. Теоретический курс (на материале немецкого языка) / М. П. Брандес. – Москва: Прогресс-Традиция, 2004. – 416 с.

2. *Лукьянова, Н. А.* Экспрессивная лексика разговорного употребления в семантическом аспекте / Н. А. Лукьянова // Вестн. Новосиб. гос. ун-та. Серия: История, филология. – 2015. – №9. – С. 183–201.

3. *Карпенко, Ю. А.* Актуальные проблемы лексикологии / Ю. А. Карпенко // Тезисы докладов и сообщ. Всесоюз. науч. конференции (17–20 июня 1970 г.). – Минск. – 1973. – С. 27–32.

4. *Маслова, В. А.* Лингвистический анализ текста. Экспрессивность / В. А. Маслова; под ред. У. М. Бахтикиреевой. – 2-е изд. – Москва: Юрайт, 2018. – 201 с.

5. Deutsche elektronische Zeitung. Handelsblatt online. – URL: https://www.handelsblatt.com/

6. Deutsche elektronische Zeitung. Tagesspiegel. – URL: https://www.tagesspiegel.de/

Гудилина А. М.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Реалии в романе в стихах «Евгений Онегин» А. С. Пушкина и их переводы на немецкий язык

Актуальность исследования обусловлена значимостью творчества А. С. Пушкина как ключевой фигуры русской литературы и сложностью передачи национально-культурных реалий при переводе его произведений на немецкий язык. Реалии, как уникальные элементы культуры, представляют особую трудность для переводчиков, так как их адекватная передача требует глубокого понимания как исходной, так и целевой культур. Исследование переводов романа на немецкий язык, выполненных Рольфом-Дитрихом Кайлем и Алексисом Лупусом, позволяет выявить специфику передачи русских реалий и оценить эффективность различных переводческих стратегий.

Объектом исследования являются реалии, представленные в романе «Евгений Онегин» А. С. Пушкина, а предметом – их перевод на немецкий язык.

Цель работы – выявить основные проблемы и стратегии перевода реалий в романе А.С. Пушкина, а также оценить степень сохранения культурной идентичности оригинальных произведений в немецких переводах.

Материал исследования составила выборка реалий из «Евгений Онегин» в переводах на немецкий Р. Д. Кайля и А. Лупуса, включающая 52 реалии.

Наибольшей популярностью среди западноевропейских читателей пользуется Пушкин в Германии, где не только имеется огромное количество переводов отдельных его произведений, но где уже почти сто лет назад

впервые появилось «собрание сочинений» поэта и где такие «собрания» повторяются вплоть до наших дней (Берков, 1937).

В 1980 году Кайль обращается к «Евгению Онегину», а впоследствии его переработанный немецкий перевод был издан в Мюнхене в 1987 году и по сей день остаётся лучшим из многочисленных немецких переводов пушкинского романа в стихах (Данилевский, 1999).

Реалии − слова, которые называют элементы быта и культуры, исторической эпохи и социального строя, государственного устройства и фольклора, т. е. специфических особенностей данного народа, страны, чуждых другим народам и странам (С.И. Влахов, С.П. Флорин, 2009).

Согласно классификации Влахова и Флорина, выделяются следующие группы реалий в произведении (С.И. Влахов, С.П. Флорин, 2009):

1. Этнографические реалии (быт, традиции, обряды)

Эта категория включает названия предметов, явлений и обычаев, характерных для русской культуры (*самовар* ‘Samowar’, *кибитка* ‘Reisewagen’, ‘Kutsche’, *изба* ‘Bauernhaus’, ‘Holzhütte’, *пирог* ‘Pirogge’ ‘gefüllter Kuchen’.

2. Историко-культурные реалии (титулы, должности, социальные группы)

Эти реалии связаны с особенностями социальной и политической жизни России XIX века (*помещик* ‘Gutsherr’, *чин* ‘Dienstgrad’, *князь* ‘Fürst’, *ямщик* ‘Postkutscher’, *купец* ‘Kaufmann’, ‘Händler’, *приказчик* ‘Verwalter’, ‘Gutsverwalter’, *барин* – ‘Herr’, ‘Gutsherr’)

3. Географические реалии (топонимы, названия местностей). *Москва* ‘Moskau’, *летний сад* ‘Sommergarten’, *Россия* ‘Russland’.

4. Материальные реалии (одежда, предметы обихода, еда). *Шуба* ‘Pelzmantel’, *аршин* ‘Arschin’, *сани* ‘Schlitten’, *картуз* ‘Schirmmütze’.

Передача слов-реалий в переводе в целом сводятся к некоторым основным способам: (Петренко Д. А., Чернышова М. В., 2015).

1. Транслитерация – непосредственное использование данного слова, обозначающего реалию (полная транслитерация), или его корня (частичная транслитерация) в написании буквами своего языка и в сочетании с аффиксами своего языка. Транслитерация применяется, прежде всего, для воспроизведения в тексте перевода имен и фамилий лиц, большинства географических названий (*самовар* ‘Samowar’, *аршин* ‘Arschin’)

2. Калькирование – перевод элементов, составляющих название реалии, на основе регулярных соответствий. Этот способ применяется, когда реалия не подлежит обязательной транслитерации и когда перевод в значительной степени передает содержание реалии. (*летний сад* ‘Sommergarten’, *купец* ‘Kaufmann’, *шуба* ‘Pelzmantel’)

3. Приближенный (Трансформационный) перевод – перевод с применением разного рода трансформаций: добавления и опущения слов, толкований понятий в тексте и в сносках, использование приблизительного соответствия и т. д. (*сени* ‘der Flur’, *ключница* ‘die Beschließerin’)

4. Описательный перевод – пояснение значения реалии: полтин – ein halber Rubel (половина рубля*), помещик* ‘Gutsherr’.

5. Подбор аналога – замена русской реалии на соответствующую немецкую: *барин* ‘Herr’, *чин* ‘Dienstgrad’, *князь* ‘Fürst’.

Конфликт между точностью и адекватностью перевода особенно заметен при передаче культурно-специфических элементов. Например, в переводах «Евгения Онегина» некоторые реалии некоторые слова теряют свой национальный колорит из-за отсутствия эквивалентов в немецком языке.

Споры вокруг Пушкина в большинстве своем затрагивают вопросы мировоззренческие, поэтологические, историкокультурные и очень мало касаются проблемы перевода его поэзии на иностранные языки (Челышев).

Исследование переводов реалий в романе А. С. Пушкина «Евгений Онегин» на немецкий язык (в переводах Р. Д. Кайля и А. Лупуса) показало, что для передачи культурно-специфических элементов используются различные стратегии: транслитерация, калькирование, приближенный и описательный перевод. Наиболее часто применяется приближенный перевод, что позволяет адаптировать текст для немецкого читателя, но иногда приводит к потере национального колорита. Однако в ряде случаев, особенно при передаче исторических и этнографических реалий, конфликт между точностью и адекватностью перевода остается неразрешенным, что подчеркивает сложность передачи культурной идентичности оригинала.

Список литературы

1. *Берков, П. Н.* Пушкин в переводах на западноевропейские языки [Электронный ресурс]. / П. Н. Берков // Режим доступа: http://lib.pushkinskijdom.ru/LinkClick.aspx?fileticket=Vz4mhlufmtY%3D&tabid=10396

2. *Влахов, С. И., Флорин, С. П.* Непереводимое в переводе. / С. И. Влахов, С. П. Флорин // Изд. 4-е – М.: «Р.Валент», 2009. – 360 с.

3. *Данилевский, Р.* О переводах поэзии и драматургии А.С. Пушкина на немецкий язык // А.С. Пушкин Избранная поэзия в переводах на немецкий язык. / Р. Данилевский // М.: Рудомино; Радуга, 1999. С. 5-14.

4. *Петренко, Д. А., Чернышова, М. В.* Способы перевода немецких реалий на русский язык − Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского Филологические науки. / Д. А. Петренко, М. В. Чернышова // Том 1 (67). № 4. 2015 г. С. 94-101.

5. *Пушкин, А. С.* Евгений Онегин: Роман в стихах / А. С. Пушкин // Азбука веры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://azbyka.ru/fiction/evgenij-onegin/

6. *Челышев, Е. П.* Из истории постижения смыслов пушкинского текста: проблемы языка, понимания и культуры перевода / Е. П. Челышев // [Электронный ресурс] / Е.П.Челышев − Режим доступа: http://www.jspacetime.com/actual%20content/t10v1/t10v1_PDF/22279490eaprovr_e-ast10-1.2015.61.pdf

7. *Puschkin, A. S.* Jewgeni Onegin: Roman in Versen / A. S. Puschkin // Aus dem Rus. und mit einem Vorwort und Erl. von R.-D. Keil. München; Zürich: Piper, 1987. 262 S.

Даниленко А. Е.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лексические трансформации в переводе романа Вальтера Скотта “Айвенго”

Настоящая работа посвящена изучению лексических трансформаций в процессе перевода романа Вальтера Скотта «Айвенго» с английского языка на русский. Исследование проводится на материале лексических единиц (ЛЕ), выявленных путём сравнительного анализа оригинального текста и его перевода. В рамках исследования проанализировано 1098 примеров лексических трансформаций, используемых для передачи смыслового, стилистического и культурного содержания произведения.

Актуальность исследования обусловлена сложностью перевода исторической художественной литературы, связанной с необходимостью сохранения аутентичности оригинального текста, передачи его стилистических особенностей и историко-культурного контекста. Лексические трансформации позволяют адаптировать текст для восприятия русскоязычными читателями, при этом сохраняя его художественную ценность и идейное содержание.

Лексические трансформации представляют собой процесс изменения и адаптации лексических единиц при переводе, что способствует точной передаче смысла и стилистики оригинала (Комиссаров, 1990). В переводоведении выделяются различные виды трансформаций, включая эквивалентные замены, заимствования, калькирование, конверсию и адаптацию, каждая из которых играет ключевую роль в передаче языковых и культурных особенностей оригинального произведения (Бархударов, 1975).

Конкретизация – это переводческий прием, при котором в русском языке используется более детализированное или уточненное понятие, чем в оригинале. Это позволяет передать более точное значение слова или фразы, адаптируя их к особенностям целевого языка. При анализе перевода, выполненного Е. Г. Бекетовой, было выявлено 450 примеров использования конкретизации, что составило 41% от общего числа ЛЕ:

(1) *he was of a frank, but hasty and choleric temper* досл. ‘он был откровенного, но вспыльчивого и холерического нрава’.

‘Человек прямодушный, нетерпеливый и вспыльчивый’. В адаптированном варианте переводчица уточняет эмоциональное состояние персонажа, делая текст более естественным.

(2) *gammon of bacon* досл. ‘окорок с беконом’.

‘Свиной окорок’. Русскоязычная аудитория не использует термин «бекон» в таком контексте, поэтому было выбрано более привычное

обозначение.

(3) *abstemiousness and temperance* досл. ‘воздержанность и умеренность’.

‘Умеренность в пище и трезвое поведение’. В русском переводе уточнено, что речь идет именно о пище и воздержании от алкоголя.

Генерализация заключается в замене конкретного термина более широким или обобщенным понятием. Этот прием помогает сделать перевод более понятным и естественным. В переводе Е. Г. Бекетовой было выявлено 242 (22%) примера генерализации:

(4) *forest green* досл. ‘лесной зеленый’.

‘Зеленого цвета’. В русском языке нет общепринятого обозначения этого оттенка, поэтому он упрощен.

(5) *the full-fed swine* досл. ‘откормленная свинья’.

‘Свиньи’. В русском языке нет необходимости уточнять, что свинья откормленная.

(6) *the nobles, whose power had become exorbitant during the reign of Stephen* досл. ‘дворяне, чья власть стала непомерной во время правления Стефана’.

‘Знатные бароны’. Перевод заменяет конкретное обозначение «nobles» более привычным для русского читателя термином.

Переводчик вводит дополнительные слова или выражения, которые отсутствуют в оригинальном тексте, но помогают передать его смысл или стилистику. При анализе перевода Е. Г. Бекетовой был выявлен 21 (2%) пример лексического добавления:

(7) *My honest and neglected friend, Ingulphus* досл. ‘мой честный и забытый друг, Ингульфус’.

‘Мой почтенный, но находящийся в пренебрежении друг Ингульфус’. Переводчица добавила «находящийся в пренебрежении», чтобы лучше передать социальный статус персонажа.

(8) *The devil keeps holiday* досл. ‘дьявол держит праздник’.

‘Должно быть, ныне у черта праздник’. Добавлено выражение «должно быть» для усиления экспрессии.

Иногда переводчик исключает несущественные детали, которые перегружают текст и не несут критической смысловой нагрузки. В переводе Е. Г. Бекетовой были выявлены 33 (2%) примера приёма опущения:

(9) *The high cap no longer invested his brows, which were only shaded by short and thick curled hair of a raven blackness.* досл. ‘высокая шапка больше не закрывала его брови, которые оттенялись лишь короткими и густыми вьющимися волосами цвета воронова крыла’.

‘Он снял свою высокую дорогую шапку: густые чёрные как смоль кудри красиво обрамляли его лоб’. Описание волос сокращено для лаконичности.

(10) *mark of gold* досл. ‘знак золота’.

‘Монета золотом’. В русском языке это выражение не используется, поэтому оно адаптировано.

Приём смыслового развития предполагает передачу не только буквального значения, но и его интерпретации в соответствии с культурными особенностями целевого языка. В переводе Е. Г. Бекетовой были выявлены 253 (23%) примера данного приёма:

(11) *charity... covereth a multitude of sins* досл. ‘любовь... покрывает множество грехов’.

‘За милосердие... отпускается множество грехов’. Русский перевод передает библейский смысл с учетом православной традиции.

(12) *reckless indifference of a libertine disposition* досл. ‘безрассудное равнодушие распутного нрава’.

‘Беспечное равнодушие и распущенность’. В русском варианте выбраны более естественные синонимы.

Калькирование – это дословный перевод слов и выражений с сохранением их структуры. Этот прием используется для передачи специфических терминов или устойчивых выражений. В переводе Е. Г. Бекетовой были выявлены 99 (9%) примеров данного приёма:

(13) *The foul fiend quell the Prior!* досл. ‘дьявол пусть уничтожит приора’.

‘Черт бы побрал твоего приора!’. В русском языке естественнее звучит «черт бы побрал».

(14) *The Saxon hath hit thee fairly* досл. ‘сакс попал в тебя достаточно точно’.

‘Сакс отделал тебя довольно метко’. Переводчица использовала разговорную форму «отделал», что лучше передает тон оригинала.

Таким образом, анализ лексических трансформаций в переводе романа «Айвенго» Е. Г. Бекетовой показывает, что наиболее часто используемыми приемами являются конкретизация и смысловое развитие, которые позволяют передать стилистические и культурные особенности оригинального текста. Генерализация также широко применяется для упрощения сложных терминов и понятий, адаптируя их для русскоязычной аудитории. Лексическое добавление и опущение используются для уточнения и стилистической корректировки текста, а калькирование встречается реже и в основном применяется к устойчивым выражениям.

Анализ выявил, что переводчица стремилась сохранить баланс между точностью и удобочитаемостью текста, передавая атмосферу и стиль оригинала. В результате перевода текст адаптирован к языковым и культурным нормам русской литературы, что делает его понятным и выразительным для читателя. Выявленные закономерности могут быть полезны при изучении переводческих стратегий, особенно в контексте передачи исторических и художественных реалий.

Список литературы

1. *Бархударов, Л. С.* Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. – М.: Международные отношения, 2005. – 240 с.

2. *Комиссаров*, *В. Н.,* Рецкер, Я.И., Тархов, В.И. Пособие по переводу с английского языка на русский: Ч. 2 / В. Н. Комиссаров, Я.И. Рецкер, В.И. Тархов. – М.: Р. Валент, 2005. – 280 с.

3. *Скотт, В.* Айвенго / В. Скотт; пер. с англ. Е. Г. Бекетовой. – М.: «Правда», 1983. – 400 с.

4. *Scott, W*. Ivanhoe / W. Scott. – Boston.: The Library of Congress, 1866. – 339 p. – (Оригинал).

Дорохин П. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности перевода поэзии Есенина С. А. на английский язык

Сергей Есенин – один из самых ярких русских поэтов XX века, чье творчество отличается мелодичностью, образностью и глубокой привязанностью к русской природе и культуре. Однако перевод его произведений на английский язык представляет собой значительную сложность, связанную с передачей ритма, рифмы, образов и эмоционального наполнения оригинала.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что поэзия Есенина продолжает вызывать интерес у англоязычных читателей, но точность её передачи на другой язык остается предметом дискуссий среди переводчиков и литературоведов. (Комиссаров, 1990; Лотман, 1972).

Цель исследования заключается в выявлении основных сложности и стратегии, применяемые при переводе стихотворений Есенина на английский язык.

Объект исследования – поэтические произведения Сергея Есенина в оригинале и их английские переводы.

Предмет исследования – методы и особенности передачи лексических, стилистических и ритмических характеристик поэзии Есенина на английский язык.

1. Лингвистические и культурные трудности перевода. Поэзия Есенина богата лексическими и стилистическими особенностями, которые трудно поддаются эквивалентной передаче на английском языке. К основным проблемам перевода относятся:

1) Лексическая образность. Есенин широко использует метафоры, эпитеты и сравнения, имеющие глубокие культурные коннотации. Например, строки «Золото листвы в янтарном свете» передают богатую палитру осенней природы, но их перевод на английский теряет первоначальную эмоциональность. (Федоров, 2002).

Золото листвы в янтарном свете.

Перевод: *The gold of leaves in amber light.*

Перевод Lyuba Coffin: *Golden leaves in amber glow.*

Здесь дословный перевод теряет поэтическую выразительность, в то время как перевод Lyuba Coffin лучше сохраняет атмосферу оригинала.

2) Ритм и рифма. В английском языке отсутствуют точные эквиваленты многим русским рифмам, а сохранение размера оригинала требует значительных изменений в структуре стиха (Комиссаров, 1990).

Не жалею, не зову, не плачу, Все пройдет, как с белых яблонь дым...

Перевод Lyuba Coffin: *I regret not, nor call, nor cry, All will pass like white apple trees' smoke...*

Здесь рифма сохранена, но фраза *white apple trees' smoke* звучит неестественно. Более адаптированный вариант: *I do not grieve, nor weep, nor call, Like apple blossoms, all will fall...* Этот вариант лучше передает образ эфемерности и ухода прошлого.

3) Реалии, передающие национальный колорит. Упоминания русской деревни, народных обычаев, православных мотивов могут быть трудны для понимания носителями английского языка (Лотман, 1972) .

Например, в стихотворении «Отговорила роща золотая»:

Отговорила роща золотая

Березовым, веселым языком...

Перевод Geoffrey Thurley: *The golden grove has ceased to chatter With birch trees' merry tongues no more...*

Здесь переводчик адаптировал рифму и сохранил настроение стиха, но использование *ceased to chatter* делает текст более жестким по сравнению с оригиналом.

2. Стратегии перевода поэзии Есенина

Переводчики используют разные подходы, чтобы передать поэзию Есенина:

1) **Дословный перевод**. Он используется в академических целях, но редко передает художественную ценность оригинала (Федоров, 2002).

2) **Смысловой перевод с адаптацией**. Этот подход сохраняет основные идеи и эмоции стихотворения, но может менять ритм и структуру текста (Комиссаров, 1990).

3) **Поэтический (вольный) перевод**. При этом способе переводчик стремится передать не только смысл, но и художественное впечатление, даже если это требует значительного изменения текста (Лотман, 1972).

3. Анализ примеров перевода

Рассмотрим строки из стихотворения Есенина «Не жалею, не зову, не плачу» в оригинале и нескольких переводах.

Не жалею, не зову, не плачу,

Все пройдет, как с белых яблонь дым…

Перевод Lyuba Coffin: *I regret not, nor call, nor cry, All will pass like white apple trees' smoke…*

Этот перевод сохраняет структуру первой строки, но дословный перевод *white apple trees' smoke* звучит менее естественно на английском.

Более адаптированный вариант: *I do not grieve, nor weep, nor call, Like apple blossoms, all will fall…*Этот вариант лучше передает образ эфемерности и ухода прошлого, сохраняя ритмичность.

Еще один пример – стихотворение «Отговорила роща золотая».

Отговорила роща золотая

Березовым, веселым языком…

Перевод Geoffrey Thurley: *The golden grove has ceased to chatterWith birch trees' merry tongues no more…* Здесь переводчик адаптировал рифму и сохранил настроение стиха, но замена *ceased to chatter* на более мягкий вариант могла бы лучше передать мелодичность оригинала.

Также стоит отметить перевод одного из самых известных стихотворений Есенина «Шаганэ ты моя, Шаганэ…».

Шаганэ ты моя, Шаганэ!

Потому, что я с севера, что ли…

Перевод Geoffrey Thurley: *Oh, my Shagane, my Shagane! Is it just that I come from the North…?* Здесь переводчик сохраняет имя и ритм, но фраза *Is it just that I come from the North…?* звучит слишком формально. Возможно, вариант с более разговорной структурой выглядел бы естественнее.

Перевод поэзии Сергея Есенина на английский язык – это сложный процесс, требующий поиска баланса между точностью и художественной выразительностью. Разные переводчики применяют разные стратегии, и каждый вариант перевода по-своему раскрывает красоту и смысл оригинальных стихотворений. Оптимальный подход заключается в сочетании смысловой точности и сохранения ритмической организации стиха. Таким образом, передача поэзии Есенина на английский язык требует тщательной работы с лексикой, ритмом и образностью. Одни переводы тяготеют к упрощению сложных моментов, например, ослабляют национальный колорит или избегают труднопереводимых рифм. Другие, напротив, стремятся передать эмоциональную глубину оригинала, жертвуя дословностью. В результате каждый вариант перевода представляет собой уникальную интерпретацию, балансирующую между точностью и художественной выразительностью.

Список литературы

1. *Комиссаров, В. Н. Теория перевода [Текст] / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.*

2. *Лотман, Ю. М. Анализ поэтического текста [Текст] / Ю. М. Лотман. – М.: Просвещение, 1972. – 285 с.*

3. *Федоров, А. В. Основы общей теории перевода [Текст] / А. В. Федоров. – СПб.: Филологический факультет СПбГУ, 2002. – 416 с.*

4. *Coffin L. Sergei Yesenin: Selected Poems [Text] / L. Coffin. – New York: Ardis Publishers, 1993. – 312 p.*

5. *Deutsch B. Poems of Sergei Yesenin [Text] / B. Deutsch. – New York: Random House, 1977. – 254 p.*

6. Thurley G. Russian Poets in Translation [Text] / G. Thurley. – London: Penguin Books, 1985. – 267 p.

Калентьева М. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Трудности перевода феминитивов с немецкого языка на русский

С усилением роли женщин в современном мире вообще и в российском обществе в частности все чаще поднимается вопрос о необходимости, а зачастую и правомерности, использования феминитивов в русском языке, в то время как для структуры немецкого языка феминитивы уже давно – абсолютная норма.

По определению И. В. Фуфаевой, феминитивы – слова с «показателем женскости» (Фуфаева 2020: 15). Т. К. Жорж считает феминитивы лексическими неологизмами женского рода, которые образуются параллельно существительному мужского рода. Этот термин был введен с целью отразить присутствие женского аспекта в языке и облегчить коммуникацию в областях, где ранее использовались только существительные мужского рода (Жорж 2018: 357).

Согласно А. А. Ратмановой, передача каждого феминитива рассматривается переводчиком индивидуально в зависимости от определенного контекстуального окружения. В русскоязычных переводах феминитивы применяются, в основном, в следующих случаях (Ратманова 2021: 38):

1. Ассоциация профессии с женщинами: феминитивы применяются в тех случаях, когда профессия или род деятельности традиционно ассоциируются с женщинами. Например, если в определенных профессиях женщины встречаются чаще или исторически занимали эти должности, феминитивы используются для подчеркивания этой связи (*учительница*).

2. Соответствие оригинальному тексту: если в немецкоязычном оригинале применен феминитив, как, например, *Schauspielerin* ‘актриса’, при переводе на русский также используется аналогичный феминитив. Это необходимо для сохранения точности стиля и смысла.

Однако передача феминитивов при переводе сопряжена с определенными трудностями и требует разработки специфических подходов. Т. К. Жорж отмечает следующие из них:

1. Отсутствие аналогов в русском языке: некоторые немецкие феминитивы не имеют точных соответствий в русском языке. Например, *Regisseurin* можно перевести только описательно как ‘женщина-режиссер’, что может показаться менее удобным и естественным.

2. Стилистическая неблагозвучность: некоторые русские феминитивы могут звучать неуклюже или неестественно, как, например, ‘режиссерка’. Это создает дополнительные сложности для переводчика, который должен сбалансировать сохранение смысла оригинала с эстетической приемлемостью перевода.

3. Культурные и социальные различия: отношение к феминитивам в России и Германии может значительно различаться. В Германии они стали

более привычными и социально принятыми, тогда как в России их могут воспринимать как нечто новое и непривычное (Жорж 2018: 359).

Перевод феминитивов с немецкого языка на русский представляет собой сложную задачу из-за значительных лингвистических, культурных и социальных различий между этими двумя языками. В немецком языке феминитивы образуются с помощью суффикса *-in*, который четко указывает на женский род. В русском языке такая систематичность отсутствует, феминитивы образуются с помощью различных суффиксов, наиболее распространенными из которых являются *-ка*, *-ша*, *-ица*. Однако использование этих суффиксов в современном языке часто вызывает сомнения, поскольку не все формы воспринимаются положительно. Далее будут рассмотрены трудности, которые возникают при переводе феминитивов с немецкого языка на русский.

Одной из проблем в использовании феминитивов в русском языке является их коннотация. Многие профессии в русском языке имеют нейтральную форму, не указывающую на пол, что создает трудности при переводе. К примеру, распространенный в немецком языке феминитив *Ärztin* требует в русском языке нейтрального *врач*, поскольку феминитив *врачиха* носит пренебрежительный оттенок и не используется в официальной речи. В «Толковом словаре живого великорусского языка» (Даль 2004: 130) зафиксирована форма *врачея*, однако ныне она вышла из употребления и не является частью современной литературной нормы. Использование архаизма могло бы подчеркнуть историческое словообразование, но в современной практике он остается невостребованным и, возможно, встречается только в художественных текстах времен Владимира Даля.

Ещё одна сложность в том, что не для всех немецких феминитивов существуют точные эквиваленты в русском языке. Например, слово *Kanzlerin* переводится как *канцлер*, без указания на пол ввиду того, что такое понятие не характерно для русского языка, и оно может стать причиной неясности в политическом контексте. Перевод немецкого феминитива *Kameradin* на русский язык представляет собой лексико-семантическую проблему, обусловленную отсутствием феминитивной пары у слова *товарищ*. В русском языке эта форма исторически закрепилась как гендерно-нейтральная, особенно в советский период, когда идеологический дискурс стремился к устранению языковых различий по полу (Фуфаева 2020: 148). Это усложняет точный перевод, так как любое возможное добавление феминитивного маркера в русском языке воспринимается как стилистически сниженное.

Отдельной трудностью перевода феминитивов с немецкого на русский язык является смысловое расхождение. Ярким примером является феминитив *Soldatin* ‘женщина-солдат’. В русском языке не принято дифференцировать большинство военных званий и должностей по половому признаку. Существующее слово *солдатка* в русском языке имеет иное значение: оно обозначает жену солдата, но не саму женщину, которая служит в армии. Поэтому при переводе следует выбрать нейтральное *солдат*. Феминитив *Pilotin* ‘женщина-пилот’ при переводе на русский язык заменяется нейтральным *пилот*, а слово *пилотка* имеет совсем другое значение (головной убор). Феминитив

Technikerin указывает на женщину, работающую в технической сфере, переводится на русский язык как *техник*. Попытки ввести феминитив *техничка* наталкиваются на непонимание, так как это слово в русском разговорном языке имеет другое значение – ‘уборщица’.

Похожая проблемная ситуация возникает при переводе этнонимов. Переводной эквивалент нем. *Bulgarin – болгарка*, т. е. жительница Болгарии. Это русское слово также означает инструмент (угловая шлифовальная машина), что может вызвать двусмысленность. Однако решающим фактором при выборе переводного соответствия является в данном случае контекст. При переводе феминитива *Polin* используется слово *полька*. В русском языке имеется омоним со значением ‘быстрый по темпу танец’. В контексте национальности часто используется слово *полячка*, несмотря на его разговорную стилистическую окраску. Также при переводе феминитива *Griechin* распространенной ошибкой является использование слова *гречка*, однако верным переводом является феминитив *гречанка*. Это связано с тенденцией употреблять устоявшиеся, но стилистически некорректные формы, что обусловлено привычкой носителей языка, не всегда ориентирующихся на нормы литературного языка. Таким образом, при выборе соответствующего перевода феминитива грамотному переводчику необходимо помнить, что слова могут иметь несколько значений и разговорные вариации.

Для преодоления этих трудностей существует несколько подходов. Один из них – использование нейтральной формы, как в случае с переводом *Ärztin* ‘врач’, хотя в этом случае теряется информация о половой принадлежности. Другой способ – добавление пояснительных слов, например, *женщина-врач*, однако такой перевод делает текст более громоздким. Переводчику приходится выбирать между точностью и естественностью звучания, что делает перевод феминитивов сложной задачей.

Таким образом, трудности перевода феминитивов обусловлены не только лингвистическими различиями, но и социальными, культурными факторами. Переводчику важно учитывать как коннотации слов в целевом языке, так и ожидания аудитории, чтобы передать смысл оригинала без искажения и сохранить адекватность перевода.

Список литературы

1. *Даль, В. И.* Толковый словарь живого великорусского языка: избр. ст. / В. И. Даль; совмещ. ред. изд. В. И. Даля и И. А. Бодуэна де Куртенэ. – М.: ОЛМА-ПРЕСС; ОАО ПФ «Красный пролетарий», 2004. – 700 с.

2. *Жорж, Т. К.* Феминитив: лингвистический аспект и проблема перевода / Т. К. Жорж // Преподаватель XXI век. – 2018. – № 4 (2). – С. 356-363.

3. *Ратманова, А. А.* Обучение переводу студентов неязыковых специальностей с английского языка на русский: феминитивы в фокусе / А. А. Ратманова // Вестник НЦБЖД. – 2021. – № 3 (49). – С. 33-40.

4. *Фуфаева, И. В.* Как называются женщины. Феминитивы: история, устройство, конкуренция / И. В. Фуфаева. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2020. – 304 с.

Камышева Д. Д.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности ассимиляции русских заимствований в английском и немецком языках

Данное исследование посвящено изучению процессов заимствования русских слов (русизмов) в английский и немецкий языки.

Актуальность данного исследования определяется, прежде всего, тем, что заимствования позволяют устранить национально-специфические барьеры, затрудняющие процесс коммуникации представителей различных лингвокультур. Кроме того, в контексте усиливающегося влияния русской культуры и интеграции России в мировое сообщество, изучение процессов заимствования обеспечивает более глубокое понимание механизмов языкового взаимодействия и их влияние на межкультурную коммуникацию.

Объектом исследования данной работы являются русские заимствования в английском и немецком языках, предметом – особенности их ассимиляции в иностранном языке, а также способы их перевода на английский и немецкий языки.

Цель настоящего исследования состоит в изучении особенностей ассимиляции РЗ в германских языках (немецком и английском), в частности их адаптации на фонетическом, грамматическом и семантическим уровнях (Фадеев 1969: 91–94; Крысин 1968: 208; Патохин 2003: 110–116)

Материалом исследования послужили 190 русских заимствований в английском языке и 210 единиц в немецком языке, полученные методом сплошной выборки из английского «Кембриджского словаря английского языка» (Cambridge International Dictionary of English 2001: стр 1472) и немецкого словаря «Duden» (Duden. Deutsches Universalwörterbuch), а так же из электронных газет и журналов (The Economist; The Guardian; The New York Times)

1. Ассимиляция РЗ в английском и немецком языках

Поскольку системы русского, немецкого и английского языков значительно различаются, то при освоении РЗ в германских языках происходит их ассимиляция на разных языковых уровнях: фонетическом, грамматическом, семантическом. Это приводит к определенному изменению облика заимствованных русских слов в целевых языках.

1.1. Ассимиляция РЗ в английском языке.

Часто заимствованные слова в новой среде приобретают новые значения, которые отсутствовали в исконном языке, что свидетельствует о семантической ассимиляции иноязычного элемента. Так, например, РЗ *babushka* в английском языке приобрело дополнительное значение, которого нет у данного слова в русском языке, а именно: ‘платок на голову’. Например:

(1) *The elderly woman wrapped her babushka tightly around her head to keep warm in the cold winter wind* ‘Пожилая женщина плотно обмотала голову платком, чтобы согреться на холодном зимнем ветру’.

В приведенном примере РЗ *babushka* имплицирует (аккумулирует) в себя значение платка или шали, которым женщина укрывает свою голову от холода, что не наблюдается, однако, в русском языке.

Русские заимствования образуют производные слова по тем же типам и моделям, что и английские. Ср:

(2) англ. *narodism* происходит от русского слова *народничество*, что означает политическое движение в России в XIX веке, стремившееся к улучшению жизни крестьян;

(3) англ. *decembrism* происходит от русского слова *декабристы*, обозначающего участников декабристского восстания 1825 года в России;

Английские заимствования, попадая в русский язык, сопровождаются конверсией, т.е. переходом из одной части речи в другую. Так, в примере (4) английское исходное имя существительное конвертируется при деривации в производное прилагательное:

(4) *англ. soviet (n.)* совет, т.е. орган власти в Советском Союзе → *soviet (adj.)* советский, т.е. обладающий признаками (свойствами), связанных с советской системой или органами власти.

Многие РЗ входят в состав гибридных образований, т.е. словосочетаний, построенных по моделям английской грамматики и состоящих из русизма и английского слова:

(5) англ. *muzhik laborers* ‘рабочие-мужики’, *a down-to-earth muzhik* ‘приземленный мужик’, *Czar's Empire* ‘царская империя’и др.

1.2. Ассимиляция РЗ в немецком языке.

При усвоении русских заимствований немецким языком можно выделить несколько уровней преобразования (ассимиляции). Первый из них – семантический. Установлено, что значение русизмов может как сужаться, так и расширяться. Так, в русском языке понятие "квас" может обозначать различные напитки на основе солода или другие прохладительные напитки, в то время как в немецком языке слово *der Kwas* используется для обозначения только традиционного русского напитка на основе солода.

Русская лексема *товарищ* используется для обращения к друзьям, коллегам или незнакомым, тогда как в немецком *der Tovarisch* применяется в основном в военном или формальном контексте.

Фонетическое освоение русских заимствований проявляется в изменениях звучания. Например:

(6) нем. *Druschba* (← рус. дружба).

В процессе фонетической ассимиляции может меняться ударение, ср.:

(7) рус. ба́бушка – нем. *Babúschka*

Освоение русизмов затрагивает всегда графический уровень, ср.:

(8) рус. самиздат – нем. *Samisdat.*

Одним из видов ассимиляции РЗ в немецком языке является их морфологическое освоение, которое, в первую очередь, касается имен существительных. В этом процессе они могут утрачиваться одни морфемы и появляться другие, которые отсутствуют в русском языке (аффиксы и флексии), ср:

(9) рус. коллективизация – нем. *Kollektivisierung*.

Кроме того, образование множественного числа у РЗ в языке-реципиента происходит по правилам целевого языка (т.е. немецкого). Так, например, у слова *Kolchos* множественное число образуется при помощи грамматического суффикса -е: *Kolchose*.

Род имени существительного может сохраняться в процессе заимствования, как, например, у слова *передовик* (муж. род): *der Bestarbeiter* (муж. род) либо меняться на другой, как в случае со словом *погром* (муж. род): *das Pogrom* (ср. род).

Важно отметить, что не все русизмы проходят все этапы освоения при переходе в другой язык. Заимствованные слова могут сохранять фонетические и семантические особенности исходного (русского) языка, например:

(10) рус. *политбюро* – нем. *das Politbüro*.

Некоторые заимствования могут подвергаться лексическому освоению. Однако большинство РЗ не прошли этот процесс и являются экзотизмами. Экзотизмы, в свою очередь, делятся на заменимые и незаменимые. Среди РЗ встречаются заменимые слова, то есть исконные немецкие синонимы, ср.:

(11) рус. *начальник* → нем. *Natschalnik* = нем.*Vorgesetzte*;

(12) рус. *пайок* → нем. *Pajok =Verpflegungssatz*.

Однако большинство русизмов, отражая реалии советского времени, являются незаменимыми, например: *Bolschewismus*, *Fünfjahrenplan*.

Таким образом, процесс заимствования русизмов в английском и немецком языках сопровождается их изменениями на определенном языковом уровне (орфографическом, фонетическом, грамматическом, лексико-семантическом).

Список литературы

1. *Крысин, Л. П.* Иноязычные слова в современном русском языке / Л. П. Крысин // АН СССР, Ин-т русского языка. – Москва: Наука, 1968. – 208 с.

2. *Патохин, А. И.* Англо-русский, русско-английский словарь исключений, заимствований и «трудных» слов английского языка / А. И. Патохин. – М.: Карева, 2003. – С. 110–116.

3. *Фадеев, В. И.* Русские слова в английском языке / В. И. Фадеев // Русская речь. – 1969г. – № 3. – 91–94 с.

4. CIDE: Cambridge International Dictionary of English. – Cambridge, 2001. – 1472 p.

5. Duden. Deutsches Universalwörterbuch. – URL: https://www.duden.de (дата обращения: 18.02.2025).

6. The Economist. – URL: https://www.economist.com/ (дата обращения: 17.02.2025).

7. The Guardian. – URL: https://www.theguardian.com/international (дата обращения: 18.02.2025).

8. The New York Times. – URL: https://www.nytimes.com/ (дата обращения: 18.02.2025).

Карайон С. Н.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности перевода стихотворения А. Ахматовой «Вечером»

1. Перевод как самостоятельно развивающееся направление современного языкознания по-разному определяется авторами, разрабатывающими его теорию. согласно Л.С. Бархударову (2, с. 38), перевод – это преобразование текста на одном языке в текст на другом языке. Джон К. Кэтфорд (5, с. 3) определяет понятие перевода как замену текстового материала на одном языке эквивалентным текстовым материалом на другом языке. Р. Якобсон (4, с. 10) рассматривает перевод как интерпретацию вербальных знаков и сообщений. Несмотря на различия в формулировках, эти и многие другие ученые определяют перевод как процесс преобразования фрагмента речи, написанного на одном языке, в фрагмент речи, написанный на другом языке, без изменения плана содержания. Проблеме перевода поэзии всегда уделялось больше внимания, чем переводу других литературных форм. Поэзия труднопереводима, поскольку требует перевода не только содержания, но и ритмических, мелодических, композиционных и структурных аспектов оригинального произведения. К сожалению, не существует универсального подхода к переводу поэзии. Каждый из существующих подходов имеет свои недостатки, связанные с тем, что переводчик не может уделить одинаковое внимание всем элементам текста. В каждом конкретном случае переводчик решает, что необходимо сохранить для достижения художественной адекватности, а чем можно пожертвовать. Как правило, переводческие решения принимаются в отношении сохранения или опущения стилевых и авторских особенностей оригинала, его стихотворных характеристик (размера, рифмы), поэтической традиции исходного языка, национальной специфики и характерных черт эпохи, в которой создавалось произведение, а также содержательной стороны исходного текста (2, с. 130).

2. Данное исследование посвящено особенностям и трудностям поэтического перевода. Цель работы – осуществить поэтический перевод и с его помощью определить особенности перевода поэзии. Выбор данной темы обусловлен тем, что поэтический перевод был и остается одной из самых сложных областей переводческой деятельности. Вопрос о путях и средствах достижения адекватности в поэтическом переводе является одним из наименее разработанных в теории художественного перевода. Сложность создания поэтических переводов породила целый ряд различных подходов к этому процессу. Кроме того, отсутствие общепринятых универсальных критериев оценки точности и верности поэтических переводов, позволяющее говорить о поэтическом переводе как о творческом процессе, создает ряд трудностей, требующих разрешения. Материалом для исследования в работе послужило стихотворение «Вечером» авторства А. А. Ахматовой.

3. Исследование показало, что предпереводческий анализ является обязательным этапом в работе над переводом поэтического текста. Перед началом важное значение имеет ознакомление с творчеством автора, его

стилем, и особенностями произведений, а также историческим периодом, в которым жил автор, и его личные взгляды.

Анна Ахматова – одна из основоположников литературного течения акмеизма. Её творчество, соответственно, характеризуется особенностями этого течения: ясностью образа и точностью слова, почти полным отсутствием метафор и стремлением к абсолютной точности без многозначности. В стихотворении «Вечером» основной темой является любовь, а именно переживания и чувства лирической героини. Учитывая то, что произведение было написано под влиянием акмеистского течения, все мысли, чувства и эмоции Ахматова описывает буквально, не затуманивая их метафорическими образами. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что при переводе стихотворения стоит стремиться к максимально частому дословному переводу, стремиться к поиску точных эквивалентов присутствующих лексических единиц и к минимальному использованию лексических трансформаций.

4. Стихотворение «Вечером» Анна Ахматова написала в 1913 году, в возрасте 24 лет. Как и все прочие произведения Ахматовой, стихотворение лирично, эмоционально и наполнено экзистенциональными переживаниями лирической героини. Стихотворение строится в форме её рассказа, и это позволяет, сопереживая ей, зримо представить картину происходящего. Творчество Анны Ахматовой обрело видимость за рубежом ещё при её жизни, однако особенный интерес к нему возник уже после смерти поэтессы. За рубежом в Ахматовой всегда видели и чествовали русскую культуру, восхищаясь своеобразием её поэтики. Как известно, Анна Ахматова, сотрудничая с переводчиками, занималась переводами стихотворений других авторов и их редактированием, например, работ азербайджанского поэта Сарывелли и сборников произведений Цюй-Юаня и других восточных и славянских авторов. Однако свои стихотворения поэтесса не переводила. На данный момент произведения Анны Ахматовой переведены на множество языков. Самыми популярными переводчиками её стихотворений на английский считаются Стэнли Куниц, выполнивший первые переводы через год после смерти поэтессы, в 1967, и Джеймс Фален, переводивший её поэзию в 1990-е–2000-е гг., самые известные переводы на испанский принадлежат Никанору Парра, популярностью среди переводов на непальский и хинди пользуются работы Сумана Покхрела, почти все произведения поэтессы переведены на греческий Д. Триантафиллидисом.

5. Если стремиться к определению вида перевода, который стоит выбрать в данном случае, то лучше всего подойдёт перевод белым стихом или интерпретация – форма претерпит изменений, но содержание может быть передано предельно точно, а как можно заметить, правильное отображение смысла текста наиболее важно для этого произведения. При выполнении перевода была выбрана концепция интерпретации, что подкрепилось анализом работ других переводчиков. В итоге, перевод имеет незначительное количество дополнений, замен и лексических трансформаций, не прибегнуть к которым было бы невозможно из-за грамматических различий между языком

перевода и языком оригинала. Смысловое содержание переведённого стихотворения нисколько не поменялось из-за этих изменений – ни одна из лексических единиц не была наделена многозначностью и не получила расширение своего значения, но и не была урезана в своём смысле.

6.

Звенела музыка в саду	The music rang in the garden
Таким невыразимым горем.	With such unspeakable grief.
Свежо и остро пахли морем	The oysters in the ice on the platter
На блюде устрицы во льду.	Smelled fresh like the seas.
Он мне сказал: «Я верный друг!»	"I'm a loyal friend!", he told me
И моего коснулся платья.	And then he touched my dress.
Как не похожи на объятья	It doesn't feel like an embrace
Прикосновенья этих рук.	When he touches me with his hands.
Так гладят кошек или птиц,	This is how cats or birds are stroked,
Так на наездниц смотрят стройных…	This is how slender riders are looked at...
Лишь смех в глазах его спокойных	Only laugh in his calm eyes are seen
Под лёгким золотом ресниц.	Under light and golden eyelids.
А скорбных скрипок голоса	The mournful melody of violins
Поют за стелющимся дымом:	Are heard behind the creeping smoke:
«Благослови же небеса –	“Give blessings to heaven above
Ты первый раз одна с любимым».	First time you’re alone with your beloved”.

7. После выделения характерных черт поэтического текста, лежащих в основе поэтического перевода и определяющих его специфику, можно с уверенностью сказать, что процесс воссоздания оригинала, кроющихся в нем связей, которые образуют неразрывное целое, требует творческого подхода, который нельзя загнать в рамки универсальных критериев оценки. Главной задачей поэтического перевода должна стать передача авторского замысла и особенностей его стиля, исторического и общественно-политического контекста оригинального произведения в сжатой форме. Это и является принципиальным отличием поэтического перевода от других видов художественного перевода.

Список литературы

1. *Ахматова, А. А.* Четки // А. А. Ахматова. Стихотворения и поэмы. – М.: Профиздат, 2015. – с. 6.

2. *Артемьева, И. Н.* Теория и практика перевода: учеб. пособие. / И. Н. Артемьева – СПб.: РГГМУ, 2020. – с. 130.

3. *Бархударов, Л. С.* Некоторые проблемы перевода английской поэзии на русский язык / Л. С. Бархударов //Тетради переводчика. – М.: 1984. – с.38-48.

4. *Якобсон, Р.* Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике. / Р. Якобсон – М.: 1978 – с. 10.

5. *Catford, J. C.* A Linguistic Theory of Translation. / J. C. Catford – Oxford: Oxford Univ. Press, 1965. – 110 с. – с. 3-5.

Клещевников Е. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Речевые средства воздействия на адресата в современной рекламе (на материале английского и русского языков)

Данная работа посвящена сопоставительному анализу средств речевого воздействия на адресата в современной рекламе (на материале английского и русского языков.

Актуальность исследования обусловлена возрастающим интересом ученых к изучению рекламного дискурса. В условиях глобализации и распространения международных брендов анализ средств воздействия на адресата в рекламных текстах двух языков представляет особую значимость.

Материалом исследования послужили 400 контекстов (по 200 на каждом языке), отобранных путем сплошной выборки из текстов современных рекламных кампаний и интернет-рекламы.

Цель исследования – изучить речевые средства воздействия в англо- и русскоязычных рекламных текстах, выявить сходства и различия.

Под рекламным текстом в данной работе понимается «завершенное в смысловом и композиционном плане сообщение, сочетающее в себе признаки устной и письменной коммуникации с комплексом лингвистических и экстралингвистических средств, которые используются для привлечения внимания, формирования положительного имиджа продукта и побуждения потребителя к действию» (Иссерс, 2009: 7).

С целью воздействия на адресата в сопоставляемых языках чаще всего используются следующие речевые средства: метафоры, эпитеты, гипербола, игра слов и др.

В результате анализа особенностей функционирования данных речевых средств в рекламных текстах английского и русского языков были выявлены следующие тенденции:

1. В рекламных текстах обоих языков широко используется метафора – слово или выражение, употребляемое в переносном смысле на основании сходства между двумя предметами или явлениями. В рекламе метафора выполняет в первую очередь функцию эмоционального, эстетического и суггестивного воздействия на адресата. Метафоры помогают структурировать восприятие сложной информации, переводя абстрактные или технические характеристики продукта в понятные образы, следствием чего является стремление к языковой экономии, что справедливо для обоих рассматриваемых языков. Установлено, что англо- и русскоязычные метафоры строятся на основе сходства разных признаков, что отражает особенности национального мировосприятия. Так, для русскоязычной рекламы более характерны природные метафоры: ‘*Только ваша компания, горы, яркое солнце и бескрайний океан снега под ногами’;* ‘*Garnier – исключительный уход, рожденный самой природой’*, а также метафоры, связанные с человеческой деятельностью, в частности с борьбой и противостоянием: *‘Колдрекс. Сильнее вашей простуды’*; *‘Чтобы сокрушить боль, нанесите ответный удар!’*. В

англоязычном рекламном дискурсе метафоры чаще всего связаны с концептами движения и времени: *'Time doesn't wait for anyone, but you can own it', 'Drive the new Paseo. Your future awaits down the road'*. Помимо этого, метафорические конструкции часто апеллируют к личному опыту человека, призывают к действию: *'Manage your risk'*, *'You will love the skin you are in'*, что соответствует западной ментальности, ориентированной на индивидуализм и достижение результата. Национальная специфика языка влияет на характер рекламных метафор, делая их более эмоциональными в русском языке и более прагматичными в английском языке.

2. Второе по частотности место в рекламных текстах занимают эпитеты – образные определения, которые в сопоставляемых языках выполняют схожие функции, в частности, дают яркую, положительную характеристику рекламируемому объекту с целью привлечения внимания адресата. При этом следует отметить, что в русскоязычной рекламе чаще используются эпитеты, основанные на гиперболизации (*'ослепительная белизна'* Persil) и образности (*'волшебное утро'* Ready), в то же время в английской рекламе сильнее выражен акцент на вкусовых, тактильных и зрительных ощущениях (*'crisp, refreshing taste'* Diet Coke, *'smooth, velvety texture'* Castle Milk Stout, *'fabulous pink'* Camay). Эпитеты в русскоязычной рекламе широко представлены качественными (*'подвеска M Sport обеспечивают филигранную управляемость'*) и относительными прилагательными (*'кофейный аромат'* Nescafe), что свойственно и для англоязычной рекламы ('*soft and comfortable*' mahabis, *'diamond engagement rings'*). Там, где в русской рекламе используются причастия или отглагольные прилагательные (*'запатентованная формула'* Colgate), в английском языке отдается предпочтение причастным оборотам (*'Brewed to perfection'*). Для русского языка также характерно использование развёрнутых конструкций (*'истинное воплощение спортивной элегантности'* BMW), при этом в англоязычных текстах можно проследить преобладание однословных эпитетов (*'luxurious aroma'* Castle Milk Stout) и сложных прилагательных (*'award-winning brand'* mahabis), что отражает стремление англоязычной рекламы к языковой экономии.

Важно отметить, что в обоих языках эпитеты преимущественно стоят перед определяемым словом (прямой порядок слов), если же эпитет оказывается в постпозиции (*'an experience unforgettable'* – инверсия), то такая конструкция характеризуется большей степенью воздействия на адресата. Англоязычные эпитеты в рекламных текстах – точные и лаконичные – делают акцент на качествах продукта, что отличает их от русских эпитетов – более развернутых и экспрессивных, которые усиливают рекламных образ, подчеркивая уникальность рекламируемого товара.

3. Третье место по частотности занимает гипербола – фигура речи, состоящая в заведомом преувеличении, усиливающем выразительность, порой придающем высказываемому эмфатический характер. В рекламе русского и английского языков гипербола выполняет схожие функции, но реализуется по-разному. В обоих языках гиперболизация часто выражается через превосходную степень прилагательных и наречий (*'самый'*, *'лучший'*, *'strongest'*, *'fastest'*),

однако в русскоязычной рекламе превалируют категоричные утверждения (*‘лучшее, что вы можете дать вашему пищеварению’*), тогда как в английском тексты чаще строятся на сравнении (*‘No battery is stronger longer’*). В русском языке гипербола нередко реализуется через наречия и усилительные частицы (*‘по-настоящему жарко’*, *‘даже’*), а также градации степени качества (*‘Вы получите не просто ролик, а мощный канал продаж’* LimeStudio). В английском языке также используется градация (*‘More than just a tool for vision – Aether Eyewear redefines the way you see the world’*), но чаще встречаются лаконичные слоганы (*‘Take Toshiba, Take the World’*), числовые преувеличения (*‘5x brighter smile’*), а также гиперболические сравнения (*‘Picks up five times more women than a Lamborghini’*).

В синтаксическом плане русская реклама тяготеет к сложным предложениям и развернутым описаниям, тогда как английская предпочитает краткие номинативные фразы (*‘An American Revolution’*), что соответствует её прагматичному стилю. Таким образом, гипербола в русском языке подчёркивает экспрессивность и эмоциональность рекламы, а в английском – создаёт эффект лаконичного, но убедительного утверждения.

4. В рекламных текстах активно используется игра слов. В обоих языках она реализуется через фонетические, морфологические и семантические средства. В русскоязычной рекламе преобладают каламбуры, основанные на омонимии и паронимии (*‘Чистота — чисто Tide’*). Подобная игра слов характерна и для английской рекламы (*‘Ready to makeup your mind?’*). Также активно используются трансформированные фразеологизмы и идиомы (*‘Красота требует крем!’; ‘Let’s DUO it’*). В английской рекламе чаще используется игра слов, основанная на окказионализмах (*‘Thinstant classic’*). Синтаксически русская игра слов чаще реализуется через короткие слоганы с параллельной структурой (*‘Жевать — не пережИвать’*), тогда как английская реклама тяготеет к более свободным конструкциям с каламбурами внутри предложения (*‘Check out Our #Laundrygram’*).

Таким образом, рекламные тексты на русском и английском языках демонстрируют сходные тенденции, но различаются в использовании речевых средств, что обусловлено лингвокультурными особенностями. Говоря о лексико-семантических особенностях, можно сделать вывод о том, что русские рекламные тексты склонны к художественной выразительности, а английские – к краткости и емкости. Эти различия отражают не только особенности языковых систем, но и различия в восприятии информации представителями разных культур.

Список литературы

1. *Иссерс, О. С.* Речевое воздействие / О. С. Иссерс. – М.: Флинта: Наука, 2009. – 7 с.

Ковалева В. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Прагматический аспект перевода заголовков англоязычных СМИ на русский язык

Введение. В современном мире, где информация распространяется с огромной скоростью, заголовки статей стали неотъемлемой частью медийного контекста. Являясь кратким отражением содержания, они должны быть содержательными, выразительными и привлекать внимание читателя. Однако, лексико-грамматические и коммуникативно-прагматические особенности англоязычных заголовков создают определенные трудности при переводе, требующие особого внимания.

Актуальность исследования прагматического аспекта перевода заголовков англоязычных СМИ на русский язык обусловлена необходимостью глубже понять не только механизмы перевода, но и те прагматические стратегии, которые влияют на восприятие информации в разных культурных контекстах. Неослабевающий интерес научного сообщества к прагматическому аспекту в переводе заголовков подтверждается наличием большого количества работ, в частности, Л. Бархударова, В. Н. Комиссарова, А. Нойберта, А. Швейцера, Ч. Морриса.

Объект исследования составляют новостные заголовки англоязычных СМИ, а предмет – приемы прагматической адаптации, используемые при передаче этих заголовков на русский язык.

Цель работы заключается в анализе особенностей прагматического подхода к переводу заголовков, а также в выявлении переводческих приемов, применяемых для адекватной передачи заголовков с английского языка на русский.

Материалом исследования послужили 100 новостных заголовков англоязычных СМИ, а также их перевод на русский язык, представленный на сайте ИноСМИ.

Основная часть. Термин прагматика, введенный американским ученым Чарльзом Моррисом в 30-х годах XX века, обозначает раздел семиотики, исследующий взаимодействие между знаками и говорящим. Языковые знаки оказывают на людей положительное, отрицательное и нейтральное влияние, и способны вызывать различные реакции. Кроме языковых знаков, прагматическое воздействие на читателя оказывает любое высказывание, текст и заголовок (Моррис 1983: 37–89).

В. Н. Комиссаров выделяет три ключевых аспекта прагматики в лингвистике (Комиссаров, 1990):

– Передача прагматических значений: Переводчик должен не только передать лексическое значение слова, но и его прагматический оттенок (например, ирония, сарказм, юмор), чтобы сохранить коммуникативный эффект оригинала.

– Прагматика перевода как задача: Каждый акт перевода – это прагматическая задача. Необходимо учитывать, для чего производится

перевод (информирование, убеждение, развлечение), и какой эффект он должен оказать на целевую аудиторию.

– Прагматическая адаптация: Перевод должен быть адаптирован к контексту целевой культуры и языку так, чтобы достичь аналогичного коммуникативного эффекта, как и в оригинале.

Прагматическая адаптация текста предполагает применение переводческих трансформаций на лексическом, синтаксическом и стилистическом уровнях.

Полученные результаты показывают, что при переводе новостных заголовков с английского языка на русский чаще всего применяются лексические трансформации (114 примеров, 58% от общего количества трансформаций), среди которых наиболее частотным являются конкретизация (29 примеров, 25.44%) и добавление (25 примеров, 21.93%).

Конкретизация предполагает замену слова или фразы исходного языка (ИЯ) с более широким смысловым значением на слово или фразу переводящего языка (ПЯ) с более узким значением. Например:

(1) The Best Thing For America Would Be A Donald Trump Blowout – Лучший сценарий для Америки – это победа Дональда Трампа “в одну калитку”

Добавление служит для эксплицирования имплицитной информации, и заключается в добавлении дополнительных лексических единиц, раскрывающих значение исходной единицы на ПЯ.

(2) Ukraine Needs A Milei - and May Have Found One – Украине нужен свой Хавьер Милей. И, возможно, она его нашла.

Грамматические трансформации играют не менее важную роль при переводе с английского языка на русский и в исследованном материале представлены в основном трансформациями на синтаксическом уровне (50 примеров, 37.31%), при этом высокую продуктивность показали перестановки (18 примеров, 13.43%) и изменение типа предложения (15 примеров, 11.19%).

Перестановка – это изменение расположения языковых элементов в тексте перевода по сравнению с текстом оригинала. Вызваны они могут быть особенностями актуального членения предложений. Так, для русского языка характерен прямой порядок слов, при котором рема располагается в конце, в время как для английского предложения характерно обратное расположение темы и ремы.

(3) The Price of Principle Is Dwarfed by the Cost of Capitulation in Ukraine – Цена капитуляции на Украине затмевает цену принципиальности.

Изменение типа предложения – например, замена сложного предложения на простое для упрощения восприятия.

(4) Putin says Trump’s Ukraine proposals merit attention – Путин: предложения Трампа по Украине заслуживают внимания.

Наиболее частотным преобразованием на морфологическом уровне в исследованном материале является замена грамматического времени (12 примеров; 8,96%).

(5) Republicans Clinch Control of the Senate – Республиканцы получили большинство в Сенате.

Стилистические трансформации (22 примера, 11%) заключаются в преобразовании стиля текста при передаче стилистического значения с целью воссоздать в переводе тот же эффект. Например:

(6) Desperate To Reinforce A Buckling Front Line, Ukraine Is Scouring The Planet For Hundreds Of Spare Tanks And Fighting Vehicles – Стремясь укрепить дрогнувшую линию фронта, Украина прочесывает всю планету в поисках сотен запасных танков и боевых машин.

Лексико-грамматические трансформации (9 примеров, 4,5%) представлены единичными примерами описательного и антонимического перевода.

Описательный перевод – это метод передачи безэквивалентной лексики, который заключается в раскрытии значения исходной единицы с помощью словосочетаний. Это особенно важно при переводе названий организаций и слов, относящихся к категории культурных реалий.

(7) 'Make IMOEX Great Again' – "Вернем Московской бирже былое величие".

Антонимический перевод – это лексико-грамматическая трансформация, при которой замена утвердительной формы в оригинале на отрицательную форму в переводе или, наоборот, отрицательной на утвердительную сопровождается заменой лексической единицы ИЯ на единицу ПЯ с противоположным значением (Комиссаров, 1990).

(8) Has the warmth gone from the Trump-Putin bromance? – Стали ли холоднее приятельские отношения Трампа и Путина?

Выводы. Проведенное исследование позволяет сделать вывод, что для сохранения прагматического потенциала англоязычных заголовков переводчику необходимо применять переводческие трансформации на всех языковых уровнях. Широкое применение лексических трансформаций в процессе перевода указывает на различия в смысловой структуре лексических единиц исходного и целевого языков. Однако для адекватной передачи содержания оригинала необходимо одновременное использование лексических и грамматических трансформаций, что позволяет достичь максимальной точности и сохранения смысловой целостности текста.

Список литературы

1. *Комиссаров, В. Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты): учебник для институтов и факультетов иностранных языков / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.

2. *Моррис, Ч.* Основания теории знаков / Ч. Моррис. – М.: Радуга, 1983. – С. 37–89.

3. *Нойберт, А.* Прагматические аспекты перевода. Вопросы теории перевода в зарубежной лингвистике / А. Нойберт – сб. ст. М.: Международные отношения, 1968. – 253 с.

Коваль Д. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности перевода лексического повтора как средства когезии с английского на русский язык

Данная работа посвящена изучению видов лексического повтора в английском художественном дискурсе и способов их перевода.

Лексический повтор (ЛП) – это стилистический прием, при котором одно и то же слово или группа слов повторяются в тексте для усиления выразительности, создания ритма или акцента на определенной идее (Никулина, 2012). В романе «Властелин колец» Дж. Р. Р. Толкин создал уникальный, глубоко проработанный фэнтезийный мир Средиземья с его разнообразными расами, историей и языками. «Властелин колец» сочетает в себе элементы эпоса, мифа и сказки, где ЛП играет ключевую роль в создании эпического звучания (Сафонкина, 2014).

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения и описания наиболее эффективных способов перевода ЛП с английского языка на русский языка для обеспечения адекватности восприятия текста.

Материалом исследования служат 280 примеров ЛП, отобранных методом сплошной выборки из романа английской литературы «The Lord of the Rings» («The Fellowship Of The Ring») Дж. Р. Р. Толкина и их русские эквиваленты, отобранные из перевода, выполненного А. Грузбергом.

Цель исследования состоит в изучении основных способов передачи ЛП с английского языка на русский в текстах жанра фэнтези с сохранением их стилистического потенциала.

В результате исследования установлено, что среди видов ЛП, функционирующих в романе Дж. Р. Р. Толкина, фигурируют такие виды ЛП, как: простой повтор, полисиндитон, анадиплосис, анафора, кольцевой повтор, эпифора.

1. Наиболее распространенным видом ЛП в романе Дж. Р. Р. Толкина является простой повтор (150 примеров (54%)). Простой повтор – это повторение речевых единиц, занимающих в высказывании контактную позицию, или близкую позицию. Например:

We, and only we, fight for our land ‘Мы, и только мы, сражаемся за нашу землю’.

2. Следующим по продуктивности видом ЛП в романе «Властелин колец» является полисиндетон – это стилистический прием, при котором в тексте повторяются союзы. Данный вид ЛП представлен 70 примерами (25%):

And then he comes back and orders them off; and he goes on living and living, and never looking a day older, bless him! ‘А он возьми да вернись, живой и здоровый, да и до сих пор живет, и не на день не постарел, храни его Бог!’.

3. Анадиплосис – это вид ЛП, при котором слово или группа слов, заканчивающие одно предложение или строку, повторяются в начале следующего. В романе «Властелин колец» установлено 25 примеров, относящихся к данному виду повтора, что составляет 10% от выборки:

Is it not a strange fate that we should suffer so much fear and doubt for so small a thing? So small a thing! ‘Разве это не странная судьба, что мы должны страдать так много страха и сомнений за такую малую вещь? Такую маленькую вещь!’.

4. Анафора – это вид ЛП, при котором одно и то же слово или группа слов повторяются в начале нескольких предложений, строк или абзацев. В исследуемом романе зафиксировано 20 примеров анафоры (7%):

Against delay. Against the way that seems easier. Against the burden that is laid on me. Against – well, if it must be said, against trust in the strength and truth of Men. ‘Против промедления. Вопреки тому, что кажется проще. Против отказа от бремени, которое возложено на меня. Против... ну, если нужно так выразиться, против веры в силу и правдивость Людей’.

5. К одним из наиболее мало употребляемых повторов в романе «Властелин колец» относится кольцевой повтор, при котором слово, фраза или предложение повторяются в начале и конце текста, абзаца или строфы:

I opened the door between the worlds and I cannot shut it. No one can shut it. It will never be shut again. It draws, it draws me. I must come back to it. I must go through it and come back here, into the dust and cold and silence. It sucks at me and sucks at me. I cannot leave it. I cannot close it. It will suck all the light out of the world in the end. All the rivers will be like the Dry River. There is no power anywhere that can close the door I opened! ‘Я открыл дверь между мирами, и я не могу закрыть ее. Никто не может закрыть ее. Она никогда не будет закрыта снова. Она притягивает, она притягивает меня. Я должен вернуться к этому. Я должен пройти через это и вернуться сюда, в пыль, холод и тишину. Она высасывает силы из меня. Я не могу ее оставить. Я не могу ее закрыть. В конце концов, она высосет весь свет из мира. Все реки будут как Сухая Река. Нет такой силы, чтобы закрыть дверь, которую я открыл!’.

6. К наименее распространенным видам ЛП в романе «Властелин колец» относится эпифора (вид ЛП, при котором одно и то же слово или группа слов повторяются в конце нескольких предложений, строк или абзацев) которая представлена 5 примерами, что составляет 1% от выборки. Например:

In the depths of despair, in the face of insurmountable difficulties, we were united. Whatever happened, we were united ‘В глубине отчаяния, перед лицом непреодолимых трудностей, мы были едины. Что бы не происходило, мы были едины’.

Анализ способов перевода ЛП в романе «Властелин Колец» Дж. Р. Р. Толкина, выполненных А. Грузбергом, продемонстрировал, что переводчик для передачи повтора на русский способ использовал следующие способы: компенсация, грамматические замены, дословный перевод, опущение.

1. Наиболее распространенным способом перевода ЛП в романе Дж. Р. Р. Толкина «Властелин колец» является компенсация (105 примеров (38%)):

Dark, dark is the hour! ‘Мрачен, темен этот час!’. В данном примере повтор *слова dark* заменены на синонимы *«мрачен»* и *«темен»,* чтобы сохранить выразительность и избежать избыточности.

2. К наиболее многочисленным способам перевода ЛП в романе относится дословный перевод (94 примера (34%)):

We must take a hard road, a road unforeseen ‘Теперь, наконец, мы должны выбрать трудный путь, путь непредвиденный’.

3. Следующим по распространенности способом перевода является грамматическая замена, которая, в свою очередь, подразделяется на замену части речи и замену типа предложения. В результате анализа зафиксировано 71 пример перевода с помощью грамматической замены, что составляет 25% от выборки. Например:

The Ring is mine. The Ring is mine! ‘Кольцо мое. Оно принадлежит мне!’ (существительное → местоимение).

He’s alive! He’s alive! ‘Он жив! Жив ли он?’.

4. К наименее распространенным способам перевода ЛП относится опущение. В анализируемом романе было обнаружено 10 примеров (3%) использования приема опущения для передачи ЛП. Например:

He sang, sang so that everyone listened ‘Он пел так, что все заслушались’.

Таким образом, ЛП в романе Дж. Р. Р. Толкина «Властелин колец» представлен различными видами, наиболее распространенным из которых является простой повтор. Для перевода ЛП переводчик прибегает к различным способам перевода, стремясь выполнить критерии эквивалентности, точности, адекватности и стилистического соответствия, а также адаптировать перевод для читателей. Для реализации поставленных задач переводчик чаще всего обращался к таким способам перевода, как компенсация и дословный перевод.

Список литературы

1. *Никулина, С. Д.* Лексические повтор как средство смысловой организации художественного текста / С. Д. Никулина // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. – 2012. – С. 39–44.

2. *Сафонкина, С. А.* Особенности идиостиля Дж. Р. Р. Толкина и экстралингвистические условия, повлиявшие на его формирование / С. А. Сафонкина // Вестник МГОУ. Серия: Лингвистика. – 2014. – №6. – С. 33–42.

Костоглодова Э. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Сравнительный анализ переводов стихотворения А.Ахматовой «Муза» на английский и немецкий языки

Анна Андреевна Ахматова по праву считается одной из величайших русских поэтесс. Ее творчество, пронизанное глубоким лиризмом и философскими размышлениями, получило широкое признание не только в России, но и за ее пределами. Стихотворения Ахматовой переведены на множество языков мира, что позволяет читателям из разных культурных

пространств познакомиться с ее уникальным поэтическим миром. Однако, несмотря на растущий интерес к ее творчеству, многие аспекты переводов ее произведений на иностранные языки остаются недостаточно изученными.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения особенностей перевода поэтических текстов Ахматовой, которые требуют не только точности в передаче смысла, но и сохранения ритма, образности и эмоциональной глубины. Кроме того, растущая популярность творчества Ахматовой за рубежом подчеркивает важность анализа переводов ее произведений на немецкий язык.

Объектом исследования являются оригинальный текст стихотворения «Муза» Анны Ахматовой, а также его переводы на английский и немецкий языки. Предмет исследования – способы передачи лексических, стилистических и культурных особенностей оригинала в переводах, а также выбор переводческих стратегий, используемых для сохранения поэтической целостности произведения.

Цель работы – провести сравнительный анализ переводов стихотворения «Муза» на английский и немецкий языки, выявить особенности передачи лексических единиц, образов и ритмической структуры, а также определить общие и специфические подходы, использованные переводчиками.

Материалом исследования послужили оригинальный текст «Муза» Анны Ахматовой (Анна Ахматова, 2023), его перевод на английский язык, выполненный Энтони Клайном, и перевод на немецкий язык, созданный Максимилианом Шиком (RuVerses, 2025).

Проведенный анализ позволит не только углубить понимание особенностей переводов поэтических текстов, но и внести вклад в изучение творчества Анны Ахматовой в международном контексте.

Поэзия отличается от прозы высокой концентрацией мысли и эмоций, а также строгой структурой, включающей композиционный параллелизм, обобщённые сюжеты и ритмическую организацию. Эти элементы создают единое эстетическое и смысловое целое, которое невозможно разложить на отдельные языковые единицы. Перевод поэзии требует не только лингвистической компетентности, но и творческого подхода, чтобы передать уникальность формы, содержания и эмоционального воздействия оригинала (Комиссаров, 2011).

Переводчик выбирает стратегии в зависимости от целей перевода, контекста и особенностей целевой аудитории. Универсальной классификации стратегий не существует, но Николай Балашов выделяет три основных метода: филологический, стихотворный и поэтический. Филологический перевод фокусируется на точной передаче фактуальной информации, часто в ущерб эстетическим особенностям. Стихотворный перевод сохраняет структуру стиха, но может жертвовать концептуальной точностью. Поэтический перевод стремится передать как фактическое содержание, так и эстетическую ценность оригинала, что делает его наиболее подходящим для передачи поэтической коммуникации (Балашов, 1982).

Л. С. Бархударов предлагает классификацию переводческих трансформаций, включающую четыре основных вида: перестановку, замену, добавление и опущение. Перестановка изменяет порядок элементов в тексте, замена касается грамматических или лексических единиц, добавление вводит новые элементы для уточнения смысла, а опущение исключает избыточные или нерелевантные слова. Эти трансформации часто комбинируются, создавая сложные изменения, необходимые для адаптации текста к языковым и культурным особенностям целевой аудитории (Бархударов, 1968).

В рамках исследования переводов стихотворений А. А. Ахматовой на немецкий язык был проведен сравнительный анализ различных версий одного из ее произведений. С целью более глубокого изучения особенностей поэтического перевода и переводческих стратегий предлагается детально рассмотреть переводы стихотворения «Муза» (1924), выполненные Максимилианом Шиком на немецкий язык и Энтони Клайном на английский.

Перевод Шика является достаточно точным в смысловом отношении. Он сохраняет исходный ритм и размер стихотворения, приближаясь к пятистопному ямбу оригинала. Кроме того, переводчик использует возвышенную лексику, что соответствует стилю Ахматовой.

Когда я ночью жду ее прихода,	*Erwarte nachts ich sehnend ihr Erscheinen.*
Жизнь, кажется, висит на волоске.	*Dünkt mir, das Leben hängt an dünnem Band.*
Что почести, что юность, что свобода	*Ruhm, Jugend, Freiheit wollen nichtig scheinen*
Пред милой гостьей с дудочкой в руке.	*Vorm lieben Gast, der die Schalmei umspannt.*
И вот вошла. Откинув покрывало,	*Nun tritt sie ein. Sie läßt den Schleier gleiten*
Внимательно взглянула на меня.	*Und richtet prüfend ihren Blick auf mich.*
Ей говорю: "Ты ль Данту диктовала	*Ich frag: "Warst du es, die der Hölle Seiten*
Страницы Ада? " Отвечает: "Я".	*Diktierte Dante"? Sie erwidert: "Ich".*

Однако можно отметить небольшие отклонения от оригинала: в первой строке нарушен привычный порядок слов в немецком языке ради ритмичности, что делает фразу менее естественной. М. Шик использует для перевода глагола «*кажется»*, вместо глагола “scheinen”, архаичный “*dünken*”, прибегая к использованию замены, что придает переводу стихотворения тонкости и поэтичности. Для перевода существительного «*дудочка*» М. Шик использует архаизм “*die Schalmei*” – «свирель», что придаёт особой атмосферы переводу стихотворения. В финале перевод точно передает знаменитый диалог, но использует слегка формальный стиль.

Перевод Клайна отличается более свободной интерпретацией. Переводчик адаптирует текст для англоязычного читателя, используя более естественный порядок слов и современный язык.

Когда я ночью жду ее прихода,	*When I wait, at night, for her to come,*
Жизнь, кажется, висит на волоске.	*Life, it seems, hangs by a thread.*

Что почести, что юность, что свобода	*What are honour, youth, freedom,*
Пред милой гостьей с дудочкой в руке.	*Next to the dear guest, flute (fife, pipe) in hand?*
И вот вошла. Откинув покрывало,	*And now she enters, throws aside*
Внимательно взглянула на меня.	*Her veil, gazes deep in my eyes.*
Ей говорю: "Ты ль Данту диктовала	*I ask her: 'Was that you, Dante's guide,*
Страницы Ада? " Отвечает: "Я".	*Dictating, in Hell?' She answers: 'I'.*

Клайн использует существительное "*flute*" – «флейта» для перевода «*дудочка*», не прибегая к архаичным вариантам, таким как "fife"- «дудка» или "pipe" – «свирель», что делает текст более понятным для современного читателя, но не сохраняет атмосферу оригинала. При переводе финального вопроса. При переводе финального вопроса Клайн прибегает к использованию переводческой трансформации добавления, "*Dante's guide*" – «проводник Данте», что привносит новые оттенки в произведение.

Таким образом, можно сделать вывод, что перевод Шика сохраняет ритмическую структуру и торжественный стиль оригинала, но иногда использует архаичные и формальные выражения. Клайн делает перевод более разговорным и адаптированным для англоязычного читателя, но при этом жертвует оригинальным ритмом. Оба перевода в целом передают основной смысл и образы стихотворения, однако подходы к их передаче различны: Шик стремится к большей точности, а Клайн – к удобочитаемости.

Список литературы

1. *Ахматова, А. А.* Стихотворения. Поэмы / А. А. Ахматова. – М.: Издательство «Э», 2016. – 608 с.

2. *Бархударов, Л. С.* Курс лекций по теории перевода / Л. С. Бархударов. – М.: Издательство «Международные отношения», 1968. – 386 с.

3. *Балашов, Н. И.* Структурно-реляционная дифференциация знака языкового и знака поэтического / Н. И. Балашов. – М.: Издательство «АН СССР», 1982. – 202 с.

4. *Комиссаров, В. Н.* Современное переводоведение / В. Н. Комиссаров. – М.: Издательство «Р. Валент», 2011. – 408 с.

5. *RuVerses.* Russian Poetry in Translations. – URL: https://ruverses.com/ (дата обращения: 19.02.2025).

Косякова А. О., Калиущенко В. Д.
ФБГОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Заголовки англо-, немецко- и русскоязычных политических статей (на материале онлайн-версий СМИ)

В условиях глобализации и стремительного развития технологий, онлайн-версии СМИ становятся основным источником новостей для миллионов людей. Это создает необходимость в глубоком анализе заголовков

политических статей, которые, по сути, являются первыми вратами к пониманию содержания и контекста представленных материалов. В данной работе сосредоточено внимание на заголовках русскоязычных, немецкоязычных и англоязычных политических статей, опубликованных в онлайн-изданиях.

Настоящая работа посвящена исследованию структуры и особенностей русско-, англо- и немецкоязычных заголовков политических статей.

Актуальность работы заключается в необходимости изучения особенностей немецкоязычных, англоязычных и русскоязычных заголовков, а также их сопоставлении.

Объектом исследования являются русскоязычные, немецкоязычные и англоязычные заголовки новостных газетных текстов.

Предметом исследования являются структурные, лексические, стилистические и коммуникативные особенности политических заголовков.

Цель работы состоит в сопоставительном анализе русскоязычных, немецкоязычных и англоязычных заголовков, определении роли заголовков в современных СМИ, подробной характеристике структурных, лексических, стилистических и коммуникативных особенностей политических заголовков.

Материал исследования составляет 600 заголовков политических статей, где 200 заголовков на русском языке, еще 200 – на немецком, еще 200 – на английском. Материалом исследования являются немецкоязычные заголовки интернет-изданий Германии: Spiegel Online, а также Deutsche Tageszeitung. Русскоязычный материал был получен из «Газета.ру», «Известия», «Взгляд», «Аргументы недели», «Ведомости». Англоязычные заголовки были отобраны из британских интернет-изданий “Independent”, “The Times”, “Daily Mail”.

Научная новизна заключается в исследовании заголовков политических статей в сопоставительном аспекте.

Практическая ценность заключается в том, что ее результаты и материалы могут использоваться в учебном процессе (в курсах лекций по теории и практике перевода, сопоставительной лингвистике).

1. Заголовок – «это воспроизведенное в печатном или письменном виде заглавие какого-нибудь издания, публикации и т. п.» (Кузнецов 1998: 317).

Заголовок является первым сигналом, побуждающим нас читать материал или отложить газету в сторону. Исследования психологов показывают, что около 80% читателей уделяют внимание только заголовкам (Лазарева 1989: 96).

2. Количественный анализ объема заголовков в немецко-, русско- и англоязычных текстах демонстрирует вариативность в использовании длины заголовков, отражающую особенности каждого языка. В рамках выборок, состоящих из 200 единиц для каждого языка, прослеживается тенденция к преобладанию заголовков средней длины (5-7 слов), однако существуют и значимые отклонения. В частности, в русскоязычных заголовках наиболее часто встречаются заголовки, состоящие из 5 (23%) и 6 (21%) слов, что указывает на стремление к лаконичности и информативности. Англоязычные заголовки характеризуются более равномерным распределением значений в диапазоне от 4 (24%) до 5 (16.5%) слов, демонстрируя большую гибкость в

выборе оптимальной длины. В немецкоязычных текстах наблюдается склонность к использованию более длинных заголовков: доля заголовков, состоящих из 6 (21.5%) и 7 (19%) слов, является достаточно высокой. Это может быть обусловлено морфологическими особенностями немецкого языка, требующими использования большего количества слов для выражения определенной мысли.

3. Лексический состав заголовков в немецко-, русско- и англоязычных текстах демонстрирует ряд отличительных особенностей. Наиболее распространенной категорией во всех трех языковых группах являются географические названия, определяющие национальную территорию или принадлежность. В англоязычных заголовках данная категория составляет 63%, что превышает аналогичные показатели для немецко- (55.5%) и русскоязычных (53%) заголовков. Превалирование географических названий может свидетельствовать о стремлении к локализации информации и усилению ее привязанности к конкретной территориальной единице, что является важным аспектом в привлечении внимания читательской аудитории.

Имена собственные, обозначающие актеров или героев художественных произведений, философов, политиков и т.д., занимают второе место по частотности их использования в заголовках. В англоязычных заголовках доля этой категории также выше (26%) по сравнению с немецко- (21.5%) и русскоязычными (19.5%). Это может указывать на большую ориентацию англоязычных изданий на персонализацию контента и акцентирование внимания на известных личностях.

Слова, относящиеся к сфере культуры и искусства, представлены наименее широко во всех анализируемых языковых группах: 7% в немецком, 4.5% в русском и 5.5% в английском. Использование цитат демонстрирует умеренные показатели: 12% в немецком, 16% в русском и 14.5% в английском. При этом в русскоязычных заголовках наблюдается несколько более частое использование цитирования, что может быть обусловлено традициями оформления заголовков в данном языке.

4. Одной из ключевых прагматических функций заголовка является **функция привлечения внимания**. Заголовок должен заинтересовать читателя, стимулировать его к дальнейшему ознакомлению с текстом. Эта функция реализуется посредством использования различных стилистических приемов.

Анализ стилистических особенностей проводился по четырем категориям: “Игры слов (каламбур)”, “Использование прецедентных текстов”, “Клише” и “Игры с графикой”.

Наименьшее распространение во всех трех языковых группах получили “Игры с графикой” – данная категория не была выявлена ни в одном из анализируемых заголовков, что может свидетельствовать об относительно редком использовании визуальных элементов в оформлении заголовков.

“Игры слов (каламбур)” демонстрируют незначительную частоту встречаемости, варьирующуюся от 2% в русскоязычных до 4% в

англоязычных заголовках. В немецкоязычных заголовках доля каламбуров составляет 3%.

Использование прецедентных текстов (т.е. цитат, аллюзий на известные произведения и т.д.) также не является распространенным стилистическим приемом в анализируемых заголовках. Наиболее часто данная категория встречается в русскоязычных заголовках (2.5%), несколько реже – в немецкоязычных (2%) и наименее часто – в англоязычных (1%).

Категория “Клише” оказалась наиболее представленной по сравнению с другими категориями. В русскоязычных заголовках доля клише составляет 11%, что превышает показатели для немецко- (8.5%) и англоязычных (6.5%) заголовков. Это может указывать на большую склонность русскоязычных изданий к использованию общепринятых, узнаваемых формулировок, что позволяет быстро и эффективно донести информацию до читателя.

Русскоязычные заголовки, по сравнению с немецко- и англоязычными, характеризуются более частым использованием клише, что может отражать специфику российской редакционной практики. В англоязычных заголовках отмечается несколько более частое использование игр слов (каламбуров), что может быть связано с особенностями англосаксонской культуры и юмора.

Список использованной литературы

1. *Кузнецов, С. А.* Большой толковый словарь русского языка. / С. А. Кузнецов – 1-е изд. Спб.: Норит.,1998 – 317 с.

2. *Лазарева, Э. А.* Заголовок в газете. / Э.А. Лазарева – Изд-во Урал. ун-та, 1989 – 96 с.

Кравцова М. Ю.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Способы перевода реалий в романах Джорджа Р. Р. Мартина

В данной работе исследуются специфика реалий как жанрообразующего средства в текстах фэнтези, а также особенности их перевода с английского языка на русский язык.

Под реалиями понимаются слова или словосочетания, называющие объекты, характерные для жизни одного народа и чуждые другому. Реалии являются неотъемлемой частью образной системы жанра фэнтези. Наряду с другими художественными средствами, они способствуют созданию иррационального мистического мира, наполненного вымышленными героями, предметами и явлениями, существование которых нельзя объяснить логически. При передаче реалий переводчик сталкивается с большими трудностями, в частности с отсутствием в языке перевода эквивалента (аналога) из-за отсутствия у носителей этого языка обозначаемого реалией объекта и необходимостью, наряду с предметным значением реалии, передать ее национальную и историческую окраску (Влахов, Флорин, 1980: 89).

Актуальность исследования обусловлена необходимостью изучения и описания эффективных способов перевода художественных реалий с

английского языка на русский язык для обеспечения адекватности восприятия текста.

Материалом исследования послужили 230 реалий, отобранных путем сплошной выборки из романов Джорджа Р. Р. Мартина «Игра престолов» и «Битва королей», и их русские эквиваленты, отобранные из переводов, выполненных Ю. Соколовым и Н. Виленской соответственно.

Цель исследования – изучить основные способы сохранения прагматического и стилистического потенциала реалий при переводе романов Джорджа Р. Р. Мартина с английского языка на русский язык.

При анализе способов передачи реалий за основу была взята концепция переводческих трансформаций В.Н. Комиссарова. В результате исследования установлено, что при переводе реалий в романах Джорджа Р. Р. Мартина переводчиками чаще всего используются следующие способы: калькирование, подбор семантического эквивалента, транслитерация, транскрибирование, подбор функционального аналога, создание семантического неологизма.

1. Калькирование – дословный перевод слова или фразы, при котором каждая часть оригинала переводится отдельно, а затем объединяется в новое слово или выражение (Комиссаров, 2002: 78). Установлено, что к данному способу передачи реалий переводчики прибегали чаще всего (138 ЛЕ (60,9%)):

(1) *Lord Eddard Stark, I would name you the Hand of the King* ‘Лорд Эддард Старк, я собираюсь назвать тебя десницей короля’. Например, реалия *The Hand of the King* передана на русский язык как ‘десница короля’. Переводчик применил способ калькирования с адаптацией, так как *в русском языке десница – архаизм, стилистически маркированное слово, которое как нельзя лучше укладывается в средневековый контекст романа.*

(2) The kingsroad was just beyond the sprawl of castle and town ‘Королевский тракт проходил вблизи замка и города’. *При переводе реалии* **kingsroad ‘королевский тракт’** переводчик использовал **кальку с адаптацией и заменил современное слово ‘дорога’ на историзм ‘тракт’.**

Несмотря на то, что стилистическая адаптация реалий позволяет лучше передать идиостиль писателя, переводчик большинство реалий переводит калькированием: Iron Islands ‘Железные острова’; *Oathkeeper* ‘Хранитель Клятв’; *Old gods* ‘Старые боги’; *The Narrow Sea* ‘Узкое море’; *Summer Isles* ‘Летние острова’ и др.

2. Подбор семантического эквивалента – способ перевода, при котором переводчик подбирает в языке перевода слово или выражение, максимально точно передающее значение слова или фразы из языка оригинала (Комиссаров, 2002: 42). Данный способ используется, когда в языке перевода существует прямое соответствие (эквивалент) для слова или выражения из исходного языка (34 ЛЕ (14,8%)). Несмотря на то, что подбор семантического эквивалента кажется обоснованным, так как выбранные реалии с точки зрения заложенного в них сигнификативного компонента являются понятными для читателей, в мире Мартина, они требуют дополнительных разъяснений для понимания читателем:

(3) *There is great honor in service on the Wall, my lord* ‘Служить на Стене – великая честь, милорд’. Для читателя, только что познакомившегося с романом, значение Стены может быть неочевидным, так как это не просто физический объект, а важный элемент мира, имеющий глубокое символическое и сюжетное значение. Вне контекста сложно понять, почему служба на Стене считается почетной. В таких случаях для адекватного восприятия читателем переведенной фразы рекомендуется вводить дополнительное объяснение в самом тексте либо в сносках к нему.

3. Транслитерация – **точная передача знаков одной письменности знаками другой письменности** (19 ЛЕ (8,4%)) (Комиссаров, 2002: 165). Данный способ, как и транскрибирование, традиционно применяется для передачи онимов, так как позволяет сохранить их уникальность. Например:

(4) *Jaime and I were riding back from Lannisport …* ‘Мы с Джейме возвращались из Ланниспорта …’.

Однако в примере (5) при передаче реалии транслитерацией теряется **семантический компонент**, заложенный в оригинальном названии:

(5) *You must have wondered why I finally came north to Winterfell, after so long* ‘Ты, конечно, не догадываешься о причине моего визита в Винтерфелл после столь долгого перерыва?’.

4. Транскрибирование – способ перевода, при котором слово или выражение из одного языка передается на другой язык с максимально точным воспроизведением его **звучания** (18 ЛЕ (7,8%)) (Комиссаров, 2002: 168): *Myr* ‘Мир’; *Meereen* ‘Миэрин’; *Qarth* ‘Кварт’; *Dorne* ‘Дорн’; *Lhazarene* ‘Лазаряне’; *Qartheen* ‘Квартхенцы’; *Valyrians* ‘Валирийцы’; *Pyke* ‘Пайк’; *Riverrun* ‘Ривeрран’ и др.

5. Функциональный аналог (15 ЛЕ (6,5%)) – перевод высказывания с полным преобразованием его поверхностной структуры, но с сохранением смыслового инварианта. При переводе фэнтези, такой прием считается одним из наиболее удачных, поскольку он, с одной стороны, позволяет сохранить стиль произведения, с другой – сделать его понятным для русскоязычного читателя, т.е. вызывает у читателя перевода и у читателя оригинала схожие ассоциации (Комиссаров, 2002: 74):

(6) *I want you down in King’s Landing, not up here at the end of the world where you are no damned use to anybody* ‘Я хочу, чтобы ты вновь находился возле меня. Ты мне нужен в Королевской Гавани, а не здесь, на краю мира, где ты ничего не можешь сделать’. Так как город *King’s Landing* расположен на побережье, переводчик прибег к использованию слова «гавань», что передаёт **его функцию как столицы и морского порта.**

6. Создание семантического неологизма – создание слова или выражения, позволяющего понять смысл передаваемой реалии (3 ЛЕ (1,2%)). Например, лексемы: *weirwood* ‘чардрево’; **greenseers ‘древовидцы’**; *godswood* ‘богороща’ передаются на русский язык сложными словами, компоненты которых имеют прозрачную семантику, указывая на магическую природу данных деревьев, пророческие способности субъектов, сакральность места и др.

7. К экспликации или описательному переводу переводчик прибегает достаточно редко (2 ЛЕ (0,8%)). Такой способ перевода не всегда является удачным, так как читатель может не понять весь смысл, заложенный в реалии: (7) *We have Others in the woods and unquiet dead stalking our halls, and a boy sits the Iron Throne* 'По лесу бродят Белые Ходоки, мертвяки врываются в наши покои, а тут еще мальчишка уселся на Железный трон'. Переводчик прибегает к нескольким вариантам передачи данной реалии*:* с помощью калькирования в своем прямом значении «Иные» и «Белые ходоки». Комбинирование данных способов представляется удачным, так как первый вариант позволяет передать таинственность «Иных», их отличие от остальных героев романа, второй – формирует у читателя более четкое ассоциативное представление об Иных.

8. Полукалька (1 ЛЕ (0,4%)). Данный способ перевода является наименее распространенным: *dornishmen* 'дорнийцы'. В основе реалии лежит название региона *Dorne* 'Дорн'**.** Суффикс *-ish* указывает на **принадлежность к месту.** В русском языке «дорний-» – это **морфологически адаптированное образование от слова Дорн** (транскрибированного названия). В английском языке *-men* в данном контексте означает 'народ, жители'. В русском языке аналогичный суффикс **-ц-** передает принадлежность к этносу или народности.

Таким образом, наиболее продуктивным способом перевода реалий в романах Дж. Р. Р. Мартина на русский язык является калькирование, менее частотными – подбор семантического эквивалента, транскрибирование, транслитерация, подбор функционального аналога. Реже всего используются такие способы, как создание семантического неологизма, экспликация, полукальки. Полученные результаты позволяют утверждать, что данные способы перевода реалий играю важную роль в достижении эквивалентности, адекватности перевода и сохранении стилистических особенностей фэнтези.

Список литературы

1. *Влахов, С.* Непереводимое в переводе / Сергей Влахов, Сидер Флорин. – Изд. 3-е, испр. и доп. – М. : Р. Валент, 2006. – 447 с.

2. *Комиссаров, В. Н.* Лингвистическое переводоведение в России: учеб. пособие / В. Н. Комиссаров. – М. : ЭТС, 2002. – 184 с.

Крючкова В. Ю., Сысоева Е. С.

ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности передачи имен собственных при переводе с английского языка на русский (на материале романа Джорджа Р. Р. Мартина «Игра престолов»)

В данной работе рассматриваются способы передачи имен собственных при переводе романа жанра фэнтэзи Джорджа Р. Р. Мартина «Игра престолов» с английского языка на русский, а также их влияние на художественное пространство текста. Работа с именами собственными при переводе требует особого внимания, так как погрешности могут привести к неточностям и

дезинформации. Имена собственные рассматриваются в работе как языковые единицы, отражающие этноспецифические особенности англоязычного общества. Важно учитывать функционально-стилистическую специфику этих языковых единиц, так как они зачастую являются стилеобразующими элементами художественного произведения и играют значительную роль в экспликации авторского замысла (Сысоева, 2016, Ибрагимова, 2009). Таким образом, перед переводчиком стоят задачи отражения культурной и национальной специфики имен собственных в художественных текстах.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью проведения глубокого всестороннего анализа влияния имен собственных на формирование художественного пространства текста, а также их значимости в процессе перевода художественной литературы. Проприальные единицы не только служат ключевыми элементами для создания атмосферы и характеров в произведениях, но и становятся важными инструментами экспликации авторского замысла. Кроме того, понимание и правильная интерпретация имен собственных в контексте перевода имеют решающее значение для сохранения смысловой нагрузки и эстетических ценностей оригинального текста.

Объектом исследования в данной работе являются имена собственные, составляющие ономастическое пространство романа жанра фэнтэзи Джорджа Р. Р. Мартина «Игра престолов».

Предмет исследования – особенности передачи имен собственных при переводе анализируемого романа с английского языка на русский язык.

Цель настоящего исследования заключается в определении и описании особенностей передачи имен собственных при переводе романа жанра фэнтэзи с английского языка на русский.

В языке имена собственные играют важную роль, так как они позволяют выделять уникальные элементы из широкой категории и придавать им особый смысл (Плешков, 2017).

Имя собственное определяется как «лексическая единица, обозначающая уникальный объект и выступающая в роли его номинатива» (Плотникова, 2009).

В настоящей работе под жанром фэнтези понимается приключенческая проза с условно-средневековыми декорациями, в которых разворачивается сюжет (Ермолович, 2001). Произведения этого жанра обладают уникальными характеристиками, которые позволяют создавать богатые и разнообразные миры, наполненные вымышленными существами, магией и мифологией. Одним из ключевых элементов, формирующих эти миры, являются имена собственные. Они не только служат средствами идентификации персонажей, мест и артефактов, но и помогают создать атмосферу и передают культурные элементы и истории вымышленной вселенной.

Имя собственное в жанре фэнтези – это не просто набор звуков, а сложный культурный и символический элемент, который играет важную роль в формировании восприятия персонажей и мира в целом (Жеребило, 2010).

Одной из основных трудностей перевода имен собственных является необходимость сохранить не только звучание, но и семантическое значение. Как отмечает А. В. Плотникова, «имя, особенно в литературе жанра фэнтези, часто является не просто обозначением, а значительно более сложной константой, объединяющей в себе историю, характеристики и судьбу персонажа» (Плотникова, 2010). Например, в романе Джорджа Р. Р. Мартина «Игра престолов» имя *Petyr Baelish* может показаться простым на первый взгляд, однако его перевод требует понимания роли персонажа в экспликации общего авторского замысла в произведении. В русскоязычном издании его имя звучит как ‘Петир Бейлиш’, что позволяет сохранить атмосферу оригинала, однако не передает дополнительных созначений, которые несут в себе отдельные компоненты его имени в оригинале. В английском языке имя *Petyr* не является типичным, что может указывать на особую индивидуальность или происхождение персонажа. Интерес представляет также внутренняя форма фамилии *Baelish*. В оригинале данная проприальная единица может вызвать ассоциации с лексемами англ. *bail* – рус. ‘спасение, освобождение’, англ. *bale* – ‘несчастье, бедствие’ или даже англ. *lish* – ‘энергичный, быстрый’. Эти язковые параллели могут играть роль в восприятии образа персонажа, его психологического портрета. При переводе на русский язык эти дополнительные значения могут быть утрачены. Имя ‘Петир’ и фамилия ‘Бейлиш’ сохраняют основное звучание, но теряют культурные и семантические коннотации, присутствующие в оригинале. Это усложняет задачу переводчика, который должен не только сохранить звучание имени, но и постараться передать все его скрытые смыслы и ассоциации.

Особую трудность при переводе вызывает вид неологизмов, который принято называть окказионализмами, «авторскими, индивидуально-стилистическими неологизмами, которые создаются для придания образности художественному тексту» (Скляревская, 2001). Окказионализмы, соответственно, могут быть понятны только в рамках определенного контекста. Именно этот факт вызывает сложность их перевода. Примером в данном случае может послужить имя собственное *Direwolves*, которое в русском переводе звучит как ‘Лютоволки’. Этот антропоним был создан автором и отсутствует в обычной антропонимической системе английского языка. Имя *Direwolves* несет в себе значительное символическое значение, отражающее дикость, силу и опасность этих мифических существ. В русском переводе использован метод калькирования, который позволяет сохранить смысловую нагрузку и атмосферу оригинала. Трудность перевода заключается в том, чтобы передать не только значение и характеристику этих существ, но и сохранить эмоциональный и культурный контекст, который вложил автор. Еще одним примером может служить имя собственное *Wildlings*, которое в русском переводе звучит как ‘Одичалые’. Имя *Wildlings* отражает дикость, необузданность и независимость этих людей.

Таким образом, процесс передачи имен собственных в жанре фэнтези требует от переводчика глубокого всестороннего анализа культурного и мифологического контекста. Этот многогранный процесс делает перевод

произведений жанра фэнтези сложным, но в то же время захватывающим вызовом, процессом, требующим от переводчика высочайшего уровня мастерства и креативности. Переводчик должен учитывать этноспецифические особенности, исторические отсылки и авторские интенции, что делает его работу одновременно ответственной и увлекательной. Этот процесс также требует художественной гибкости, чтобы сохранить атмосферу оригинального произведения и сделать его доступным для новой аудитории. Каждый успешный перевод в жанре фэнтези является результатом сочетания глубоких знаний, художественного чутья и творческой интуиции переводчика.

Список использованной литературы

1. *Ермолович, Д. И.* Имена собственные на стыке языков и культур. / Д. И. Ермолович // 5-е изд. – М.: Р.Валент, 2001. – 133 с.
2. *Ибрагимова, С. К.* Языковые средства выражения индивидуально-авторской художественной системы: специальность 10.02.01 «Русский язык»: автореферат на соискание кандидата филологических наук. / С. К. Ибрагимова // М.: Москва, 2009. – 222 с.
3. *Плешков, Е. С.* Значение имени собственного как лингвистическая проблема / Е. С. Плешков // URL: https://cyberleninka.ru/article/n/znachenie-imeni-sobstvennogo-kak-lingvisticheskaya-problema (дата обращения: 18.02.2025).
4. *Плотникова, А. В.* Принципы и способы атрибуции имен собственных в произведениях жанра «фэнтези»: специальность 10.02.19 «Теория языка»: автореферат на соискание доктора филологических наук. / А. В. Плотникова // М.: Москва, 2010. – 193 с.
5. *Сысоева, Е.С.* Оценочные антропонимы в английском языке и культуре. / Е. С. Сысоева // Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. – 206 с.
6. Словарь лингвистических терминов / под ред. Т. В. Жеребило. – Н.: Пилигрим, 2010. – 609 с.
7. Толковый словарь современного русского языка: языковые изменения конца XX столетия / ред. Г.Н. Скляревская. – Астрель, 2001. – 894 с.

Кулак В. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантические особенности имен собственных в произведениях Дж. Р. Р. Толкина и способы их перевода на русский язык

Данная работа посвящена анализу семантических особенностей имен собственных в произведениях Дж. Р. Р. Толкина и способов их передачи средствами русского языка.

Под именем собственным, или онимом, понимаются имена, которые используются для обозначения индивидуальных, уникальных объектов реального мира – конкретных лиц, мест, времен и т.п. (Щерба 2004: 45). В

произведениях Толкина имена собственные позволяют автору создать уникальный мир фэнтези, выступая ценным художественно-изобразительным средством.

Актуальность исследования обусловлена повышенным интересом ученых к исследованию семантических особенностей онимов в различных жанрах художественной литературы, а также к особенностям перевода данных языковых единиц в произведениях, относящихся к жанру фэнтези.

Материалом исследования послужили 244 онима, отобранных путем сплошной выборки из романа Дж. Р. Р. Толкина «Сильмариллион» и их русские эквиваленты, отобранные из перевода, выполненного А. Грузбергом.

Цель исследования – изучить семантические особенности онимов в романе Дж. Р. Р. Толкина «Сильмариллион» и определить наиболее эффективные способы их перевода на русский язык.

В результате анализа установлено, что ономастикон произведений Дж. Р. Р. Толкина сформировался под влиянием мифопоэтических традиций, подтверждением чего являются следующие особенности:

1) аксиологический характер онимов, семантика которых формируется вокруг традиционных универсальных оппозиций: «опасный/безопасный», «свой/чужой». Напр., *Darkness* ‘Тьма’ (обозначает силы Темного Властелина, а также территорию, где распространяется его власть); *Outside* ‘Ничто’ (обозначает место, откуда пришел Темный Властелин); *Mordor* ‘Мордор’ (обозначает обобщенную «чужую» территорию, которая воспринимается как угроза и источник зла); *The Waste* ‘Пустошь’ (обозначает неизведанные, опасные земли, которые противостоят освоенному миру. Позже эти территории дифференцируются: например, пустоши к северу от Средиземья, где обитают злые существа, или пустынные регионы– такие, как Дагорлад); *The Shadow* ‘Мгла’ (используется для обозначения как абстрактной силы зла, так и конкретных ее проявлений – таких, как, например, Тень Саурона, которая распространяется на земли Средиземья).

Дихотомическая традиция особенно ярко прослеживается в именах собственных, содержащих названия цветов: белый цвет у Толкина символизирует все светлое, положительное, черный – темное, отрицательное: *the Black Hand* ‘Черная Рука’ – рука Саурона, *the Black Gate* ‘Черные Ворота’ – ворота в Мордор, *the Black Riders* ‘Черные Всадники’ – слуги Саурона, *the Dark Lord* ‘Темный Властелин’ и др.;

2) табуированность имен собственных, связанных с Темной Силой и со всем, что представляет угрозу или опасность. Например: *Sauron* ‘Саурон’ - *the Nameless Enemy* ‘Неназываемый Враг’; *the Unnamed* ‘Неназываемый’, *Enemy* ‘Враг’; *Mordor* ‘Мордор’ - *the Nameless Land* ‘Неназываемая Земля’, *the Dark Country* ‘Темная Страна’, *the Black Land* ‘Черная Земля’, *the Dark Land* ‘Темная Земля’;

3) плюрализм имен – передает информацию о персонаже, отражая различные аспекты его личности героев, что способствует более глубокому пониманию произведения. Напр., герой *Aragorn* ‘Арагорна’ (‘почитаемый король’) является носителем следующих имен: *Elessar* ‘Элессар’ (‘эльфийский

камень’ – символ надежды), Estel *Эстел* ‘надежда’, *Бродяжник, Thorongil* ‘Торонгил’ ‘орел звезды’), *Strider* ‘Бродяжник’*;* персонажа *Tom Bombadil* ‘Тома Бомбадила’ также называли *Forn* ‘Форн’ ‘древний’, *Iarwain Ben-adar* ‘Йарвайн Бен-адар’ (‘древнейший’ и ‘без отца’);

4) характеризация персонажа (описание с помощью имени внешних характеристик и внутренних качеств героя). Имя оказывает активное воздействие на индивида, формирует его как личность, предопределяет его судьбу. Напр.: *Beren* ‘Берен’ («смелый, отважный»), *Aragorn* ‘Арагорн’ («королевская доблесть»), *Eomer* ‘Эомер’ («лошадь» + «знаменитый»);

5) использование простейших пространственно-временных связей при образовании имен собственных, что отражает характерную черту мифологического мышления – наименование объектов в соответствии с их местоположением. Напр.: *Forlong* ‘Форлонг’ («северная гавань») и *Harlong* ‘Харлонг’ ‘Южная гавань’, *the Tower of the Rising Moon* ‘Башня Восходящей Луны’, *the Tower of the Setting Sun* ‘Башня Заходящего Солнца’;

6) включение в состав наименования индивидуального прозвища или фамилии, а также компонента, указывающего на степень родства, место происхождения или род деятельности: *Bandobras Took (Bullroarer), son of Isengrim the Second* ‘Бандобрас Тук по прозвищу Бычий Рев, сын Исенгрима Второго’; *Eomer, son of Eomund, the Third Marshal of Riddermark* ‘Эомер, сын Эомунда, Третий маршал Риддемарки’ и мн. др.;

7) зооморфизмы и фитоморфизмы – онимы, включающие названия животных или растений. Такие имена сохранились с древних времен и часто встречаются в мифологии разных народов. Особый интерес представляют антропонимы, в состав которых входят названия, относящиеся к флоре и фауне. Ученые связывают их происхождение с эпохой тотемизма, фетишизма и зоолатрии, когда животные и растения играли ключевую роль в мировосприятии и ритуалах древних людей. В произведении «Сильмариллион» носителями таких антропонимов являются хобитты, например: *Peony* ‘пион’, Daisy ‘маргаритка’, *Gilly* (от английского *gillyflower*) ‘левкой седой’, *Brockhouse* (*brock* ‘барсук’), *Brandybuck* (д/англ. *bucc* ‘самец оленя’). Примечательно, что зоонимы в произведении имеют этнокультурную специфику. Так, хоббиты дают своим пони простые, незамысловатые клички: *Stybba* ‘Стибба’, *Bill* ‘Билл’ и др., тогда как рохирримы используют благородные, зачастую поэтические имена с прозрачной семантикой, например, *Snowmane* ‘Снежная грива’.

Имена драконов отражают отношение к ним как к отдельной расе, на что указывает использование в составе онимов титулов, например, *Glaurung – the Golden Father of Dragons* ‘Глаурунг – Золотой Отец Драконов’, *Ancalagon the Black* ‘Анкалагон Черный’.

Среди фитонимов большинство в мире Средиземья составляют названия деревьев. Особое внимание при этом акцентируется на Двух Деревьях Валинора: *Telperion* ‘Тэлперион’ – старшее из Деревьев, называемое также Белым Древом, и *Laurelin* ‘Лаурелин’, Золотое Дерево. Название Тэлперион происходит от *telep*, *telpe* ‘серебро’ на языке телери и имеет синоним-перифраз

– *the Eldest of Trees* ‘Древнейшее Дерево’, а оним Лаурелин происходит от квэнийского *laure* ‘золотой’ и *lin* (корень слова «петь»). Белое Дерево Нуменора имеет еще одно название – *Nimloth* ‘Нимлот’, что в переводе с синдаринского означает «белый» (*nim*) и «цветок» (*loth*).

Онимы в произведениях жанра фэнтези представляют большие трудности для перевода. Относясь к категории вымышленных реалий, данные единицы часто не имеют эквивалентов в языке перевода. При передаче онимов средствами русского языка А. Грузберг стремился максимально сохранить лингвостилистические особенности произведения Дж. Р. Р. Толкина, поэтому чаще всего использовал такие способы перевода, как калькирование, транскрибирование / транслитерация. Наиболее продуктивными способами перевода онимов на русский язык оказались транскрибирование и транслитерация, которые позволили переводчику наиболее точно передать звуковую и графическую форму слова, сохраняя его колорит (109 ЛЕ (45%)): *Bilbo Baggins* ‘Бильбо Бэггинс’, *Longbottom* ‘Лонгботтом’, *Isengrim* ‘Исенгрим’, *Hoarwell* ‘Хорвелл’, *Brandy Hall* ‘Бренди-холл’, *Galadriel* ‘Галадриель’. Второе место по продуктивности занимает калькирование (85 ЛЕ (35%)): *White Downs* ‘Белые холмы’, *East Wall of Rohan* ‘Восточная стена Рохана’, *Snowmane* ‘Белогрив’.

Выводы. В результате анализа установлено, что ономастикон произведения «Сильмариллион» сформировался под влиянием мифопоэтических традиций. Способы именования героев в тексте отражают такие характерные черты мифопоэтики, как метафоризация, замена табуированных имен эвфемизмами, использование сложных многосоставных моделей именования в официальных и торжественных контекстах. Для сохранения стиля текста и аксиологического содержания онимов А. Грузберг использует такие способы перевода, как калькирование, транскрибирование / транслитерация.

Список литературы

1. *Щерба, Л. В.* Языковая и речевая деятельность / Л. В. Щерба. – Москва: Наука, 2004. – 320 с.

Матвиенко В. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Посвящение к роману в стихах А.С. Пушкина «Евгений Онегин» в немецком переводе

Вершинное творение А. С. Пушкина, роман в стихах «Евгений Онегин» (1823–1830) справедливо считается энциклопедией русской жизни. В силу своего художественного своеобразия и особой, изобретенной поэтом стихотворной формы – онегинской строфы – произведение представляет немалые трудности при переводе. Пальму первенства прочно удерживают английские и французские прочтения; немецкие известны намного меньше.

Примечательно, что первый немецкий перевод появился в печати еще при жизни А. С. Пушкина (перевод К.-Фр. фон дер Борга, 1836). Кроме того,

существуют переводы, выполненные немецким прозаиком, переводчиком и поэтом Фр.фон Боденштедтом, А. Зойбертом, д-ром Блюменталем, Алексисом Люпусом, Т. Коммикау, Э. Экхардт-Скальберг, И. фон Гюнтером, М. фон дер Роппом и Ф. Целински, К. Боровски (Eugene Onegin). К современным интерпретациям романа относятся переводы Р.-Д. Кайля (1980), У. Буша (1981), С. Бауманн (2009) В. Э. Приба (2018). Как заметно из перечня и датировки, интерес немецких переводчиков к пушкинскому наследию носит постоянный и системный характер.

Все эти прочтения позволяют проанализировать немецкую рецепцию культового для русской литературы произведения, обозначить разницу переводческих решений и подходов, а также выявить проявления национальной ментальности.

Остановимся подробнее на посвящении, которым открывается роман в стихах. Как отмечает пушкиновед Ю. М. Лотман, оно адресовано литератору и академику, многолетнему издателю и ближайшему другу поэта П. А. Плетневу (1792–1865) (Лотман, 1983). Но если не знать этой подробности, посвящение воспринимается как обращение к читателю – настоящему и будущему, в широком смысле слова.

Это небольшой по объёму фрагмент, состоящий из 17 строк, связанных перекрестной рифмой; размер – четырехстопный ямб, с чередованием женских окончаний в нечетных строках с мужскими окончаниями в четных. Внутри посвящения вместе с тем присутствуют небольшие расхождения в версификации (кое-где использована опоясывающая рифмовка). Размер посвящения, четырехстопный ямб, камертоном настраивает восприятие читателя на онегинскую строфу.

Автор отказывается от честолюбивых намерений покорить высший свет, но обращается к узкому дружескому кругу. Уже в посвящении обозначен универсальный характер пушкинского творения: *«...Прими собранье пестрых глав, / Полусмешных, полупечальных, /Простонародных, идеальных...».*

Проследим, как эта авторская установка реализована в немецком переводе известного ученого-слависта Р.-Д. Кайля (Rolf-Dietrich Keil).

Не мысля гордый свет забавить,	*Nicht, um die Welt zu amüsieren,*
Вниманье дружбы возлюбя,	*Nein, weil mir Freundschaft teuer ward,*
Хотел бы я тебе представить	*Wünscht' ich Dir hier zu präsentieren*
Залог достойнее тебя,	*Ein Pfand von würdigerer Art,*
Достойнее души прекрасной,	*Der schönen Seele wert vor allem,*
Святой исполненной мечты,	*Die heilig träumend sich erfreut*
Поэзии живой и ясной,	*An dichterischen Widerhallen*
Высоких дум и простоты;	*Und hochgesinnter Einfachheit;*
Но так и быть – рукой пристрастной	*Statt dessen muß Dir nun gefallen*
Прими собранье пестрых глав,	*Dieser Kapitel Bunterlei,*
Полусмешных, полупечальных,	*Die, halb zum Lachen, halb zum Weinen,*
Простонародных, идеальных,	*Volkston und Ideal vereinen,*
Небрежный плод моих забав,	*Sorglose Frucht von Spielerei,*
	Schlaflosen Nächten, Inspirierung,

Бессонниц, легких вдохновений,	*Unreifer, welker Jahre Sinn,*
Незрелых и увядших лет,	*Verstandes kalter Registrierung*
Ума холодных наблюдений	*Und Herzens schmerzlichem Gewinn.*
И сердца горестных замет.	*(A. Puschkin, 1980)*
(Пушкин, 1958)	

Прежде всего отметим бережность и точность, с какой переводчик воссоздает версификационные особенности оригинала: систему рифмовки, стихотворный размер, чередование мужских и женских клаузул.

Помимо технической точности, перевод Р.-Д. Кайля отличает неукоснительная верность оригиналу. Технически это легко удостоверить обратным переводом на русский язык. Р.-Д. Кайль идет след в след за пушкинским текстом, что особенно заметно при сопоставлении его прочтения с остальными, более ранними переводами. Р.-Д. Кайлю удалось передать это ощущение тематического и интонационного многообразия оригинала: *«собранье пестрых глав» – «Dieser Kapitel Bunterlei», «полусмешных, полупечальных» - «Die, halb zum Lachen, halb zum Weinen», «простонародных идеальных» – «Volkston und Ideal vereinen», «незрелых и увядших лет» – «Unreifer, welker Jahre Sinn», «ума холодных наблюдений» – «Verstandes kalter Registrierung», «и сердца горестных замет» – «Und Herzens schmerzlichem Gewinn».* В немецком обороте *«Unreifer, welker Jahre Sinn»* понятия юности и старости не разделены, они как будто сливаются в целое. Таким образом, ради сохранения исходной ритмики подчас приносится в жертву смысл.

С первой строки переводчик задает высокий тон повествования, используя иностранные заимствования: слова романского (латинского) происхождения: *amüsieren, präsentieren, Inspirierung, Registrierung.* Они тем более значимы, что являются опорами для рифм и на них ложится эмфаза (смысловое ударение). И это при том, что в пушкинском оригинале таких явных книжных заимствований почти нет (кроме *идеальных*). В посвящении эффект возвышенного, книжного стиля создается скорее за счет архаизированной лексики: *не мысля* вместо *не думая*, *забавить* вместо *развлечь*, *возлюбя (полюбя), дум (мыслей), замет (записей, наблюдений).* Вероятно, такое переводческое решение продиктовано профессией Р. Д. Кайля – ученого-гуманитария. О склонности к «гелертерскому» слогу, т.е. стилю наукообразному, затрудняющему восприятие (Ушаков), говорит конструкция с составным словом *hochgesinnter Einfachheit* – дословно *высокодуховная, возвышенная простота* (вместо пары однородных дополнений у А. С. Пушкина: *«высоких дум и простоты»*).

По сравнению с первоисточником усложнен и немецкий синтаксис: у Р. Д. Кайля *«прекрасная душа, мечтая/грезя в святости, радуется поэтическим откликам и возвышенной простоте» («Die heilig träumend sich erfreut /An dichterischen Widerhallen /Und hochgesinnter Einfachheit»).* Оригинальная разговорная фраза-восклицание *«Но так и быть»* заменена союзом *statt dessen,* что также несколько утяжеляет перевод, придает ему сходство с трактатом. Вместо взволнованного пушкинского приглашения

«рукой пристрастной прими» – более сдержанное и традиционное *«тебе должно понравиться» («Statt dessen muß Dir nun gefallen)*.

Примечательно, что некоторые слова посвящения в переводе, при всей его точности, опущены. Это прилагательные-характеристики: *(поэзии) живой и ясной, легких (вдохновений).* Соответственно, ясность, живость, легкость – присущие пушкинскому слогу черты, которые унаследованы русским поэтом из французской литературной традиции, но в целом менее близкие немецкой словесности. Так проступает в современном профессионально выполненном переводе «Евгения Онегина» немецкая ментальность, с ее склонностью к ученому (гелертерскому) слогу, умозрительностью, фундаментальностью штудий.

Список литературы

1. *Лотман, Ю. М.* Роман А. С. Пушкина «Евгений Онегин». Комментарий: Пособие для учителя / Ю. М. Лотман. – Л.: Просвещение, 1983. – 416 с.

2. *Пушкин, А. С.* Сочинения в трех томах. Том 3 / А.С. Пушкин. – М.: ГИХЛ, 1958. – С. 7–182.

3. *Тиме, Г. А., Данилевский, Р. Ю.* Новый перевод «Евгения Онегина» на немецкий язык / Г. А. Тиме, Р. Ю. Данилевский. Временник Пушкинской комиссии. Языкознание и литературоведение. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/novyy-perevod-evgeniya-onegina-na-nemetskiy-yazyk?ysclid=m7d5ogivxc184537496/ (дата обращения: 19.02.2025).

4. *Ушаков, Д. Н.* Толковый словарь / Д. Н. Ушаков. – URL: ГЕЛЕРТЕРСКИЙ Словарь Ушакова (дата обращения: 19.02.2025).

5. Onegin Eugene. Translations into Other languages. – URL: Евгений Онегин – Википедия (дата обращения: 19.02.2025).

6. *Puschkin, Alexander.* Jewgenij Onegin: Roman in Versen / A. Puschkin. Deutsche Fassung und Kommentar von Rolf-Dietrich Keil. – Giessen. – 1980. – URL: https://pushkindeutsch.blogspot.com/2011/11/alexander-puschkin-jewgeni-onegin-roman.html/ (дата обращения: 19.02.2025).

Матюрина А. И., Сысоева Е. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Роль интралингвистических и экстралингвистических особенностей при переводе английских фильмонимов на русский язык

Перевод кинопроизведений, особенно названий фильмов – сложная и многогранная задача, требующая от переводчика не только лингвистической компетенции, но и творческого подхода, учитывающего культурные особенности целевой аудитории. Неудачный перевод названия может испортить весь образ фильма в глазах российского зрителя, повлиять на его восприятие и даже на выбор фильма к просмотру.

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью изучения продуктивных способов перевода названий англоязычных

кинофильмов на русский язык, рассматриваемых как ценностные маркеры с национально-культурной спецификой.

В качестве объекта исследования выступают названия англоязычных фильмов и их официальные русскоязычные эквиваленты. Предметом исследования являются продуктивные способы перевода названий англоязычных фильмов на русский язык.

Цель исследования – выявление и анализ продуктивных способов перевода названий англоязычных кинофильмов на русский язык, а также определение факторов, влияющих на выбор того или иного способа перевода.

Материалом исследования послужили 150 названий кинофильмов, вышедших в прокат с 2001 по 2022 год (75 англоязычных фильмонимов и 75 их русскоязычных эквивалентов), отобранных методом сплошной выборки из Интернет-ресурса КиноПоиск.

Перевод названий фильмов – это специфическая область переводческой деятельности, требующая от переводчика не только лингвистических знаний, но и креативности, культурной осведомленности и понимания маркетинговых стратегий. Название фильма – это его визитная карточка, определяющая первое впечатление зрителя и во многом влияющая на его решение о просмотре. Перевод названий англоязычных фильмов на русский язык имеет ряд особенностей, обусловленных различиями в языковых системах, культурных контекстах и маркетинговых целях.

Фильмы обладают огромной силой воздействия, являясь эффективным средством передачи ценностей, идей и информации о мире через многосемиотическую среду изображения, диалога и музыки. В современном мире, когда границы между культурами становятся все более размытыми, перевод кинофильмов приобретает особую значимость. Именно перевод, учитывающий исторические и культурные особенности целевой аудитории, определяет восприятие фильма и его успешность, следовательно, заголовок должен точно передавать смысл, быть ясным и простым.

Заголовок призван выполнять следующие функции: сигнальную (привлекать внимание), информативную (давать представление о смысловом содержании), содержательную (представлять собой основную тему или идею фильма) и тематизирующую (выступать в качестве главного действующего лица или группы лиц; в качестве события, являющегося временным или пространственным центром) (Кулинич, М. А., 2005).

Помимо этого, заголовок способен настроить аудиторию на особое эмоциональное состояние.

В силу этих причин, дословный перевод названий кинофильмов не всегда уместен и приемлем, что обусловливает применение различных способов трансформации фильмонима для иноязычной аудитории. Эти способы помогают учитывать интралингвистические и экстралингвистические особенности и преодолевать трудности, возникающие при переводе названий кинофильмов.

1. Рассмотрим некоторые интралингвистические особенности фильмонимов и переводческие трансформации, позволяющие выполнить адекватный перевод.

1.1 Английский язык обладает более аналитическим строем, чем русский, который является флективным. В английском важен порядок слов и служебные слова, в русском – падежные окончания и согласование. Это требует изменений порядка слов при переводе для сохранения смысла и естественности. Например, *прямой перевод The Fault in Our Stars (дословно: 'вина в наших звездах') уступает адаптированному и более эмоциональному варианту: «Виноваты звезды», где перестановка слов и использование краткой формы прилагательного создают более сильное впечатление.*

1. 2 Некоторые английские слова и выражения могут не иметь точного эквивалента в русском языке, или их буквальный перевод может звучать неестественно или не передавать нужный смысл. В таких случаях переводчику приходится искать подходящие аналоги, использовать описательные конструкции или прибегать к транслитерации или транскрипции. Например, буквальный перевод названия *Sing Street* (*дословно:* 'поющая улица') не имеет смысла, поэтому используется транслитерация *«Синг Стрит»*, либо предлагается адаптивный вариант *«Рок-н-рольщики»*, отражающий музыкальную тематику фильма (Виноградов, 2001).

1.3 Английские названия фильмов часто содержат идиомы и фразеологизмы, которые трудно или невозможно перевести дословно на русский язык. В таких случаях переводчику необходимо найти эквивалентную идиому или фразеологизм в русском языке, или использовать описательный перевод, передающий значение исходного выражения. Так, у идиомы в названии фильма *About Time* (дословно: '**наконец-то', 'пора бы'**) прямого русского аналога нет, поэтому было решено использовать описательный эквивалент, отражающий суть сюжета: *«Бойфренд из будущего»*.

1.4 Как правило, английские проще по морфологической структуре, чем русские. Это необходимо учитывать при переводе, чтобы название фильма не получилось слишком длинным и громоздким для восприятия. Длинные названия труднее запоминаются и хуже смотрятся на афишах и рекламных материалах. Таким образом, известная франшиза *The Fast and the Furious получила емкое название «Форсаж», а трилогия The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring – «Властелин колец: Братство кольца»* (Виноградов, 2001).

2. Наиболее выразительными экстралингвистическими чертами фильмонимов, представляются культурные и маркетинговые. Среди культурных особенностей названий кинофильмов выделим следующие.

2.1 Одни и те же слова и выражения могут вызывать разные ассоциации и коннотации в английской и русской культурах. Переводчику необходимо учитывать эти различия, чтобы избежать нежелательных или неверных интерпретаций.

2.2 В некоторых случаях название фильма может содержать культурные отсылки, понятные только англоязычной аудитории. Переводчику

необходимо адаптировать эти отсылки к русскому культурному контексту, чтобы название было понятным и интересным для русскоязычных зрителей. Ярким примером служит фильмоним *Eternal Sunshine of the Spotless Mind*, получивший в русском переводе название *«Вечное сияние чистого разума»*, которое является цитатой из знаменитого стихотворения Александра Поупа *Eloisa to Abelard («Письмо Элоизы к Абеляру»*).

2.3 Переводчик должен учитывать возраст, интересы и культурный уровень целевой аудитории, чтобы название фильма было привлекательным и соответствовало ее ожиданиям.

3. К маркетинговым особенностям названий кинофильмов отнесем следующие.

3.1 Название фильма должно быть привлекательным, запоминающимся и легко произносимым на русском языке. Оно должно вызывать интерес у потенциальных зрителей и побуждать их к просмотру фильма.

3.2 Название фильма должно соответствовать его жанру и содержанию, чтобы не вводить зрителей в заблуждение.

Наглядным примером является комедия *What Happens in Vegas* адаптированная для российского проката как *«Однажды в Вегасе»*. Хотя оригинальное название связано со знаменитым слоганом города “What happens in Vegas, stays in Vegas” (дословно: ‘что происходит в Вегасе, остается в Вегасе’), русский вариант получился простым, привлекательным и намекающим на веселое приключение, что способствовало успеху и узнаваемости фильма.

Таким образом, ключевыми особенностями, влияющими на перевод названий англоязычных фильмов на русский язык, являются лингвистические, культурные и маркетинговые факторы. Учет этих факторов имеет решающее значение при выборе стратегии перевода, поскольку название фильма играет важную роль в привлечении зрителя. Именно адекватный перевод, учитывающий исторические и культурные особенности целевой аудитории, определяет восприятие фильма и его успешный прокат в другой стране.

Список литературы

1. *Виноградов, В. С.* Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов // М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001, – 224 с.

2. *Кулинич, М. А*. Еще раз о переводе названий // Лингвистические основы межкультурной коммуникации. / М. А. Кулинич // Нижний Новгород, 2005. - С. 112-123.

3. КиноПоиск [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: https://www.kinopoisk.ru/ (дата обращения: 24.02.2025)

Неменущая А. С., Сысоева Е. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвистический статус политического эргонима

Современная политическая коммуникация играет важную роль в функционировании общества, определяя механизмы взаимодействия между различными политическими субъектами. Одним из ключевых инструментов в этой сфере являются политические эргонимы (далее ПЭ), которые не только идентифицируют политические организации и движения, но и формируют их репутацию в общественном сознании.

Актуальность исследования обусловлена значимостью изучения ПЭ в современной лингвистике и межкультурной коммуникации. Политическая номинация играет важную роль в формировании общественного мнения, передаче идеологических установок и создании репутации политических организаций и партий. ПЭ отражают культурно-исторический контекст, языковую специфику и политическую реальность, что делает их изучение важным для более глубокого понимания механизмов политической коммуникации.

Объект исследования – ПЭ, функционирующие в английском и русском языках.

Предмет исследования – семантические, структурные и функциональные особенности ПЭ в сопоставительном аспекте.

Цель исследования – описание структурно-семантических и функциональных особенностей номинации ПЭ в английском и русском языках, а также определение их сходств и различий.

Методы исследования определены целью, задачами и материалом. Сопоставительный метод применялся для выявления сходств и различий между английскими и русскими ПЭ. Метод компонентного анализа позволил установить семантических объем ПЭ, интегральных и дифференциальных признаков их лексического значения. Словообразовательный анализ использовался для выявления способов образования и структурных типов ПЭ. При помощи количественного анализа прослежена частотность употребления различных типов ПЭ.

Одной из важнейших проблем ономастики является изучение механизма номинации и соотношения в имени собственном таких первостепенных для ономасиологии понятий, как «значение», «реалия», «имя» (Чурсина, 2002; Сысоева, 2016). В языковой структуре, где базовым для лексем является понятие значения, имена собственные как единицы ономастического поля, некие репрезентанты действительности, характеризуются особым семантическим наполнением. На речевом уровне онимы приобретают определенные характеристики, которые благодаря устойчивости использования формируют определенную семантическую наполненность имени. Эти характеристики со временем могут сформировать значение проприальной лексики на уровне узуса (Сысоева 2016: 19).

Лингвистический статус ПЭ определяется его принадлежностью к ономастическому пространству. Эргонимы представляют собой собственные имена организаций, движений и учреждений. ПЭ формируют отдельную подкатегорию, охватывая названия политических партий, движений и государственных органов. Они выполняют важные коммуникативные функции: идентифицируют политические субъекты, транслируют идеологию и формируют общественное восприятие (Земская, 2000). Важность изучения ПЭ обусловлена тем, что они являются не просто номинативными единицами, а мощными инструментами политического влияния.

Исследователи отмечают, что ПЭ создаются на основе нескольких мотивационных моделей:

— отражение деятельности (например, «*Партия социалистов*»),
— символическая нагрузка (например, «*Единая Россия*»),
— привлечение внимания (например, «*Яблоко*») (Стернин, 2000).

Подробно рассмотрим каждую из этих моделей, анализируя их проявление в различных языках. Во-первых, это отражение деятельности, когда ПЭ напрямую указывает на основные направления деятельности или идеологию организации. «*Коммунистическая партия Российской Федерации*» (КПРФ) демонстрирует приверженность коммунистической идеологии, а «*Green Party*» в англоязычном мире указывает на то, что деятельность партии связана с экологической повесткой. Хотя подобные названия недвусмысленно заявляют о целях партии, важно помнить, что они могут носить декларативный характер и не всегда полностью соответствовать реальным действиям. Во-вторых, используется символическая нагрузка, когда в наименовании политической партии или организации используются слова или словосочетания с определенной значимостью в культуре. «*Единая Россия*» апеллирует к идее национального единства, а название правой политической партии Великобритании «*Reform UK*» предполагает обновление политической системы. Такие названия создают эмоциональный отклик у избирателей, апеллируя к их ценностям. В-третьих, для привлечения внимания применяются необычные и запоминающиеся названия. «*Яблоко*» выделялось своей простотой и неординарностью, а «*Pirate Party*» (дословно ‘Пиратская партия’, деятельность которой связана с реформой законодательства в области интеллектуальной собственности) привлекала внимание своей провокационностью. Такие названия облегчают запоминание и повышают узнаваемость партии (Будаев, 2006).

Важную роль в номинации ПЭ играет политическая коммуникация, где номинация становится инструментом формирования имиджа и мобилизации сторонников. В политической лексике широко используются метафоры, ассоциативные связи и идеологически нагруженные термины. Например, английские названия «*Liberal Democrats*» и «*Conservative Party*» четко обозначают политические ориентации. «*Liberal Democrats*» используют слово ‘*liberal*’, которое ассоциируется со свободой и прогрессивными идеями, а «*Conservative Party*» апеллирует к традиционным ценностям и стабильности. В русском языке наблюдается тенденция к использованию концептов

«*Родина*», «*Справедливость*» и «*Народ*» (Костомаров, 1994; Ермолович, 2005). Например, название «*Справедливая Россия*» прямо указывает на стремление к социальной справедливости, а «*Народный фронт*», единственная общественная организация в России, лидером которой является глава государства, апеллирует к консолидации общества, народным интересам и поддержке в условиях проведения специальной военной операции.

Таким образом, ПЭ представляют собой значимый элемент политического дискурса, оказывают влияние на формирование общественного мнения и политической идентичности. Исследование ПЭ позволяет глубже понять механизмы политической коммуникации в различных культурных контекстах. Дальнейшее изучение ПЭ в сопоставительном аспекте может пролить свет на особенности формирования политического имиджа и стратегии мобилизации сторонников в различных странах. Необходимо также учитывать, что значение и восприятие ПЭ может меняться со временем в зависимости от политической ситуации и общественного мнения. Это делает изучение ПЭ динамичным и актуальным направлением лингвистических исследований.

Список литературы

1. *Будаев, Э. В., Чудинов, А. П.* Современная политическая лингвистика / Э. В. Будаев, А. П. Чудинов. – Екатеринбург: УрГПУ, 2006. – 252 с.

2. *Ермолович, Д. И.* Имена собственные: теория и практика межъязыковой передачи / Д. И. Ермолович. – Москва: Р. Валент, 2005. – 416 с.

3. *Земская, Е. А.* Активные процессы современного словопроизводства // Русский язык конца XX столетия (1985–1995). / Е. А. Земская. – Москва: Языки русской культуры, 2000. – С. 90–138.

4. *Костомаров, В. Г.* Наш язык в действии: Очерки современной русской стилистики / В. Г. Костомаров. – Москва: Гардарики, 2005. – 287 с.

5. *Костомаров, В. Г.* Языковой вкус эпохи: Из наблюдений над речью средств массовой информации / В. Г. Костомаров. – Москва: Златоуст, 1994. – 320 с.

6. *Стернин, Г. В.* Коммуникативное поведение в русской культуре / Г. В. Стернин. – Москва: Мир и Культура, 2000. – 127 с.

7. *Суперанская, А. В.* Общая теория имени собственного / А. В. Суперанская. – Москва: Наука, 1973. – 366 с.

8. *Сысоева, Е. С.* Оценочные антропонимы в английском языке и культуре / Е. С. Сысоева. – Ростов-на-Дону: Издательство Южного федерального университета, 2016. – 206 с.

9. *Чурсина, И. С.* Развитие антропонимикона английского языка (морфонологический и социокультурный аспекты): дис. … канд. филол. наук: 10.02.04 / Тульский. гос. педагогический университет им. Л. Н. Толстого. – Тула, 2002. – 202 с.

Петрова С. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности перевода гастрономических реалий с немецкого языка на русский

1. Данная работа посвящена изучению особенностей перевода гастрономической лексики с немецкого языка на русский.

Актуальность исследования обусловлена растущим интересом к культурному и языковому взаимодействию, необходимостью понимания специфики перевода терминов, связанных с гастрономической сферой, в контексте расширения культурных связей и увеличения числа международных коммуникаций, подчеркивающих важность глубокого анализа перевода гастрономической лексики для точного и адекватного воспроизведения культурных контекстов и традиций.

Объектом исследования являются гастрономические реалии немецкого языка, представляющие собой уникальные элементы кулинарной культуры, выраженные в лексических единицах.

Предметом исследования выступают методы и приёмы перевода, используемые для передачи этих терминов, и их влияние на восприятие текста.

Цель исследования – выявить ключевые сложности, с которыми сталкиваются переводчики, и определить подходы, обеспечивающие адекватную передачу культурных особенностей.

Материалом исследования послужили 100 гастрономических реалий немецкого языка, полученных путём сплошной выборки из лексикографических источников и различных интернет-изданий.

2. Гастрономические реалии играют важную роль в сохранении культурного наследия, поскольку отражают особенности национальной кухни, связанные с историческими, географическими и социальными аспектами. Эти лексические единицы несут в себе не только информацию о продукте или блюде, но и культурный колорит, который делает их уникальными.

3. Изучив труды выдающегося переводчика и лингвиста В. С. Виноградова, были выделены пять основных видов перевода: транскрипция, описательный, гипо-гиперонимический, калькирование и уподобление (Виноградов 2001: 117–118).

Транскрипция используется для передачи звучания иноязычного слова с минимальными изменениями. Таким способом были переведены 48 гастрономических реалий. Например, такие термины, как *Currywurst* ‘карривурст’, *Rauchbier* ‘раухбир’, *Kaiserschmarrn* ‘кайзершмаррн’, *Rote grütze* ‘роте грютце’ или *Berliner*: ‘берлинер’, сохраняют свое звучание и культурный контекст.

Описательный перевод позволяет раскрыть смысл термина за счет пояснений. Таким способом были переведены 14 реалий, например, *Hackepeter* ‘сырой приправленный специями свиной фарш’, *Eier im Nest* ‘яичница-глазунья, приготовленная на подушке из картофеля и зелени’,

Rohrnudeln: ‘булочка с начинкой, запечённая в сливках’. Такой подход дает читателю возможность представить блюдо, если термин ему незнаком.

Калькирование – передача иноязычных реалий при помощи замены составных частей – морфем или слов прямыми лексическими соответствиями (Слипченко, 2020). С помощью такого метода было переведено 53 реалии, например: *Apfelgulasch* ‘яблочный гуляш’, *Rothenburger Schneeballchen* ‘ротенбургские снежки’, *Adventbrot* ‘рождественский хлеб’, *Pfefferminztee*: ‘мятный чай’.

Уподобление адаптирует термин через сравнение с русскими аналогами (Виноградов 2001: 117). Таким способом переведены 22 реалии, например: *Gugelhupf* переводится как ‘пасхальный кекс’, что ассоциируется с кексами, печёными в пасхальные дни в России; *Pfankuchen*: переводится как ‘блин’, уподобляя его популярному блюду в русской кухне; *Lebkuchen*: переводится как ‘пряник’, уподобляя его традиционным пряникам в русской кухне; *Schwarzwälder Kirschtorte*: переводится как ‘шварцвальдский торт’, уподобляя его тортам с вишневой начинкой, которые также популярны в русской кулинарии. Это делает текст более доступным для русскоязычной аудитории.

Гипо-гиперонимический перевод заменяет термин более общим или специфическим понятием (Слипченко, 2020). С помощью такого метода было переведено 10 реалий, например:

Apfelstrudel: это популярное немецкое десертное блюдо, состоящее из тонкого слоя теста, завернутого вместе с начинкой из яблок, изюма и специй. При переводе на русский язык можно использовать более общий термин ‘яблочный пирог’ или сохранить оригинальный – ‘яблочный штрудель’.

Weisswurst: это вид баварской свино-говяжьей колбасы, которая обычно подается вместе с горчицей и хлебом. При переводе на русский язык можно использовать более общий термин ‘колбаса’ или сохранить оригинальный – ‘белая колбаса’.

Schnitzel: это тонко нарезанное кусок мяса обваленное в муке, яйце и сухарях, а затем жареное. Для передачи смысла этого блюда на русский язык можно использовать более общий термин ‘отбивная’ или сохранить оригинальный – ‘шницель’.

4. Главной проблемой перевода реалий с одного языка на другой является именно передача колорита. Для того, чтобы перевести реалию и передать ее семантическое и коннотативное содержание, переводчику следует изучить реалию в подлиннике (Салихова 2023: 91). Переводчик должен учитывать:

• Семантические особенности иноязычного термина, которые могут быть потеряны при адаптации. Например, слово *Hackepeter* означает ‘сырой фарш с приправами’, но передать его культурные ассоциации затруднительно.

• Социокультурный контекст, включая традиции употребления блюда. Например, *Oktoberfest* тесно связан с такими блюдами, как *Schweinshaxe* ‘свиная рулька’ и *Weissbier* ‘пшеничное пиво’, что требует пояснений для читателя.

• Различия в гастрономической практике. Некоторые блюда или ингредиенты могут быть незнакомы русскоязычной аудитории, что затрудняет выбор эквивалентов.

5. На основании проведенного исследования можно сделать следующие выводы. Перевод гастрономической лексики представляет собой сложный и многогранный процесс. Наиболее эффективными методами являются транскрипция и калькирование, которые сохраняют оригинальность термина. Описательный перевод и уподобление также важны, так как помогают адаптировать термин для русскоязычной аудитории.

Переводчик должен стремиться к балансу между аутентичностью и понятностью, чтобы сохранить культурный контекст и сделать текст доступным для целевой аудитории.

Список литературы

1. *Виноградов*, *В. С.* Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – М.: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.

2. *Салихова, А. И.* Теоретические основы исследования передачи гастрономических реалий с одного языка на другой / А. И. Салихова, О. Г. Дудочкина // Международный научный журнал «Инновационная наука». – 2023. – № 5. –1. – С. 91–92.

3. *Слипченко, В. Н.* Способы передачи американских реалий при переводе (на материале произведений Т. Капоте) // В. Н. Слипченко. – URL: https://school-science.ru/9/3/43964 (дата обращения: 04.01.2025).

Погорелов Р. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Бытовые реалии в американском варианте английского языка и особенности их перевода

Данная работа посвящена изучению бытовых реалий в американском варианте английского языка и их перевода на русский язык.

Актуальность исследования обусловлена возрастающим интересом к межкультурной коммуникации и изучению национально-специфической лексики, особенно в художественных текстах, публицистической литературе, кино и повседневной речи. Бытовые реалии, относящиеся к безэквивалентной лексике, представляют собой важный аспект перевода, поскольку они отражают уникальные культурные и социальные явления, характерные для конкретного общества.

Объектом исследования являются бытовые реалии в американском варианте английского языка, предметом – особенности их перевода на русский язык.

Цель исследования – изучить роль бытовых реалий американского английского языка, выявить их основные характеристики и рассмотреть различные методы их перевода на русский язык.

В данном исследовании под реалиями представляют собой лексические единицы, обозначающие уникальные для определённой культуры предметы, явления, исторические факты, государственные институты, имена национальных героев, фольклорных персонажей и мифологических существ. Их основная особенность заключается в отсутствии прямых эквивалентов в других языках, так как они отражают понятия, характерные исключительно для данной культуры.

Вопросом безэквивалентной лексики занимались многие исследователи. Термин «реалия» в современном значении использовал в 1952 году Л. Н. Соболев (Соболев, 1952). Г. В. Чернов также изучал этот феномен, однако предпочитал термин безэквивалентная лексика (Чернов 1958: 9). Подробное изучение реалий проводили А. Е. Супрун, который рассматривал их как разновидность экзотической лексики (Супрун 1958: 52–54), и В. Л. Россельс, выделяющий их основные черты как переводческую категорию (Россельс 2002: 81).

Схожее определение дает В. С. Виноградов, который считает, что реалии охватывают «уникальные исторические и государственные явления национального сообщества, особенности его природно-географической среды, а также традиционные предметы быта, характерные как для прошлого, так и для настоящего. К этой категории относятся и этнографические, фольклорные понятия». По его мнению, реалии следует рассматривать как один из видов безэквивалентной лексики (Виноградов 2001: 37).

Изучение культурно-маркированных единиц играет ключевую роль в художественном переводе, особенно при работе с классической литературой. Реалии, отражающие особенности быта, времени и места действия, помогают глубже понять и передать атмосферу произведения. Они не только уточняют детали повествования, но и способствуют более точному воплощению авторского замысла. Поэтому при переводе важно не просто находить эквиваленты, но и учитывать культурные и исторические контексты, чтобы сохранить художественную ценность текста. У. Чейф по этому поводу утверждает, что невозможно описать язык, не принимая во внимание особенности сознания и мышления его носителей (Chafe 1970: 30). Следовательно, адекватный перевод невозможен без учета языковых и культурных реалий.

Выбор способа перевода бытовых реалий зависит от их специфики, функции в тексте и степени узнаваемости в культуре перевода. Некоторые реалии легко передаются с помощью транслитерации или калькирования, в то время как другие требуют описательного перевода или поиска аналогов. Применяемые способы перевода могут быть разделены на несколько групп:

1. Фонетические методы:

• Транслитерация и транскрипция (например, *hot dog* – хот-дог).

2. Семантические методы:

• Калькирование (например, *skyscraper* – небоскрёб).

• Описательный перевод (например, *coroner* → следователь, ведущий дознание в случае насильственной или внезапной смерти).

• Гипонимический перевод – использование более широкого термина.

3. Культурные адаптации:

• Приближенный перевод (например, *drug store* – драг-стор (аптека-кафе, закусочная и магазин, торгующая лекарствами, косметикой, журналами и различными предметами первой необходимости)).

• Замена реалий – использование схожего понятия в языке перевода.

• Эмфатизация и нейтрализация – добавление или смягчение культурной окраски.

4. Структурные преобразования:

• Трансформационный перевод – выбор эквивалента в зависимости от контекста.

• Опущение реалии, если её значение несущественно для понимания текста.

Наиболее подробную классификацию разновидностей реалий быта предлагает Г. Д. Томахин. Классификация строится на основе критерия разделения по тематическим группам, среди которых можно выделить:

1. Жилище: *town house* – жилой дом в черте города, обычно в два этажа, стены которого вплотную примыкают к таким же домам, образуя непрерывную линию построек; *efficiency* – однокомнатная квартира с плитой и раковиной в жилой комнате.

2. Одежда: *parka* – парка (меховая верхняя одежда на Крайнем Севере); *moccasins* – мокасины (обувь североамериканских индейцев; любая мягкая обувь подобного типа).

3. Пища, напитки: *pie a la mode* – фруктовый пирог с мороженым; *cherry pop* – газированный вишневый напиток.

4. Бытовые заведения: *airwayte* – гостиница для авиапассажиров; *laundromat* – прачечная-автомат (*laundry* + *automat*).

5. Транспорт: *turnstile* – турникет (в метро); *token* – жетон для входа в метро.

6. Связь: *V-mail* – корреспонденция на микропленке, посылаемая военнослужащим; *collect call* – заказ на междугородный телефонный разговор за счет вызываемого лица.

7. Отдых, времяпровождение: *do-it-yourself books* – книги по домоводству; *caddy* – мальчик (слуга), подносящий клюшки и мячи во время игры в гольф.

8. Обычаи и традиции, праздники: *jack-o'-lantern* – фонарь из тыквы с прорезанными отверстиями в виде глаз, носа и рта; *Easter parade* – пасхальное шествие, на котором женщины демонстрируют яркие весенние шляпы.

10. Меры, деньги: *inch* – дюйм (2,54 см); *a dime* – монета в 10 центов.

Как показал анализ, бытовые реалии в американском английском языке играют важную роль в межкультурной коммуникации, отражая уникальные аспекты американской культуры. Приведенные примеры реалий помогают передать особенности американского общества и уклада и часто не имеют прямых аналогов в других языках. Используемые методы перевода помогают

передать смысл и функциональные значения терминов, учитывая культурный контекст.

Список литературы

1. *Виноградов, В. С.* Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы) / В. С. Виноградов. – Москва: Издательство института общего среднего образования РАО, 2001. – 224 с.

2. *Россельс, В. Л.* О передаче национальной формы в художественной литературе (Записки переводчика) / В. Л. Россельс. – Москва: Дружба народов, 2002. – 94 с.

3. *Соболев, Л. Н.* О переводе образа образом / Л. Н. Соболев. – Москва: Издательство литературы на иностранный язык, 1952. – 290 с.

4. *Супрун, А. Е.* «Экзотичесская» лексика / А. Е. Супрун // Филологические науки. – 1958. – №2. – С. 52–54.

5. *Томахин Г. Д.* Реалии – американизмы. / Г. Д. Томахин // Пособие по страноведению: Учебное пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. – Москва: Высшая школа, 1988. – 239 с.

6. *Chafe W.* Meaning and the Structure of Language / W. Chafe. – London: University of Chicago Press, 1970. – 360 p.

7. *Чернов, Г. В.* Вопросы перевода русской безэквивалентной лексики на английский язык. – URL: https://search.rsl.ru/ru/record/01006389877 (дата обращения: 18.02.2025)

Починко Е. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лексические и грамматические трансформации в переводе романа Германа Гессе «Steppenwolf» на русский язык

Художественный текст – это информация, которую необходимо расшифровать. Это понятие неопределённое и открытое, его концептуальная сущность постоянно меняется. Это подтверждается тем, что один и тот же текст можно интерпретировать по-разному. Также существуют различные варианты перевода одного и того же текста в истории межкультурных отношений (Мальцева, 2012).

Перевод художественных текстов – это особый вид интеллектуальной деятельности. Он устанавливает соответствие между языковыми единицами исходного и переводящего языков. В результате создаётся иноязычный аналог исходного текста в виде вторичной знаковой системы, которая отвечает литературно-коммуникативным требованиям и языковым привычкам общества на определённом историческом этапе. (Казакова, 2006)

Перевод художественных текстов требует поиска и выбора правильных стратегий перевода. Стратегия перевода – это программа действий переводчика. Она предполагает гибкое использование различных способов и приёмов перевода в рамках выбранных ориентиров и общей линии перевода. Эта линия определяется множеством факторов, влияющих на качество

перевода: верность передачи фактической информации, цель создания текста, тональность и стилистические особенности оригинала, отношение автора к тексту и т. д. (Кафискина, 2017).

В процессе перевода постоянно приходится прибегать к различным видам преобразований, суть которых заключается в поиске наиболее оптимальных эквивалентов для полноценной передачи на русском языке смысловой и языково-функциональной информации немецкого оригинала. Каждое явление рассматривается не изолированно, а в контексте. Таким образом, одна единица высказывания, в зависимости от контекста и целевой установки конкретного приёма перевода, может служить иллюстрацией использования в качестве определённой переводческой трансформации.

Целью данного исследования являются лексико-грамматические трансформации, в которых преобразования затрагивают одновременно лексические и грамматические единицы оригинала, иногда они являются межуровневыми, то есть осуществляют переход от лексических единиц к грамматическим и наоборот.

В данной работе отражаются особенности перевода романа Германа Гессе «Der Steppenwolf” на русский язык С. Аптом.

Согласно В. Н. Комиссарову, лексико-грамматические трансформации – это смешанный тип трансформаций, которые также называют «комплексными». К ним относятся: антонимический перевод;

7) конверсная трансформация;
8) адекватная замена;
9) метафоризация / деметафоризация;
10) экспликация / импликация; компенсация; идеоматизация / деидеоматизация;
11) лексические добавления (Комиссаров, 1990).

Нередко в процессе перевода использовались лексико-грамматическая замена и модуляция. Например, существительные *Herren (господин)* и *Bummler* (гуляка) были заменены на одно прилагательное *«барский»,* а *Laune (настроение) – на «причуду».* Например:

«Zuerst erschien mir das recht lächerlich und übertrieben, so eine Herren- und, Bummlerlaune, eine spielerische Sentimentalität» (Hesse 1974: 24).

«Сперва мне казалось это довольно смешным преувеличением, барской причудой, кокетливой сентиментальностью» (Гессе, 2021).

Еще одной особенностью перевода "Степного волка" является передача стилистических особенностей текста. Гессе использует особый стиль письма, который отражает внутренний мир главного героя. Например, в романе присутствуют длинные философские размышления и внутренние монологи главного героя или же о нём, которые требуют особого подхода к переводу. Пример такого стилистического перевода из «Трактата о Степном волке» из самого романа:

Герман Гессе:

"Es mögen sich kluge Menschen darüber streiten, ob er nun wirklich ein Wolf war, ob er einmal, vielleicht schon vor seiner Geburt, aus einem Wolf in einen

Menschen verzaubert worden war oder ob er als Mensch geboren, aber mit der Seele eines Steppenwolfes begabt und von ihr besessen war oder aber ob dieser Glaube, daß er eigentlich ein Wolf sei, bloß eine Einbildung oder Krankheit von ihm war" (Hesse, 1974).

Соломон Апт:

"*Умным людям вольно спорить о том, был ли он действительно волком, был ли он когда-нибудь, возможно еще до своего рождения, превращен какими-то чарами в человека из волка или родился человеком, но был наделен и одержим душою степного волка, или же эта убежденность в том, что по сути он волк, была лишь плодом его воображения или болезни*" (Гессе, 2021).

Этот пример демонстрирует передачу сложного стиля письма Гессе, сохраняя его эмоциональную и философскую глубину, глубину размышления о личности Гарри Галлера.

Список литературы

1. *Гессе, Г.* Степной волк. / Г. Гессе. – Москва: АСТ, 2021. – 288 с.

2. *Казакова, Т. А.* Художественный перевод: в поисках истины / Т. А. Казакова. – Санкт-Петербург: Издательство СПбГУ, 2006. – 224 с.

3. *Кафискина, О. В.* Стратегия перевода как термин переводоведения / О. В. Кафискина // Вестник Московского университета. – 2017. – № 1. – С. 4-19.

4. *Комиссаров, В. Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты): учебник для ин-тов и фак. иностр. яз. / В. Н. Комиссаров. – Москва: Высш. шк., 1990. – 253 с.

5. *Мальцева, И. Г.* Обучение художественному переводу: методика установления адекватности / И. Г. Мальцева // Педагогическое образование в России. – 2012. – № 1. – С. 188–190.

6. *Hesse, H.* Der Steppenwolf / H. Hesse. – Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1974. – 288 S.

Прочухан М. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Семантические пути формирования американских лексических инноваций и особенности перевода американизмов

Американский вариант английского языка (АмА) в процессе своего формирования прошёл сложный путь, связанный как с историческими, так и с культурными факторами, заложившими основу для появления лексических инноваций. Эти инновации, или американизмы, демонстрируют широкий спектр семантических изменений и нередко вызывают затруднения при переводе на другие языки (включая британский вариант английского языка – БрА). Изучение семантических путей формирования американизмов и их перевода способствует более глубокому пониманию не только языковых процессов, происходящих в США, но и самой американской культуры.

Целью настоящей работы является выявление и систематизация семантических механизмов формирования американских лексических

инноваций (американизмов), а также определение основных стратегий и приёмов их адекватного перевода на другие языки.

Актуальность темы обусловлена возрастанием роли американского варианта английского языка в современном мире: глобализация, массовая культура, киноиндустрия и Интернет способствуют широкому распространению американизмов за пределами США. Их понимание и корректная передача в переводе востребованы в сфере международных коммуникаций, делового общения, а также при работе с художественными, публицистическими и научно-популярными текстами. Кроме того, именно американские лексические инновации служат своеобразным «зеркалом» культурных и социальных процессов в США, что делает их изучение важным для лингвокультурологических исследований.

Задачи исследования:

1) Проанализировать исторические и культурные предпосылки появления американизмов в процессе формирования американского варианта английского языка.

2) Определить основные семантические пути становления новых лексических единиц (семантическое расширение, сужение, метафорический и метонимический перенос и др.).

3) Исследовать специфику лексических заимствований в АмА и их культурный контекст, выявить особенности перевода американизмов с учётом культурно-исторической специфики и стилистического register.

4) Предложить оптимальные приёмы и стратегии перевода с учётом различных типов текстов (художественные, публицистические, научные и др.).

1. Причины появления лексических инноваций в американском варианте английского языка

1) Контакт с другими языками. С самого начала колонизации Северной Америки, начиная с XVII в., английский язык активно взаимодействовал с языками коренного населения (алгонкинских, ирокезских и др.), а также с языками европейских переселенцев (французским, испанским, голландским). Подобное многообразие способствовало заимствованию новых лексических единиц и появлению слов, отражающих специфику окружающей действительности.

2) Географические факторы. Новая среда, флора и фауна, особенности климата требовали называния соответствующих реалий, поэтому в АмА появились уникальные слова (corn, coyote, skunk и др.), отражающие местную специфику.

3) Социальных изменения и культурные различия. Формирование американской культуры сопровождалось появлением новых социальных институтов, явлений, традиций, увлечений, что, в свою очередь, стимулировало рождение оригинальных наименований (movie, drive-in и т. д.).

4) Инновации через переосмысление уже имеющихся слов. Нередко устанавливается новое значение, отличное от исходного в британском

варианте (например, sidewalk в АмА отмечает функцию тротуара, тогда как в БрА прежнее общепринятое слово – pavement).

2. Семантические пути формирования лексических инноваций

1) Расширение значения: некоторые ам. слова приобретают новые оттенки (например, guy может означать и группу людей).

2) Сужение значения: ranch в АмА чаще ассоциируется с крупным скотоводством и сельской жизнью в более узком смысле, чем farm.

3) Переносные значения: под влиянием истории и общества слова приобретают метафорический или метонимический смысл (brand — «имидж», «торговая марка»).

4) Заимствования: благодаря многонациональному составу США язык активно пополняется словами из испанского, итальянского, идиша и др. (tornado, bagel, chili, tomahawk).

3. Особенности перевода американизмов

Перевод американизмов осложняется их культурной и исторической уникальностью. Переводчику важно осознавать следующие аспекты:

1) Сохранение культурной и семантической нагрузки. Часть лексических инноваций выражает не только денотативное значение, но и несёт культурный контекст. Например, barbecue в США часто выходит за рамки простого «приготовления на гриле» и может ассоциироваться с целой традицией совместного отдыха.

2) Выбор адекватной переводческой стратегии. В зависимости от степени общности и лексической доступности в языке-приёмнике реалии (жаргонные выражения, названия блюд, социальных институтов) могут быть транслитерированы, калькированы или описаны при помощи расширенных пояснительных конструкций.

– Транслитерация или транскрипция применяется, когда нужно сохранить звукопись (hot-dog → «хот-дог», ranch → «рэнч»).

– Калькирование осуществляется путём покомпонентного перевода (White House → «Белый дом»).

– Описательный перевод отражает понятие через дефиницию (drive-in – «автокинотеатр» или «автозакусочная»).

3) Учет стилистических особенностей и register. При несоблюдении соответствующего языкового стиля смысл оригинала может исказиться или оказаться слишком «официальным» по сравнению с неформальной речью, характерной для АмА.

4) Безэквивалентная лексика. При отсутствии прямого аналога (к примеру, некоторых историко-культурных объектов, специфических форм бытовой лексики) одним из наиболее точных методов остаётся транслитерация или краткое пояснение в сноске.

4. Значение лингвокультурного контекста при переводе

Чтобы передать стилистические и культурные нюансы американизмов, переводчик должен учитывать их контекст и специфику. Дословный перевод часто искажает суть, особенно в художественных текстах, где важны топонимы, реалии и колорит американской жизни. Истоки новых

американских слов восходят к колонизации Северной Америки и продолжают развиваться под влиянием современных тенденций. В условиях глобализации американизмы всё чаще попадают в международный лексикон, расширяя границы английского языка. Однако точный перевод требует знания культурных, исторических и стилистических факторов. Переводчику следует сочетать транскрипцию, калькирование и описательный перевод, чтобы максимально точно и выразительно отразить специфику американских реалий.

Список литературы

1. *Алгео, Дж.* Происхождение и развитие американского варианта английского языка / пер. с англ. Н. В. Давыдовой. – М. : Изд-во РАН, 2010. – 320 с.

2. *Аллисон, Р.* Формирование американизмов в лексической системе английского языка // Проблемы современной филологии. – 2019. – Т. 15, № 2. – С. 45–58.

3. *Блумфилд, Л.* Язык / пер. с англ. – М. : Прогресс, 1968. – 583 с.

4. *Данчева, Е. Н.* Феномен «новой лексики» в американском варианте английского языка и особенности её перевода на русский язык : автореф. дис. … канд. филол. наук. – М., 2017. – 24 с.

5. *Кристал, Д.* Английский язык как глобальный язык / пер. с англ. – М. : Весь Мир, 2000. – 230 с.

6. *Стернин, И. А*. Лексикография американизмов: проблемы семантики и функционирования // Вопросы языкознания. – 2015. – № 4. – С. 83–94.

7. *Трудгилл, П.* Социолингвистика: введение в социологию языка / пер. с англ. – М. : Изд-во ЛКИ, 2007. – 224 с.

8. Longman Dictionary of American English. – 5th ed. – Harlow : Pearson Education, 2014. – 924 p.

9. *Crystal, D.* The Cambridge Encyclopedia of the English Language. – 2nd ed. – Cambridge : Cambridge University Press, 2003. – 499 p.

Рыбак Д. Р.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвопрагматические и лингвокультурологические аспекты речевых актов отказа

Данная статья посвящена изучению речевого акта отказа с точки зрения лингвопрагматических и лингвокультурологических особенностей реализации данного речевого акта.

Актуальность исследования обусловлена тем фактом, что роль общения в современном обществе приобретает большую значимость, поскольку в условиях тесного и активного взаимодействия представителей различных культур может существенно варьироваться в зависимости от культурных особенностей. Именно поэтому исследование аспектов речевого акта отказа представляет собой важную область изучения, способствующую более эффективному и гармоничному межкультурному взаимодействию.

Объектом исследования выступают речевые акты отказа в современном англоязычном диалогическом дискурсе. Предметом исследования являются средства выражения отказа в англоязычном диалогическом дискурсе на материале современной английской художественной литературы.

Исследовательский материал составили 800 конфликтных речевых актов, отобранных из современной англоязычной художественной литературы.

С теоретической точки зрения, данное исследование опирается на ряд ключевых понятий, предложенных авторитетными учеными-лингвистами.

Вслед за М. М. Бахтиным диалогический дискурс рассматривается как тип дискурса, в котором взаимодействие между участниками происходит через обмен высказываниями, что предполагает наличие множественности точек зрения, ответных реплик и учета контекста общения. Диалогический дискурс рассматривается как основа коммуникации, где смысл высказываний формируется не только в изоляции, но и в ходе динамичного взаимодействия между говорящими (Бахтин, 1983).

Речевой акт (РА) – это единица коммуникативной деятельности, представляющая собой произнесенное или написанное высказывание, которое выполняет определенную функцию в общении, например, утверждение, вопрос, просьбу или приказ. Речевой акт включает три аспекта: локутивный акт (актуализация высказывания), иллокутивный акт (передача намерения или цели) и перлокутивный акт (воздействие на собеседника) (Серль, 1986).

Речевой акт отказа – это форма речевого акта, в которой говорящий отклоняет просьбу, предложение или утверждение другого участника коммуникации (Янко, 2017).

Речевой акт отказа, являющийся центром данного исследования, обычно рассматривается в свете категории отрицания: она может выражаться предложениями, имеющими формальный признак отрицания. Но в языковом сознании носителя английского языка эту же ситуацию могут выражать и предложения без формального признака отрицания – этот факт составляет основу лингвокультурологических особенностей реализации отказа в англоязычном диалогическом дискурсе.

В ходе исследования было выявлено несколько способов выражения речевого акта отказа. В результате анализа эмпирического материала было установлено, что носители английской лингвокультуры предпочитают реализовывать речевой акт отказа косвенным эксплицитным и косвенным имплицитным способом.

Косвенный эксплицитный отказ характеризуется тем, что сохраняет частичный смысл отказа, но добавляет элементы смягчения и снятия с себя ответственности за отказ, более делая упор на внешние факторы, которые вынуждают отвечать негативно на просьбу или предложение, например *‘Can you stay longer at the party? – I should be present at an early meeting tomorrow’* (Carey 2014: 258). Согласно данным исследования, данный способ выражения составляет 33% (260 примеров) от общего количества РА отказа (800 примеров).

Косвенный имплицитный способ выражения РА отказа подразумевает негативный ответ через дополнительные смыслы, чем в художественном

диалогическом дискурсе становится контекст и экстралингвистические факторы, которые адресат речи обязан интерпретировать самостоятельно, например: '*Isn't this a job for more experienced professionals?*' (Carey 2014: 38). В исследовании проанализировано 240 косвенно имплицитных РА отказа (30%)

Прямой имплицитный способ выражения РА отказа предполагает использование конструкций, в которых отказ выражен явно, но без перформативного глагола, а за счет других средств, которые сохранят смысл, например: '*I don't want him to come tomorrow*' (Carey 2014: 251). В рамках исследования было выявлено 200 примеров прямого имплицитного отказа (25%).

В рамках данного исследования выделены ситуации прямого эксплицитного способа выражения РА отказа через использование перформативных глаголов, например: '*I have to reject that idea; it doesn't fit our vision*' (Carey 2014: 37). В рамках исследования было выявлено 100 примеров прямого эксплицитного отказа (10%).

Наиболее продуктивным средством выражения косвенного способа отказа является эмоционально окрашенные слова с отрицательной семантикой, например: '*Rubbish. He'd do nothin' of the sort.*' (Carey 2014: 90). Примерами являются 200 единиц исследования, что составляет 40% от общей выборки.

Наиболее продуктивным средством выражения прямого способа отказа является глагол-сказуемое в отрицательной форме, например: '*Of course she isn't! I don't see anyone else gaping at her like an idiot.*' (Carey 2014: 122). Примерами являются 168 единиц исследования, что составляет 56% от общей выборки.

В ходе исследования были рассмотрены основные типологические характеристики отказа, включая его коммуникативные цели, намеренность, а также уровень категоричности.

С точки зрения коммуникативной интенции можно выделить намеренный отказ – 186 примеров, что составляет 23% от общей выборки, например: '*I won't take part in this, I'm tired and I finally want to be alone*' (Carey 2014: 163), а также ненамеренный отказ – 114 примеров (14%), например: *' 'Oh, I... I'm afraid I can't." When he left, she whispered: "Why did I say that? Of course, I wanted to go...'* (Carey 2014: 77).

С точки зрения цели отказа от общения выделяются собственно отказ – 185 примеров (23%), например: '*I said no, and I mean it!*' (Carey 2014: 12), псевдоотказ – 32 примеров (4%), например: '*Oh, I really shouldn't…" But at the same moment she raises her hand slightly, as if ready to accept his invitation*' (Carey 2014: 94) и квазиотказ – 16 примеров (2%), например: '*(smiling vaguely) 'Oh, the mountains are lovely this time of year. I'm sure you'll have a great time'* (Carey 2014: 225).

С точки зрения категоричности высказывания можно выделить некатегоричный отказ – 137 примеров, например: '*I'm not sure if that's a good idea'* (Carey 2014: 61) и категоричный отказ – 30 примеров, например: '*I'd never help him work out that egg! Never!*' (Carey 2014: 87), что составляют 17% и 4% соответственно.

С точки зрения времени исполнения отказа можно выделить немедленный отказ, например: '*Sorry, I can't join you today*' (Carey 2014: 196) и отсроченный отказ, например: '*Let's talk about this later*' (Carey 2014: 12), которые насчитывают 50 примеров каждый, что составляет 6%.

Таким образом, проведенный анализ продемонстрировал, что речевой акт отказа представляет собой многоуровневую, сложную и значимую коммуникативную единицу, обладающую разнообразными средствами выражения и культурно обусловленными особенностями, которые присущи английской лингвокультуре.

Список литературы

1. *Бахтин, М. М.* Исследования в лингвистике / М. М. Бахтин. – СПб: Русские словари, 1983. – 416 с.

2. *Бычихина, О. В.* Высказывания со значением отказа (Семантико-прагматический и когнитивный аспекты): дис. … канд. филол. наук: 10.02.01 / Новосибирский государственный педагогический университет. – Новосибирск, 2004 – 216 с.

3. *Сёрль, Дж. Р.* Что такое речевой акт? Косвенные речевые акты; Классификация речевых актов / Дж. Р. Сёрль // Новое в зарубежной лингвистике. – М.: Едиториал УРСС, 1986. – С. 154–169.

4. *Янко, Т. Е.* Речевой акт отказа в англоязычной и русскоязычной культуре / Т. Е. Янко. – М.: Языки славянской культуры, 2017 – 351 с.

5. *Carey, M. R.* The girl with all the gifts / M. R. Carey. – Liverpool: Orbit Books, 2014. – 430 p.

Рыбалка В. И.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Сленг и его функции (на материале русской версии романа Дэвида Митчелла «Black Swan Green»)

Сленг является неотъемлемой составляющей языка и относится к одному из самых подвижных и меняющихся языковых сегментов. Сленг довольно распространён в современном английском языке и является большой частью повседневной речи. Он придаёт индивидуальность языку и тем самым отличает его от других.

Исследование сленга является одним из перспективных трендов современной лингвистики. Отдельным его направлением выступает изучение подросткового сленга. В романе современного британского прозаика Дэвида Митчелла «Black Swan Green», «Лужок Черного Лебедя» (2006 г.), где главным героем является подросток Джейсон Тейлор, сленг становится значимым способом речевой характеристики и важной частью художественного языка произведения в целом.

Нашей целью является выявление основных языковых функций сленга в романе Дэвида Митчелла «Black Swan Green», а также рассмотрение способов передачи сленга на русский язык.

Сленг представляет собой одну из самых сложных проблем для лингвистов и переводчиков. Его отличает не только лексическая нестандартность, но и тесная связь с культурным контекстом, социальной средой и эмоциональной окраской речи. Как известно, сленг отличается эмоциональной и экспрессивной окраской, часто изменяющимся значением,

связью с определёнными субкультурами или возрастными группами, быстро меняющейся актуальностью: некоторые слова выходят из употребления, а на их место приходят новые (Алмазова, 2016).

В романе речь героя пестрит сленгом, в ней часто появляются аллюзии или же герой ссылается на культурные явления, характерные для Англии 80-х годов, так как именно в это время происходит действие истории. В основном это касается музыки, брендов, различных шоу и прочих культурных явлений. Подобные детали делают образ британского подростка реалистичным. Использование в романе сленговых единиц позволяет автору воссоздать реалистичную картину жизни главного героя, считает И. Алмазова (ibidem).

Наиболее часто сленг употребляется в экспрессивной функции. К примеру, главный герой перечисляет способы, которыми можно «обмануть» его заикание, используя экспрессивно окрашенный глагол «*to outfox*»: «The only way to outfox Hangman is to think one sentence ahead, and if you see a stammer-word coming up, alter your sentence so you won't need to use it» (Mitchell D. Black Swan Green.).

В тексте также выделена группа сленгизмов, обладающая стилистической функцией, например: «*to chill*» в словаре В.К. Мюллера трактуется как «охлаждаться», но в тексте оно употреблено в значении «расслабиться».

Слово содержит оценочную составляющую значения, если оно характеризуется отрицательным или положительным отношением к тому, что оно называет. Сленговые единицы чаще содержат отрицательную окраску. Митчелловский подросток употребляет в речи множество вульгаризмов и вариантов сленга. На фоне таких слов как *ratty – жалкий, nutty – рехнувшийся, duffer – глупец,* и др. некоторые метафорические размышления подростка поражают глубиной мысли и осознанностью (Савчук, 2017). Например, Джейсон называет волосы на лице своего друга Морана «*bumfluff*», и Алексей Поляринов (Поляринов, 2013) предлагает вариант перевода «*усики*», что можно заменить обычным литературным словом, но автор намеренно избегает этого. К тому же роман пестрит так называемой «низовой» или же «сниженной» лексикой. «Сниженной лексикой» большинство исследователей (В.В. Сдобников, О.А. Лаптева, В.Д. Дёвкин и др.) называют лексику, которая не входит в состав литературной, кодифицированной, обладающую особой стилистической окраской и экспрессивностью и употребляющуюся преимущественно в разговорной речи (Фоменко, 2015).

Проанализировав сленговые единицы в романе, можно заключить, что сленг выполняет самые разнообразные функции; наиболее часто встречаемой является экспрессивная, за ней по частотности случаев следует стилистическая, и меньше всего встречается оценочная функция сленга. Итак, в романе «Black Swan Green» сленгизмы чаще всего используются в экспрессивной функции.

Список литературы

1. *Алмазова, И. В.* Социолингвистические особенности английского молодежного сленга и способы его перевода на русский язык на материале

романа Дэвида Митчелла «Лужок черного лебедя» / И. В. Алмазова. – Орск: ОГУ, 2016. – С. 4-7

2. *Поляринов, А*., Дэвид Митчелл, "Black Swan Green", перевод на русский, 2013. [Электронный ресурс]. – URL: https://polyarinov.livejournal.com/18988.html (дата обращения 10.03.2024)

3. *Савчук, В. Ф.* Об особенностях стилистического сравнения в романе Д. Митчелла «Лужок чёрного лебедя» / В. Ф. Савчук. – Брест: БрГУ имени А.С. Пушкина, 2017. – 90 с.

4. *Фоменко, Т. А*. Трудности перевода сниженной лексики на материале произведения Д. Митчелла «Black Swan Green»/ Т.А. Фоменко. – Москва: Московский государственный областной социально-гуманитарный институт, 2015. – С. 296-301

5. *Mitchell, D.* Black Swan Green. [Электронный ресурс]. – URL: https://readingbug2016.wordpress.com/2022/04/26/black-swan-green-by-david-mitchell-2006/ (дата обращения 10.03.24)

Рябошапка Р. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Художественное своеобразие лирики Р. Браунинга как переводческая проблема (на материале стихотворения “Two in the Campagna” и его русских переводов)

Творчество викторианского поэта Роберта Браунинга (1812–1889) оказало существенное влияние на развитие английской литературы. Стремление изображать характеры в соответствии со сформировавшей их действительностью, глубина психологического анализа поступков и состояний героев, стремление обогатить возможности поэзии за счет других видов искусств, органично совместить принципы объективной и субъективной поэзии сделали Браунинга одним из самых значительных представителей английской литературы XIX века (Сидорченко, 2004).

Признание русского читателя пришло к Р. Браунингу с опозданием, что отчасти объясняется отсутствием в его поэзии явно выраженных революционных или остросоциальных мотивов.

“Two in the Campagna” (русск. «Двое в Кампанье») – это памятное стихотворение о любви, действие которого происходит в Кампанье, на равнине близ Рима. Стихотворение появилось в сборнике “Men and Women” («Мужчины и женщины») в 1855 г. и было посвящено его жене Элизабет Барретт Браунинг. В стихотворении показана картина яркого майского дня. Браунинг затрагивает темы любви, человеческих ограничений, жизни и безграничности природы. Повсюду он использует образы природы, чтобы подчеркнуть любовь лирического героя к своей подруге. Лирический герой прекрасно осознаёт, что он не способен любить так, как хотел бы: он не может полностью посвятить себя возлюбленной. Рассуждая о возможностях и

невозможностях любви, поэт также намекает на пределы поэзии (Baldwin, 2020).

Стихотворение «Двое в Кампанье» было переведено на русский язык такими переводчиками как Поэль Карп, Рауль Рабинерсон и Эдуард Ермаков.

Сопоставим версификационные особенности оригинала «Двое в Кампанье» и переводов. Возьмём, к примеру, пятую строфу стихотворения:

The champaign with its endless fleece
Of feathery grasses everywhere!
Silence and passion, joy and peace,
An everlasting wash of air –
Rome's ghost since her decease.

Строфа состоит из пяти строк. Первые четыре строки написаны четырехстопным ямбом, а последняя – трехстопным, как бы обрываясь, благодаря чему Браунингу удается сделать на ней ритмический и смысловой акцент. Стихотворение написано при помощи охватно-перекрестной рифмовки ababa и мужской рифмы. Эта структура последовательно используется на протяжении всего стихотворения.

Употребление Робертом Браунингом таких образных оборотов, как *endless fleece* – ‘бесконечное руно’, *feathery grasses* – ‘перистые травы’ и *everlasting wash of air* – ‘вечное дуновение воздуха’ для описания девственной красоты природы Кампаньи, а также употребление ряда существительных, придающих тексту эмоционально позитивную окраску – *Silence and passion, joy and peace*, – вызывает ощущение бескрайнего спокойствия, счастья, умиротворения и восхищения окружающим ландшафтом. И только последняя строка навевает меланхоличное настроение, появляется драматизм, так как автор вспоминает о падении Рима. Однако особый интерес вызывает то, что Рим здесь представлен в женском обличье. Хотя формально в английском языке нет грамматической категории рода, однако в итальянском существительное Рим – женского рода. (Напомним, что чета Браунингов долгое время жила в Италии). Так возникает связь между женскими образами стихотворения – Рима и возлюбленной.

Посмотрим, как все это воссоздается русскими переводчиками.

Поэль Карп сохраняет стихотворный размер и рифмовку, однако чередует мужскую рифму с женской, что более характерно для русского языка с его полисиллабизмом. Чтобы передать красоту окружающей лирического героя природы, Поэль Карп использует поэтические обороты «злаки полевые» и «травяное оперенье». *Everlasting wash of air* передано с помощью олицетворения «Свершает воздух омовенье». Слово «омовенье» вызывает ассоциации с чистотой и очищением, именно поэтому оно как никакое другое уместно для изображения девственной красоты природы, которую описывает Браунинг. В третьей строке Поэль Карп прибегает к грамматической трансформации, преобразуя существительное *silence* ‘тишина’ в глагол «молчим». Связано это с тем, что русский язык в целом более склонен к использованию глаголов, так как они делают речь эмоциональнее, в то время как в английском языке наблюдается тенденция к более частому

использованию существительных и герундиев, придающих тексту более книжный, сдержанный тон. В последней строке полностью утрачена идея меланхолии и падения Рима. Строка звучит скорее как констатация факта:

Уходят к злакам полевым
И в травяное оперенье
Восторг и страсть, а мы молчим,
Свершает воздух омовенье –
И виден древний Рим.

В переводе Рауля Рабинерсона лишь одна строка, вторая, отклоняется от оригинальной метрики, будучи написанной трёхстопным ямбом. В остальном метрическая структура строфы полностью сохранена. Рифмовка остается неизменной, используется только мужская рифма. Рауль Рабинерсон использует эпитет «руно травы», олицетворение «а воздух, – он живой» и метафору «Кампаньи бесконечный круг»; он также передаёт череду существительных, которые задают эмоциональный тон и помогают создать яркий и живой образ Кампаньи, который вызывает у читателя чувство восхищения и умиротворения. В последней строке Р. Рабинерсон использует словосочетание «падший дух», чтобы передать трагедию падения Рима. Он подчеркивает, что Рим пал прежде всего изнутри, утратив свои моральные ориентиры, и внешнее разрушение стало лишь следствием этой внутренней пустоты:

Руно травы, как яркий пух,
А воздух, – он живой!
Кампаньи бесконечный круг,
Страсть, и молчанье, и покой, –
То Рима падший дух.

Поэтический перевод Эдуарда Ермакова написан четырёхстопным ямбом. Рифма и рифмовка в нем сохраняются. Для передачи красоты окружающей природы Э. Ермаков прибегает к использованию эпитетов и метафоры «руно безбрежное», «плюмажи сочных, мягких трав», а также олицетворения «воздух движет». Такое количество стилистических приёмов делает описание природы даже более ярким, чем в оригинале. Однако строка «Мир, радость, тишина и гром» несколько меняет эмоциональную окраску. Добавление слова «гром» в этот перечень нарушает общее ощущение спокойствия и умиротворения, которое стремится передать Браунинг, вызывая ощущение нарастающей тревоги. В последней строке Э. Ермаков использует слово «угасание», которое несет в себе драматический оттенок, подразумевая потерю чего-то ценного и необратимость процесса. Фраза не указывает прямо на нравственный упадок Рима, но «угасание» можно интерпретировать как потерю прежней силы, славы и морального авторитета:

Руно безбрежное кругом,
Плюмажи сочных, мягких трав.
Мир, радость, тишина и гром –
То воздух движет, величав,
Рим в угасании своём!

Таким образом, проанализировав все переводы стихотворения «Двое в Кампанье» и сравнив их с оригиналом, можно сделать вывод, что каждый из переводчиков по-своему преуспел в передаче метрики и смысла оригинала. Поэль Карп блестяще передал ощущение чистоты и девственной красоты природы, Рауль Рабинерсон и Эдуард Ермаков наиболее точно изобразили яркий и эмоциональный образ Кампаньи, используя разнообразные художественные приёмы, а наиболее убедительно образ нравственного упадка Рима воплотил Рауль Рабинерсон.

Список литературы

1. *Сидорченко, Л. В.* История западноевропейской литературы. XIX век: Англия [Текст]: Учебное пособие для студентов филологических факультетов высших учебных заведений / Л. В. Сидорченко, И. И. Бурова, А. А. Аствацатуров и др. – СПб: СпбГУ, 2004. – С. 224-237.

2. *Baldwin, E.* R. Browning. “Two in Campagna” / Poem Analyzed by Emma Baldwin [Electronic resource] / E. Baldwin // Poem Analysis. – URL.: https://poemanalysis.com/robert-browning/two-in-campagna/ (дата обращения: 18.02.2025).

Самохина И. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности перевода технических терминов в химическом производстве

Точность перевода терминов в технических текстах имеет решающее значение. Специфическая лексика, характерная для технической литературы и документации, требует от переводчика особого внимания к передаче терминов в точном соответствии с оригиналом. Ведь термины выступают как основа профессиональной коммуникации, и любые неточности или ошибки в их использовании могут вызвать недоразумения между специалистами, работающими совместно или взаимодействующими в профессиональной сфере.

Актуальность исследования. Технический перевод в химической промышленности отличается особой сложностью, обусловленной спецификой и узкопрофильной направленностью используемой терминологии. Постоянно появляются новые термины, более точно передающие современные концепции и достижения в соответствующей области, в то время как старые теряют свою актуальность.

Объектом исследования работы является английская техническая терминология, связанная с химической промышленностью. Предмет исследования. В работе мы исследуем лингвистические аспекты перевода английских технических терминов, применяемых в химической промышленности.

Цель исследования. В данной работе мы стремимся выявить и преодолеть языковые барьеры, возникающие при переводе английской технической

лексики, используемой в химической промышленности. Для этого нам предстоит выполнить ряд задач: проанализировать определения ключевых понятий «термин» и «терминология», рассмотреть существующие классификации терминов. Необходимо также выделить специфические трудности, связанные с переводом английской технической терминологии, и определить особенности языковых конструкций, характерных для текстов в области химической промышленности.

Для достижения поставленных целей были применены следующие исследовательские методы: глубокий анализ научной и методической литературы, изучение специальных документов, разбор лексических определений, сравнительно-сопоставительный анализ и категориальный подход.

В сфере перевода терминов, характерных для химической промышленности, применяются следующие основные методики: поиск соответствия в языке перевода для термина оригинала; присвоение существующему слову нового, специфического для данной области, значения; перевод по аналогии с оригиналом; заимствование термина из исходного языка; описательный перевод, раскрывающий смысл термина.

«Термины – это слова специальные, ограниченные своим особым назначением; Слова, стремящиеся быть однозначными как точное выражение понятий и называние вещей» (Головин, 2007). Как справедливо указывает А. В. Суперанская, «термин не есть обиходное слово, и точность в нем важнее краткости. В связи с этим нельзя рассматривать многословность термина как его недостаток. Если какое-либо понятие обозначено с помощью фразы, состоящей из группы хорошо согласующихся друг с другом слов, это и обеспечивает системность термина, и показывает связь данного понятия с другими» (Голодов, 2006). Так как термины нужно переводить наиболее точно, при переводе переводчику следует обратиться к основным методикам, которые характерны для химической промышленности. Подробно рассмотрим каждую из вышеупомянутых методик:

1. Поиск соответствия в языке перевода для термина оригинала. Эта методика предполагает нахождение точного эквивалента термина в целевом языке. Используется для терминов, имеющих устоявшиеся и общепринятые переводы. Применение этой методики обеспечивает ясность и точность, что особенно важно в научной и технической документации. Термин *"catalyst*" переводится как "катализатор". Это прямое соответствие, которое используется в обоих языках и сохраняет смысл.*“Solvent”*- растворитель
“acid”– кислота (Бушмелева 2015: 32, 9,113).

2. Присвоение существующему слову нового, специфического для данной области, значения. В этой методике уже существующие слова получают новое значение в контексте определенной области знаний. Позволяет избежать создания новых слов, что упрощает понимание для носителей языка. Часто используется для обозначения новых понятий или явлений, которые не имели аналогов в языке до этого. Термин *"соль"* в общем контексте обозначает соединение, образованное при реакции кислоты и основания. В химическом

производстве оно может использоваться для обозначения конкретных соединений, таких как "соль натрия" (например, NaCl), что придаёт термину более узкое значение. *«Промышленный газ"* – в общем контексте "газ" может означать любое газообразное вещество, но в химии это может указывать на конкретные газы, используемые в производственных процессах (например, "природный газ"). *"Смесь"* – в обычном языке это может означать просто сочетание разных вещей, а в химии это может указывать на конкретные химические смеси, такие как "раствор" или "эмульсия" (Ермолович, 2006).

3. Перевод по аналогии с оригиналом. Эта методика включает использование аналогичных слов, заимствованных из оригинального языка, что позволяет сохранить фонетические и морфологические особенности. Применяется для сложных терминов и понятий, которые не имеют прямого эквивалента в целевом языке. Обеспечивает научную точность и помогает сохранить связь с оригинальным понятием. Термин *"polymer"* переводится как "полимер". Здесь сохраняется структура слова, что облегчает понимание для специалистов, знакомых с термином на английском.*“Electrolysis”*– электролиз,*“photosynthesis”*– фотосинтез (Бушмелева 2015: 102, 52, 100).

4. Заимствование термина из исходного языка. В данной методике термин заимствуется из исходного языка без значительных изменений. Применяется для новых понятий или технологий, когда нет устоявшихся переводов. Позволяет сохранить оригинальное звучание и акцентирует внимание на новизне термина. Термин "*chromatography"* может быть заимствован и использован в русском языке как "хроматография", особенно в научных кругах, где важно сохранить точность термина. *“Biopolymer*“ – биополимер (Бушмелева 2015: 25, 36).

5. Описательный перевод, раскрывающий смысл термина. Эта методика включает создание описания термина, которое помогает понять его значение без знания оригинального слова. Используется для сложных или многозначных терминов, которые требуют пояснений для лучшего понимания. Обеспечивает доступность информации для широкой аудитории, включая тех, кто не знаком с техническими аспектами. Термин *"volatile organic compounds»* может быть переведен как "летучие органические соединения". Этот перевод не только передает смысл термина, но и объясняет его составляющие, что полезно для понимания.*“Green Chemistry”*– экологическая химия,*“chemical reaction*“ – химическая реакция. Комбинирование этих методик в зависимости от контекста и специфики терминологии позволяет добиться наилучшего результата в переводе, обеспечивая как научную точность, так и доступность информации для различных категорий читателей.

Таким образом, в данной работе мы выявили и преодолели языковые барьеры, возникающие при переводе английской технической лексики, используемой в химической промышленности. Мы проанализировали определения ключевых понятий «термин» и «терминология», рассмотрели существующие классификации терминов. Выделили специфические трудности, связанные с переводом английской технической терминологии, и определили

особенности языковых конструкций, характерных для текстов в области химической промышленности.

Список литературы

1. *Головин, Б. Н.* Роль терминологии в научном и учебном общении. Термин и слово / Б. Н. Головин. – М.: Изд-во ГГУ им. Н. И. Лобачевского, 2007. – 127 с.

2. Голодов, А. Г. Проблемы перевода терминов: учебное пособие / А. Г. Голодов. – М.: Наука, 2006. – 143 с.

3. *Ермолович, Д. И.* Основы профессионального перевода: учебник / Д. И. Ермолович. – М.: Высшая школа, 2006. – 241 с.

4. Англо-русский словарь химико-технологических терминов : учеб.-метод. пособие / Е. С. Бушмелева, Л. К. Генг, А. А. Карпова, Т. П. Рассказова ; науч. ред. В. А. Черепанов; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. – 140 с.

Скляренко Е. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Способы перевода фантастических реалий с русского языка на немецкий (на материале повестей А. и Б. Стругацких)

1. Цель данной работы заключается в исследовании и анализе безэквивалентной лексики (далее БЭЛ) в научно-фантастических произведениях А. и Б. Стругацких, с особым акцентом на фантастические реалии и их перевод на немецкий язык.

Одной из характеристик художественного текста, важной для перевода, является использование безэквивалентной лексики. Как утверждает В. Н. Комиссаров это «лексические единицы ИЯ, не имеющие регулярных (словарных) соответствий» в языке перевода. (Комиссаров, 1990)

Одним из примеров БЭЛ являются реалии. С. Влахов и С. Флорин в своей книге «Непереводимое в переводе» дают определение реалиям: реалии – это слова, называющие «элементы быта и культуры, исторической эпохи и социального строя, государственного устройства и фольклора», т. е. специфические особенности данного народа, страны (Влахов, 1980).

2. Ключевым аспектом научно-фантастических произведений являются вымышленные реалии или квазиреалии.

Как считает Ю. Е. Тараканова, квазиреалии обозначают теоретически возможные, но не существующие на данный момент объекты, решения технических или научных проблем и служат для выражения выдуманных авторами элементов в текстах жанра научной фантастики (Тараканова, 1999).

3. Материалом исследования послужили фантастические реалии, отобранные путем сплошной выборки из повестей А. и Б. Стругацких «Пикник на обочине», «Хищные вещи века», «Трудно быть Богом» и их немецкого перевода. Объем выборки составил 203 единицы.

В работе дана лексико-семантическая классификация отобранных реалий. Выделено 6 групп:

1) Лексико-семантическая группа «Имена и прозвища персонажей» является самой объемной и включает в себя 72 реалий, что составляет 35,4% от всей выборки, например: *Боб Горилла* ‘Bobby der Gorilla’, *Дина Барбридж* ‘Dinah Barbridge’, *Мосол Катюша* ‘Katjuscha die Knochenfaust’;

2) Лексико-семантическая группа «Артефакты» включает в себя 30 реалий, что составляет 14,7% от всей выборки, например: *белый обруч* ‘Первый найденный в Зоне «вечный двигатель’, *браслеты* ‘Артефакты, благотворно влияющие на здоровье человека’.

3) Лексико-семантическая группа «Аномальные места и объекты» включает в себя 21 реалию, что составляет 10,3% от всей выборки, например: *Теневой карниз* ‘Граница между обычным миром и Зоной Посещения’;

4) Лексико-семантическая группа «Названия мест и организаций, связанных с Зоной» включает в себя 19 реалий, что составляет 9,3% от всей выборки, например: *застава* ‘патрульный пост’, *Боржч* ‘кафе, где собирались сталкеры’;

5) Лексико-семантическая группа «Названия технических средств» является самой объемной и включает в себя 7 реалий, что составляет 3,5% от всей выборки, например: *галоша* ‘транспорт для посещения Зоны’.

6) Лексико-семантическая группа «Жаргонизмы и сленговые слова» включает в себя 54 реалии, что составляет 26,6 % от всей выборки, например: *рыбари* ‘жаргонное название местной общественной организации, предоставляющей желающим возможность участия в опасных для жизни приключениях’.

4. Перевод фантастических реалий подразумевает передачу особенного мира и атмосферы, созданной авторами. В произведениях "Пикник на обочине" и «Хищные вещи века» такие элементы представлены в виде Зоны, странных артефактов и загадочных событий, жаргонизмов, искусственно созданных явлений. Исходя из проведенного анализа, можно выделить и рассмотреть самые распространенные и действенные способы перевода БЭЛ:

1) Транслитерация. Как утверждает В. Н. Комиссаров «это способ перевода лексической единицы оригинала путем воссоздания ее графической формы с помощью букв языка перевода» (Комиссаров, 1990). Было найдено 42 примера использования транслитерации, например: *турбоплатформы* ‘die Turboplattformen’, *Мария Шухарт* ‘MarySchuhart’, а*номалия* ‘die Anomalie;

2) «Транскрибирование – это передача слова при помощи русского алфавита, а также запись слов при помощи специальных знаков, осуществляемая для передачи особенностей произношения (Ахманова,1966). Было найдено 33 примера использования транскрипции, например: *Эрнест* ‘Ernest’, *Каллоген* ‘Callaghan’;

3) Калькирование. При калькировании перевод исходной безэквивалентной лексической единицы осуществляется путем замены ее составных частей (морфем или слов) их лексическим соответствием в ПЯ.

Было найдено 76 примеров использования калькирования, например: *жгучий пух* ‘der sengende Flaum’, Слепой Квартал ‘das Blindenviertel’

4) Опущение помогает упростить перевод и достичь более естественного звучания текста на целевом языке. При этом основной смысл и контекст сохраняются в переводе. Было найдено 5 примеров использования опущения, например: *In der von Ihnen genannten Kommission* ‘в КОПРОПО’.

5) Грамматическая замена словосочетания на композит, например: *Fliegenklatsche* ‘комариная плешь’. В данном случае, слово "комариная плешь" заменяется на немецкое слово "Fliegenklatsche", которое на русском языке означает "мухобойка". Было найдено 10 примеров использования грамматической замены.

5. Анализ материала работы позволил сделать основные выводы:

1) Работа подтвердила, что фантастические реалии и квазиреалии играют важную роль в создании уникального мира и атмосферы, характерных для произведений авторов. Эти элементы не только обогащают текст, но и представляют собой значительные трудности при переводе, поскольку они часто не имеют прямых аналогов в целевом языке.

2) Лексико-семантическая классификация отобранных реалий показала, что наиболее частотными являются группы, связанные с именами и прозвищами персонажей, артефактами и жаргонизмами. Это свидетельствует о том, что личные и культурные аспекты играют важную роль в восприятии и интерпретации текстов.

3) Анализ методов перевода БЭЛ выявил, что использование различных приемов, таких как транслитерация, транскрипция, калькирование, опущение и грамматическая замена, позволяет сохранить оригинальность и уникальные особенности текста, а также достичь естественного звучания на целевом языке. Эти приемы помогают передать как смысл, так и стилистические нюансы оригинала.

Работа подчеркивает важность глубокого понимания безэквивалентной лексики и методов ее перевода для успешной интерпретации научно-фантастических произведений. Это исследование может служить основой для дальнейших исследований в области перевода художественной литературы, особенно в жанре научной фантастики, и открывает новые перспективы для изучения культурных и языковых особенностей, связанных с фантастическими реалиями.

Список литературы

1. *Ахманова, О. С.* Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – Москва: URSS Либроком, 2010. – 569 с.

2. *Влахов, С. И.* Непереводимое в переводе / С. И. Влахов, С. П. Флорин; под ред. Вл. Россельса. – М.: Международные отношения, 1980. – 360 с.

3. *Комиссаров, В. Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты): Учебник для институтов и факультетов иностранных языков / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.

4. *Стругацкий, А. Н., Стругацкий, Б. Н.* Пикник на обочине / А. Н. Стругацкий, Б. Н. Стругацкий. – Москва: АСТ, 2019. – 255 с.

5. *Стругацкий, А. Н. Стругацкий, Б. Н.* Хищные вещи века / А. Н. Стругацкий, Б. Н. Стругацкий. – Москва: АСТ, 2006. – 256 с.

6. *Тараканова, Ю. Е.* Квазиреалии как лексический элемент научно-фантастического текста на примере перевода рассказа «Февраль 1999: Илла» Рэя Брэдбери на русский язык / Ю. Е. Тараканова// Вест. Моск. гос. обл. ун-та. Сер. Лингвистика. – Москва. – 2009. – № 1. – С. 294-299.

7. *Strugazki, A., Strugazki, B.* Die gierigen Dinge des Jahrhunderts / A. Strugazki, B. Strugazki – Berlin: Das Neue Berlin, 1981. – 256 p.

8. *Strugazki, A., Strugazki, B.* Picknick am Wegesrand / A. Strugazki, B. Strugazki. – Berlin: Das Neue Berlin, 1979. – 363 p.

Солодилова К. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Стилистические особенности фильмонимов в немецком, английском и русском языках

Настоящая работа посвящена исследованию использования стилистических особенностей фильмонимов в немецком, английском и русском языках.

Актуальность исследования обуславливается тем, что в современном мире кино является одним из важнейших видов искусства и массовой культуры. Фильмы активно распространяются за пределы стран своего производства, и значительную роль в их популярности на международном уровне играет перевод, в частности перевод названий фильмов, или фильмонимов. Удачный или неудачный перевод названия фильма может существенно повлиять на восприятие картины зрителями, а также на её коммерческий успех в различных странах.

Целью данной работы является выявление и анализ стилистических особенностей фильмонимов в немецком, английском и русском языках, а также определение лингвокультурных факторов, влияющих на выбор названий фильмов.

Стилистический анализ фильмонимов

Заглавия художественных произведений, которые большинством исследователей рассматриваются как особый тип имён собственных, обладают специфическим знаковым статусом. С одной стороны, заглавие выполняет формальную функцию, обозначая произведение, содержание которого изначально неизвестно. С другой стороны, оно является мотивированным знаком, несущим уникальное значение, поскольку его смысл воспринимается читателем или зрителем через призму целостного восприятия текста и выстраивания гипотез о его содержании (Виноградов 1959: 327).

Заглавие произведения играет ключевую роль в его интерпретации, поскольку зритель или читатель, сталкиваясь с ним, невольно формирует гипотезу о содержании. В этом смысле адресат становится своего рода

коммуникативным соавтором, который активно участвует в процессе осмысления названия (Сорокин 1985: 98).

Таким образом, фильмонимы представляют собой не просто названия фильмов, а сложные лингвистические конструкции, выполняющие одновременно номинативную, информативную, экспрессивную и маркетинговую функции.

Основная цель стилистического анализа фильмонимов заключается в выявлении и систематизации языковых средств и приемов, используемых для создания выразительных, запоминающихся и эффективных названий (Гальперин 1981: 156). Общая тенденция, характерная для всех трех языков, – это стремление к лаконичности и емкости. Для достижения этой цели широко используются различные тропы и фигуры речи.

Метафора и метонимия – одни из самых распространенных стилистических приемов (Арутюнова 1990: 15). Они позволяют в сжатой форме передать сложную концепцию или создать яркий образ.

(1) нем. *“Das Leben ist eine Baustelle”;*

Этот фильм, выпущенный в 1997 году, является комедийной драмой о молодом человеке, переживающем кризис среднего возраста, и название очень точно отражает суть его жизни в этот период. Жизнь сравнивается со стройкой. Это подразумевает, что жизнь находится в постоянном процессе строительства, изменений, и часто сопровождается хаосом, трудностями и незавершенностью. Жизнь в буквальном смысле не является стройкой. Сравнение используется для передачи более глубокого смысла о природе жизни, ее динамике и сложностях.

(2) англ. *“Blade Runner”*

Название “Blade Runner” является эффективной метафорой, потому что оно создает яркий и запоминающийся образ, намекает на основные темы фильма и вызывает у зрителя размышления о более глубоких вопросах. Оно не описывает буквально, что делает герой, а передает эмоциональное состояние, опасность и моральную сложность его мира. “Blade” (лезвие) - это тонкая, острая грань. Быть “на лезвии” означает находиться в опасной, нестабильной ситуации, где легко сорваться или потерпеть неудачу. Это отражает рискованную работу “blade runners” и моральную дилемму, с которой они сталкиваются, “Runner” (бегущий) как символ преследования и бегства.

(3) русс. *“Лед”;*

Фильм «Лёд» рассказывают историю любви и преодоления трудностей в мире фигурного катания, в данном случае “лёд” символизирует: замороженные чувства, холод является символом отчуждения, подавленных эмоций и неспособности к проявлению любви, холодность: отражает проблемы в отношениях между героями, их неспособность к искренности и близости. В прямом смысле фильм не о замерзшей воде.

Однако, помимо общих тенденций, существуют значительные различия в стилистических особенностях фильмонимов в каждом из рассматриваемых языков, обусловленные лингвокультурными факторами.

Немецкие фильмонимы нередко отличаются большей сложностью и формальностью. Это связано с аналитическим характером немецкого языка и его склонностью к использованию сложных слов-композитов, объединяющих несколько понятий в одно слово. Например, название фильма

(4) нем. *“Das Leben der Anderen”*

Название фильма передает сложность и многогранность темы наблюдения и контроля. В немецких фильмонимах также часто встречаются абстрактные существительные, обозначающие общие понятия и идеи.

В английском языке часто встречается игра слов, основанная на многозначности или созвучии слов.

(5) англ. *“The Martian”*

(Марсианин) использует игру слов, намекая как на место действия, так и на отшельничество главного героя. Этот прием трудно адекватно передать при переводе на другие языки, поскольку требует знания специфических английских идиом и культурных реалий. Кроме того, в английских фильмонимах часто используются фразовые глаголы, добавляющие экспрессивности и динамичности названию.

Русские фильмонимы характеризуются большей эмоциональностью и экспрессивностью. В них часто используется разговорная и просторечная лексика, особенно в названиях комедий и фильмов, ориентированных на молодежную аудиторию. Широко используются уменьшительно-ласкательные формы, придающие названию теплоту и интимность. Особую роль играют прецедентные феномены – цитаты из известных литературных произведений, крылатые фразы из советских фильмов, аллюзии на исторические события и культурные мифы.

(6) русс. *“Брат”*

Лаконичное, но мощное название, отражающее ключевую тему братства и морального выбора.

(7) русс. *“«Горько!”*

Традиционный свадебный клич, вызывающий ассоциации с весельем и хаосом.

(8) русс. *“Утомлённые солнцем”*

Аллюзия на советский романс, создающая ностальгическое и трагическое настроение.

Влияние лингвокультурного контекста на стилистические особенности фильмонимов проявляется также в выборе тематики и сюжетов. Английские фильмы часто эксплуатируют темы героизма, приключений и высоких технологий, немецкие – темы исторической памяти и социальной критики, русские – темы душевности, семейных ценностей и исторической травмы (нем. *“Das Leben der Anderen”*, англ. *“The Dark Knight”*, русс. *“Возвращение”*).

Выводы

Стилистические особенности фильмонимов в немецком, английском и русском языках представляют собой сложный и многогранный феномен, отражающий как общие тенденции в сфере киноиндустрии, так и уникальные

лингвокультурные характеристики каждого языка. Дальнейшее исследование этой темы может способствовать углублению понимания межкультурной коммуникации, оптимизации процесса перевода названий фильмов и созданию более эффективных и запоминающихся названий, способствующих продвижению кинопродукции на международном рынке.

Список литературы

1. *Арутюнова, Н. Д.* Метафора и дискурс [Текст] / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры. – М.: Прогресс, 1990. – С. 5-32.
2. *Виноградов, В. В.* О языке художественной литературы [Текст] / В. В. Виноградов. – М.: Художественная литература, 1959. – 654 с.
3. *Гальперин, И. Р.* Стилистика [Текст] / И.Р. Гальперин. – М.: Высшая школа, 1981. – 334 с.
4. *Сорокин, Ю. А*. Психолингвистические аспекты изучения текста [Текст] / Ю.А. Сорокин. – М.: Наука, 1985. – 168 с.

Татарченко Б. А.
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет» (г.Ставрополь)

Актуальные проблемы перевода текстов жанра «руководство» с английского языка на русский (на материале руководства к FPV-дронам)

В условиях стремительного развития технологий беспилотных летательных аппаратов (БПЛА) и роста популярности FPV-дронов (First Person View) перевод руководств по их эксплуатации становится всё более востребованным. Эти летательные аппараты нашли применение как в гражданской, так и в военной сфере. Поскольку большинство FPV-дронов производится за рубежом, часто как инструкции от производителя, так и обучающие руководства, созданные самими пользователями, ориентированы на как можно большую аудиторию. Вследствие этого они пишутся на одном из самых распространённых языков мира – английском. Перевод данных текстов в настоящее время представляет большую практическую ценность.

Цель данной статьи – выявить основные проблемы перевода руководств для FPV-дронов с английского на русский язык на лексическом уровне и предложить возможные пути их решения. Исследование проводилось на материале текста «Руководство по FPV-дронам в 2024 г.» (The Ultimate Guide to FPV Drones in 2024) (Marshal, 2014), размещённом в открытом доступе.

В связи с тем, что исследователи предпочитают избегать слова «руководство», посвящая свои научные работы жанру «инструкция», нам видится необходимым доказать равнозначность определений «инструкция» и «руководство». Чтобы доказать это, обратимся к характерным признакам инструкции. И. Б. Лобанов считает, что, согласно их характерным признакам, инструкции можно разделить на несколько групп:

1. Инструкции могут содержать порядок эксплуатации приборов или порядок действий в той или иной ситуации (например, инструкция по технике безопасности).

2. По признаку предполагаемого адресата инструкции делятся на руководства для специалистов и для широкого круга пользователей.

3. В зависимости от области использования инструкции могут быть медицинскими, бытовыми, промышленными, военными и т. п.

4. По структурным признакам инструкции автор разделяет регламентированные и нерегламентированные. Последние отличаются творческим подходом к организации текста.

5. По формальному признаку инструкции подразделяются на развернутые, призванные сопровождать пользователя на всем протяжении эксплуатации товара, и краткие руководства к действию, содержащие минимум необходимой информации (Лобанов 2007: 22).

Наше руководство содержит все из названных выше признаков: 1) в нём описывается порядок действий при обращении с техникой; 2) оно предназначено для начинающих пилотов FPV-дронов; 3) оно имеет свою сферу использования; 4) по структуре анализируемое нами руководство является нерегламентированным; 5) информация подаётся развёрнуто. Удостоверившись в равнозначности терминов «инструкция» и «руководство», представим определение. Инструкция – это тип текста, снабжающий адресата информацией о том, что и как можно, нужно или запрещается делать для выхода из определённых проблемных ситуаций (Астахова, 2010). В данном случае она выступает как наджанр, реализующийся через поджанр руководство (Хорохордина, 2013).

Руководство по FPV-дронам – это технически сложный текст, который содержит специализированную терминологию, описание электронных компонентов, программного обеспечения и инструкции по сборке и настройке. Эти руководства включают описание таких компонентов, как контроллеры полёта, камеры, антенны, а также инструкции по настройке программного обеспечения. Тексты часто содержат схемы и таблицы, которые должны быть точно переведены и адаптированы для русскоязычной аудитории. Особенностью руководств является их ориентация на две категории пользователей: профессионалов (например, инженеров или операторов дронов) и любителей (энтузиастов, которые собирают дроны самостоятельно).

И. С. Алексеева относит руководство к научно-учебному типу текстов (Алексеева 2004: 270) и обращает внимание на ряд важных факторов. Во-первых, тексты этого типа ориентированы на передачу большого количества когнитивной информации. Текст насыщается ею через термины и изображения. Кроме того, применяются особые языковые средства, обеспечивающие объективность изложения. По сравнению с текстами научного типа, предложения проще и короче, меньше сложных слов, зато выше уровень ассоциативной связности и больше эмоциональной информации. Иными словами, происходит адаптация текста с расчётом на реципиента, уровень тематических знаний которого ниже, чем у автора.

Приведённые выше факторы в сочетании с новизной этого вида техники приводят к тому, что в процессе работы переводчику приходится либо искать соответствия переводимой лексике в специализированных словарях, например, *multirotor – многороторный дрон; Electronic Speed Controller – электронный регулятор скорости; MCU – микроконтроллер;* либо создавать новые лексические единицы, такие как: *FPV Camera – FPV-камера/ камера с видом от первого лица; ACRO – режим свободного полёта; Mistakes High – высота свободной ошибки;* либо искать окказиональные соответствия: *air frame – корпус дрона; RTF (ready to fly) – готовый полётный набор.*

FPV-дроны – это очень сложная в управлении техника, требующая подчас контроля с точностью до миллиметров. В связи с тем, что данные руководства составляются на английском языке и могут содержать нестандартные единицы измерения, например, высоту в футах, габариты дронов в дюймах, то при переводе их рекомендуется переводить в систему СИ.

Отдельную проблему представляют многочисленные наименования специфических фирм и марок оборудования, названия программного обеспечения и описания работы с ним. В таких случаях действуют определённые правила. Например, при наличии русскоязычной версии переводимой программы используются соответствующие русские названия. При переводе названий оборудования его фирменное наименование, выраженное одним или несколькими словами, при первом упоминании транскрибируется и заключается в кавычки, в скобках приводится наименование на языке оригинала, а далее по тексту везде используется оригинальное название. Названия торговых марок, как правило, транскрибируются. Если за словом в наименовании следует цифра или буква, то между ними ставят дефис. При дополнительных затруднениях рекомендуется проконсультироваться со специалистом или свериться с аналоговым текстом на русском языке.

Следует избегать дословного перевода, поскольку он может привести к потере смысла в тексте или утрате техники в ходе эксплуатации. Например, неправильный перевод термина *arming – активация двигателей* как *вооружение* может сбить читателя с толку.

Подводя итог, отметим, что перевод руководств по FPV-дронам – это сложная задача, которая требует от переводчика не только языковых, но и технических знаний. Ошибка переводчика здесь может стоить инженеру часов работы по настройке или привести к ошибке пилота, влекущей за собой потерю летательного аппарата.

Список литературы

1. *Алексеева, И. С.* Введение в переводоведение: Учеб. пособие для студ. филол. и лингв, фак. высш. учеб. заведений / И. С. Алексеева. – Санкт-Петербург: Филологический факультет СПбГУ; Москва: Издательский центр «Академия», 2004. – 352 с.

2. *Астахова, Е. В.* Дискурсивная актуализация концепта INSTRUCTION (на материале английского языка) : автореф… дис. кан. филол. наук : 10.02.04

/ Иркутский государственный лингвистический университет. – Иркутск, 2010. – 21 с.

3. *Лобанов, И. Б.* Русский язык и культура речи: учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 520300 и специальности 021700 «Филология» / И. Б. Лобанов. – Москва: Акад. проект, 2007. – 324 с.

4. *Хорохордина, О. В.* Инструкция как тип текста / О. В. Хорохордина // МИРС. – 2013. – №4. – С. 7–14.

5. *Marshal, A.* The Ultimate Guide to FPV Drones in 2024 / A. Marshal, R. Hargrave, D. Henderson // RChobby Lab. – URL: https://rchobbylab.com/fpv-drone/?cn-reloaded=1 (дата обращения: 13.02.2025).

Телевная Д. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Немецкие императивные конструкции и их перевод на русский язык (на материале пьесы б. Брехта "die dreigroschenoper")

1. Данное исследование посвящено анализу императивных конструкций (далее ИК) и их переводу на русский язык.

Актуальность данной работы обусловлена недостаточной изученностью категории побудительности, наличием в немецком языке значительного количества разнородных средств выражения повелительного наклонения, а также отсутствием единой точки зрения лингвистов о них. Несмотря на это, остается недостаточно изученной в немецком языке.

Цель работы – установление типов императивных конструкций в немецком языке и способов их перевода на русский язык.

Объектом являются императивные конструкции в пьесе Б. Брехта "Die Dreigroschenoper".

Предметом исследования являются средства выражения императива в немецком и способы перевода на русский язык.

Материал исследования составил корпус немецко-русских ИК, который включает 170 конструкций на немецком языке, полученных путем сплошной выборки из пьесы Б. Брехта "Die Dreigroschenoper".

«Трехгрошовая опера» – самое знаменитое произведение Брехта, с которого начинается его слава. «Трехгрошовая опера», поставленная в 1928 году, стала спектаклем-легендой, имела мгновенный успех. Брехт не думал, что создал новый тип театра, но так получилась, что пьеса стала манифестом театра эпического.

Более того, для более масштабного анализа и перевода императивных конструкций пьеса является идеальным вариантом, так как она состоит в основном из диалогов, а императив является формой прямого обращения.

Данной проблемой описания ИК на немецком языке занимались многие ученые, такие как Адмони В. Г., Москальская О. И., Храковский В. С., Володин А. П., Кубрякова Е. С., Падучева Е. В., Шендельс Е. И., Зеленецкий А. Л. , Helbig, Gerhard, Buscha, Joachim и многие другие.

2. Формулировка, которая полностью подходит к определению императива звучит следующим образом: «Говорящий, самим фактом своего высказывания, пытается каузировать совершение некоторого действия (эксплицитно указанного в этом высказывании)» (Гусев, 2005: 14).

В данной работе рассматриваются императивные, или побудительные, конструкции в немецком языке, например: *Brauchst du eine Spezialeinladung, was? Aufstehen!* ‘Тебе что, нужно специальное приглашение, да? Встать!’ (Remarque, 1954: 53)

3. Исследование показало, что в произведении на обоих языках доминируют следующие типы императивных конструкций: императив (38%) и модальные глаголы + Infinitiv (27%). Намного меньше в тексте можно выделить ИК, выраженные междометиями и служебными словами – 14%, глаголом lassen – 8%, глаголами побудительной семантики – 4%. Примерно одинаковое количество ИК в тексте, которые выражены Futurum Indikativ и Конъюнктивом II – 3%. Наименьшее количество ИК в тексте с вопросительными словами warum, weshalb – 2%.

Важное значение при изучении категории побудительности имеют такие факты как контекст, а также некоторые вспомогательные экстралингвистические явления, уточняющее значение побудительности. Контекст служит средством, которое «снимает» у многозначной единицы все её значения, кроме одного. Тем самым контекст придаёт единице языка однозначность и делает возможным выбор одного из нескольких потенциально существующих эквивалентов данной единицы в другом языке для перевода.

Наиболее частотным способом передачи побудительности выступает дословный способ перевода: *Bitt’ ich auch sie, mir zu verzeihen* ‘Я тоже прошу тебя простить меня’. При переводе ИК с немецкого на русский язык могут использоваться следующие стратегии адаптации:

- контекстуальные замены: *Sag’ mal, genierst du dich gar nicht?* ‘Скажи, тебе совсем не стесняешься?’;
- модуляция: *Mit keiner Geldsumme können sie dazu bestochen werden, recht zu sprechen!* ‘Наши судьи совершенно неподкупны: никакими деньгами вы не заставите их вершить правосудие!’;
- целостное преобразование: *Kannst du was lernen* ‘Пусть это послужит тебе уроком’;
- приём компенсации: *Darum müssen wir eben Dampf dahintersetzen* ‘Поэтому нельзя мешкать’.

При переводе императивных конструкций между немецким и русским языками необходимо учитывать грамматические особенности каждого языка, особенности формы, адресата и контекста, чтобы точно передать смысл высказывания.

Таким образом, можно сделать вывод, что перевод ИК зависит, как от средств выражения, классификации, так и их функционально-семантической категории этих конструкций. Работа продемонстрировала большое разнообразие типов императивных конструкций, что подтверждает

актуальность и значимость данной темы для научного сообщества для дальнейшего рассмотрения и изучения.

Список литературы

1. *Брехт, Б.* Трехгрошовая опера. / Б. Брехт // Москва: Искусство, 1965. – 184 с.

2. Гусев, В. Ю. Типология специализированных глагольных форм императива Дисс. К.ф.н. / В. Ю. Гусев // Москва, 2005. – 297 с.

3. *Bertolt Brecht* Die Dreigroschenoper. Berlin: Aufbau, 1973.

4. *Remarque E. M.*, «Zeit zu Leben und Zeit zu Sterben»: Roman / E. M. Remarque // Verlag «Kiepenheuer&Witsch» – 1954. – 450 S.

Фадеева А. И.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Сравнительный анализ коллокации в публицистическом дискурсе

Понятие «коллокация» принадлежит к числу тех сложных явлений, исчерпывающего толкования которого, удовлетворяющего всех исследователей, на данный момент не существует. Известно, что впервые термин «коллокация» был употреблён в качестве лингвистического термина в 1750 году Г. Харрисом (Harris, 1968) а «официальное» введение термина «коллокация» в науку о языке, а также последующие исследования коллокации и некоторых смежных явлений и понятий принадлежит представителям Лондонской лингвистической школы Дж. Р. Фёрсу, Г. Палмеру и др. (Palmer 1933: 25).

Актуальность данного исследования обусловлена необходимостью систематизации знаний о коллокации как о важном средстве когезии в публицистическом дискурсе английского и русского языков и определяется необходимостью их анализа.

Объектом являются лексические единицы, которые выступают в качестве коллокации лексической когезии, предметом – структурные, семантические и функциональные особенности коллокации в публицистическом дискурсе английского и русского языков.

Материалом исследования являются 350 единиц коллокации (из английской газеты New Yorker и русской газеты Газета.ru.

Цель: проанализировать и определить структурно-семантические и функциональные особенности употребления коллокации как средства лексической когезии в английском и русском публицистических дискурсах.

Для достижения целей необходимо решить такие задачи:

– рассмотреть теоретические аспекты, связанные с изучением такого явления, как коллокация;

– обобщить, систематизировать и дать определение языкового явления коллокации как средства связности в английском и русском языках;

– провести анализ структурных, семантических и функциональных особенностей коллокаций в дискурсе английского и русского языка.

По результатам проведенного исследования можно сделать следующие выводы:

1. Коллокационные модели в английском и русском публицистическом дискурсе имеют как сходства, так и различия, обусловленные структурными особенностями языков, их грамматикой и лексической сочетаемостью.

2. Коллокации различают по их структурным, семантическим и функционально-семантическим особенностям, каждая из которых имеет свои классификации по определенным признакам.

3. После анализа публицистических материалов можно сделать вывод, что английском языке наблюдается большая устойчивость коллокаций, часто основанная на многократном употреблении фиксированных сочетаний в медийных текстах. В русском языке, напротив, наблюдается большая гибкость в формировании словосочетаний.

Список литературы

1. *Harris, J.* Hermes / J. Harris. – San Francisco: Scolar Press, 1968. – 426 p.

2. *Palmer, H. E.* Second Interim Report on English Collocations / H. E. Palmer. – Tokyo: Institute for Research in English Teaching, 1933. – 188 p.

3. Газета.ru. – URL: https://www.gazeta.ru/ (дата обращения: 06.03.2025).

4. The New Yorker. – URL: https://www.newyorker.com/ (дата обращения: 05.03.2025).

Часовских В. И., Калиущенко В. Д.
ФГБОУ ВО «ДОНГУ» (г. Донецк)

Проблемы перевода русских глаголов с имплицитным отрицанием на английский и немецкий языки

Данная работа посвящена анализу перевода русских глаголов с имплицитным отрицанием на английский и немецкий языки на основе материала, взятого из толковых словарей русского, английского и немецкого языков, НКРЯ, а также корпуса параллельных текстов. Рассмотренные лексические единицы могут выражать отрицание, входящее вкачестве смыслового компонента в толковании лексемы. Лексические единицыс имплицитным отрицанием асимметричны, т. е. план их выражения и плансодержания не совпадают.

Актуальность проблемы определяется тенденцией современных переводческих исследований к рассмотрению скрытой семантики и возможных проблемах ее перевода с исходного языка на переводящий язык.

Цель работы– описание семантики русских глаголов с имплицитным отрицанием и проблемы при их переводе на английский и немецкий языки.

Объектом исследования являются русские глаголы с имплицитным отрицанием и проблемы при их переводе на английский и немецкий языки.

Предметом исследования являются проблемы перевода русских глаголов с имплицитным отрицанием на английский и немецкий языки.

Материалом данного исследования являются 176 русских, 195 английских и 193 немецких глагола, взятых из толковых словарей русского, английского и немецкого языков, НКРЯ, а также корпуса параллельных текстов, отобранные методом сплошной выборки, и их переводческие соответствия.

При выполнении данной работы были использование такие методы, как: компонентный, описательный, сопоставительный, трансформационный, количественный.

1. Перевод глаголов с имплицитным отрицанием с русского на английский и немецкий языки представляет собой сложную задачу, обусловленную как структурными, так и семантическими различиями между этими языками. Для точной передачи смысла и предотвращения утраты важного контекста, переводчик должен учитывать множество факторов, таких как морфологические особенности, идиоматичность выражений, а также культурные и стилистические различия (Бархударов, 1975).

2. Одной из основных проблем при переводе является различие в морфологических структурах, а именно в образовании глаголов с отрицанием. В русском языке глаголы с имплицитным отрицанием преимущественно образуются с помощью префиксов. Эти префиксы могут значительно изменять значение глагола, а также вносить дополнительные оттенки (например, *не-* выражает полный отказ от действия, а *за-, с-, от-* могут указывать на различные виды негативных последствий).

Глаголы с имплицитным отрицанием образуются с помощью префиксов, что приводит к множеству вариантов, каждое из которых имеет свои особенности. Например, префикс *не-* может указывать на полное отсутствие действия, а *за-* или *с-* – на утрату чего-либо или игнорирование. Однако в английском и немецком языках префиксы в таком виде не используются в такой степени, что затрудняет прямой перевод.

В немецком языке также используются префиксы, но их выбор и семантическое значение могут отличаться от русских. Например, префикс *ver-* может указывать на ошибку, неправильное выполнение действия, тогда как в русском языке аналогичный смысл может передаваться другими префиксами. Такие различия могут затруднять прямой перевод.

В русском языке существуют многочисленные глаголы с префиксами, которые могут варьировать по значению в зависимости от контекста. Например, *‘забросить’* может означать как *‘оставить без внимания’*, так и *‘утратить интерес’*. Также префикс *не-* может быть связана с полным отказом от действия, но в разных контекстах это значение может несколько меняться.

В английском языке некоторые глаголы с отрицанием имеют более узкие значения, чем в русском. Например, *‘toneglect’* в основном связано с отсутствием внимания к чему-то, что делает этот глагол менее универсальным в переводе, чем его русский эквивалент *‘забросить’*. Также фразовые глаголы, такие как *‘tomissout’*, могут иметь более мягкие коннотации, что затрудняет точный перевод с русского, где оттенки могут быть более разнообразными (Jespersen, 1917).

В немецком языке префиксы, такие как *ver-*, *miss-*, *ab-* и другие, часто создают дополнительные оттенки значения, которые в русском языке могут быть переданы другими префиксами. Например, префикс *ver-* может не только обозначать ошибку или утрату, но и преобразовывать значение глагола в более негативное, как в словах *verpassen* ‘упустить’ или *verweigern* ‘отказаться’ (Helbig, 1975). Эти оттенки не всегда могут быть переданы в русском, где также используются другие префиксы для выражения аналогичного значения.

Семантические отличия между русским, английским и немецким языками являются одной из главных трудностей при переводе глаголов с имплицитным отрицанием. В каждом из языков имеется свой набор глаголов с отрицанием, которые могут передавать разные оттенки смысла, что требует внимания к контексту (Апресян, 1974).

3. Еще одной сложностью является наличие в каждом языке определенных идиоматических выражений, которые не всегда поддаются прямому переводу. Глаголы с имплицитным отрицанием могут быть частью таких выражений, и в этом случае переводчик сталкивается с необходимостью выбора эквивалентного выражения на целевом языке, что не всегда возможно. В русском языке существуют устойчивые выражения, такие как ‘не заметить’ или ‘не обращать внимания’, которые часто используются в разговорной речи. Они могут быть переведены как фразовые глаголы в английском, но при этом возникает проблема выбора точного эквивалента в немецком, где такие выражения могут иметь более конкретные формы.

В английском языке также есть устойчивые выражения, такие как *to miss the point* ‘не понять сути’, *to ignore* ‘игнорировать’, *to neglect* ‘забросить’ (Klima, 1964). Однако в некоторых случаях фразовые глаголы с имплицитным отрицанием могут быть менее выраженными, чем в русском, и требовать более широкого контекста для точного перевода.

Немецкий язык также обладает собственными устойчивыми выражениями, такими как *übersehen* ‘не заметить’ или *vernachlässigen* ‘забросить’, которые имеют свой специфический смысл и могут не совпадать с русскими эквивалентами в определенных контекстах.

Когда прямой перевод невозможен из-за различий в структуре или значении, переводчик вынужден прибегать к адаптации. Например, фразовый глагол ‘tomiss’ в английском языке часто используется для перевода русских выражений, связанных с упущением, но в некоторых случаях потребуется использование других конструкций для более точной передачи значения.

В немецком языке префикс *ver-* может передавать как отрицательное значение (например, *verpassen* ‘упустить’), так и более сложные оттенки ошибки, что требует дополнительной работы с контекстом для точной передачи значения русского глагола. В таких случаях переводчик может использовать дополнительные слова или перефразировать структуру.

Выводы.Для адекватного перевода необходимо учитывать контекст, так как прямых соответствий в целевых языках может не быть. В английском языке фразовые глаголы и модальные конструкции помогают передать значение имплицитного отрицания, а в немецком – глаголы с префиксами и

устойчивые выражения. Основные проблемы перевода связаны с различием способов выражения отрицания в исследуемых языках.

Список литературы

1. *Апресян, Ю. Д.* Лексическая семантика / Ю. Д. Апресян // Синонимические средства языка. М.: Наука, 1974. – 367 с.

2. *Бархударов, Л. С.* Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). / Л. С. Бархударов – М.: Междунар. отношения. 1975. – 240 с.

3. *Helbig,* G. Die Negation. Zur Theorie und Praxis des Deutschunterrichts für Ausländer. Leipzig : Probleme der Sprachwissenschaft, 1975. 72 p.

4. *Jespersen, O.* Negation in English and Other Languages / O. Jespersen, 1917. – p. 166

5. *Klima, E.* Negation in English. The structure of language. / J. Fodor, S. Katz (eds.). – Prentice Hall, 1964, – p. 246-323.

Шульга В. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Способы перевода немецких междометий на русский язык

Междометия, являясь эмоционально окрашенными языковыми единицами, занимают особое место в любом языке, включая немецкий и русский (Виноградов, 1972). Они выражают мгновенные реакции, чувства, волеизъявления и другие субъективные состояния говорящего, не привязываясь напрямую к грамматической структуре предложения (Duden, 2009).

Перевод междометий представляет собой сложную задачу, поскольку их значение часто зависит от контекста, интонации и культурных особенностей (Павлова, 2011).

В данной работе рассматриваются основные способы перевода немецких междометий на русский язык, учитываются различные аспекты их функционирования.

1. Классификация немецких междометий

Обычно классификация междометий производится с учетом выражаемых ими эмоций и функций:

1) Выражение чувств: *ach!* (ах!), *autsch!* (ой!), *igitt!* (фу!), *juhu!* (ура!), *oje!* (ой-ой!), *pfui!* (тьфу!).

2) Волеизъявление и побуждение: *pst!* (тсс!), *hops!* (прыг!), *hallo!* (алло/привет!), *los!* (давай!), *he!* (эй!).

3) Выражение согласия или несогласия: *ja!* (да!), *nein!* (нет!).

4) Звукоподражание: *miau!* (мяу!), *wuff!* (гав!).

Данная классификация является условной, так как одно и то же междометие в зависимости от контекста может выражать разные эмоции и выполнять различные функции.

2. Основные способы перевода немецких междометий на русский язык

Для анализа способов перевода немецких междометий на русский язык были привлечены примеры, взятые из произведений немецких писателей Т. Фонтане, Э. Ремарка, Г. Гессе, Т. Манна**.** Переводы данных примеров на русский язык были получены из Интернет-сайтов.

2.1. Эквивалентный перевод. В некоторых случаях немецкое междометие имеет прямой эквивалент в русском языке, что позволяет осуществить буквальный перевод без потери смысла и эмоциональной нагрузки (Комиссаров, 1990).

(1) "*Ach! Das ist ja schrecklich!*" «Ах! Это ужасно!» (Фонтане, 1894).

В примере (1) немецкому междометию *Ach!* в русском переводе соответствует прямой эквивалент «Ах!», выражающий сожаление или удивление говорящего.

2.2. Функциональный эквивалент. При отсутствии в целевом языке эквивалентного междометия при трансляции может использоваться функциональный эквивалент, который выполняет аналогичную функцию и выражает схожую эмоцию. Ср.:

(2) "*Huch! Was war das?*" «Ой! Что это было?» (Ремарк, 2002).

В примере (2) немецкое междометие «*Huch!*» выражает испуг или неожиданность говорящего. В русском языке для передачи данного состояния переводчик использует междометие «Ой!», которое наиболее близко передает эмоциональное состояние человека.

2.3. Описательный перевод. В ряде случаев трансляция немецкого междометия в языке-реципиенте осуществляется путем развернутого (описательного) выражения, позволяющего сохранить исходный смысл и интонацию говорящего:

(3) "*Na, na! Das ist aber nicht nett*" «Ну, ну, так не поступают!» (Гессе, 2003).

2.4. Опущение. В случаях, когда немецкое междометие выполняет чисто стилистическую функцию и не несет существенной смысловой нагрузки, оно может опускаться в языке перевода.

(4) "*Ja, nun, was soll ich sagen?*" «Ну, что я должен сказать?» (Мольер, 1957).

Итак, перевод немецких междометий на русский язык осуществляется различными способами (эквивалентный перевод, перевод с использованием функциональных эквивалентов, описательный перевод, опущение). Выбор способа перевода в целом зависит от конкретной речевой ситуации и цели, которую ставит перед собой переводчик.

Список литературы

1. *Виноградов, В. В.* Русский язык (Грамматическое учение о слове) / В. В. Виноградов. – М.: Высшая школа, 1972. – 613 с.

2. *Гессе, Герман*. Степной волк / Герман Гессе; пер. с нем. С. Апта, Федоровой Н., Шукшиной Е. – СПб.: Азбука-классика (ГУП Чехов. полигр. комб.), 2003. – 278 с.

3. *Жан Батист, М*. Лекарь поневоле / М. Жан Батист; пер. с нем. Н. Ман // Собрание сочинений в двух томах. – М.: ГИХЛ, 1957. – Т. 2 – 26 с.

4. *Комиссаров, В. Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты) / В. Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 234 с.

5. *Павлова, О. И.* Проблема перевода междометий на примере сериала «The Bear» / О. И. Павлова // Вестник науки. – 2011. – №4 (73). – Т. 4. – С. 499–504.

6. *Ремарк, Э. М.* Три товарища Drei Kameraden / Э. М. Ремарк; пер. И. Шрайбера, Т. Яковенко. – Москва: Вагриус, 2002. – 447 с.

7. *Фонтане, Т.* Эффи Брист / Т. Фонтане; пер. с нем. Ю. Светланова, Г. Егерман, С. Гиждеу. – 153 с.

8. Duden. Die Grammatik. 8., völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. – Mannheim, Leipzig, Wien, Zürich: Dudenverlag, 2009. – 502 S.

Басов А. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Трансформация образа библейского царя Саула в стихотворении Дж. Г. Байрона «My Soul Is Dark»

Джордж Гордон Байрон (1788-1824) – английский поэт и один из наиболее значимых представителей романтизма. Байрон стал символом не только национального, но и европейского романтизма, вызвав целую волну литературных подражаний.

«My Soul Is Dark» – стихотворение Дж. Г. Байрона из цикла «Еврейские мелодии». Сюжетная основа восходит к библейскому рассказу о царе Сауле и молодом Давиде (1 Цар. 16). Байрон видоизменил тему, усилив мотивы, раскрывающие духовный мир лирического героя, глубину его внутренних страданий. Трансформация образа царя Саула у Байрона по сравнению с Ветхим Заветом демонстрирует существенные различия в интерпретации библейского персонажа в религиозном контексте и в поэзии Байрона.

Изучение образов, присущих различным культурным и художественным контекстам, особенно на примере таких знаковых личностей как царь Саул, позволяет глубже понять не только литературные традиции, но и философские концепции, отражающие общественные настроения разных эпох. Сравнительный анализ текста Библии и произведений Байрона обогащает наше восприятие этих произведений, демонстрируя, как один и тот же персонаж может быть интерпретирован по-разному.

В Библии Царь Саул – первый царь Израиля, избранный Богом для процветания народа. Он стал символом трагической судьбы человека, одаренного всем необходимым для успеха, но потерявшего все из-за внутренних конфликтов и внешнего влияния. Терзаемый завистью к Давиду и непокорный Богу, Саул становится воплощением падения и изгнания, создавая вокруг своей личности трагическую ауру. Его эмоциональность и жестокость, ярко изображенные в Библии, подчеркивают темы утраты, одиночества и упадка власти.

Персонаж Первой книги Царств, царь Саул испытывал уныние, отчаяние и душевные страдания. Чтобы облегчить своё состояние, он попросил найти человека, который мог бы играть на музыкальном инструменте. Музыка Давида успокаивала царя Саула и приносила ему облегчение. Байрон трансформирует библейский образ царя Саула, с большей эмоциональной насыщенностью, углубленным чувством одиночества и отчаяния, который переживает герой. Текст буквально переполнен лексикой, описывающей угнетенное состояние духа царя: *dark soul, brook, to burn my brain, wild and deep, weep, heavy heart will burst, nursed by sorrow, ached in sleepless silence long, doomed to know the worst*. Его душевные муки контрастируют с исцеляющей силой музыки Давида, призванной облегчить его страдания. Байрон создает более интимный и психологически сложный портрет,

основанный на внутренних чувствах. Тема потери и внутренней борьбы Саула у Байрона созвучна романтизму с его акцентом на эмоциональной глубине и личных переживаниях. Саул терзается непреходящей «черной меланхолией», его психологическое состояние соответствует романтической «мировой скорби» (Weltschmerz). Как и другие персонажи байроновской лирики, он рад бы выплакать свою боль в слезах, но неспособен заплакать. Именно поэтому он просит своего будущего преемника, пастушка Давида сыграть ему и спеть, чтобы благодаря музыке пережить очистительный и целительный для него катарсис («*a tear...will flow, and cease to burn my brain*»).

Байрон заметно осовременивает сюжет: Давид играет на арфе («*harp* – арфа, реже гусли;» этот струнный инструмент, известный с давних времен, на рубеже XVIII-XIX веков переживает новый всплеск популярности благодаря «Песням Оссиана» Дж. Макферсона и «Ирландским мелодиям» Т. Мура). Саул именует Давида певцом-менестрелем («*minstrel»*), что также указывает на влияние средневековой кельтской традиции.

Байроновский образ царя Саула выступает не только как историческая фигура, но и как символ уязвимости и трагедии человеческой сущности. Английский поэт вносит в этот образ новые нюансы, показывая, как глубокая меланхолия и переживания переплетаются с универсальными вопросами жизни и смерти.

Трансформация образа Саула отражает не только различия в восприятии и трактовке исторических событий, но и эволюцию литературных жанров и подходов к созданию персонажей. Библия предлагает нам взгляд на Саул сквозь призму религиозных и моральных ценностей, тогда как Байрон исследует его как трагического героя, воплощающего универсальные человеческие страсти и слабости.

Список литературы

1. *Азимов, А.* Путеводитель по Библии: Ветхий и Новый Заветы / А. Азимов. – URL: https://djvu.online/file/3jKVu8aSzSx60 (дата обращения: 18.02.25)

2. *Болдаков, А.* Познакомьтесь с Саулом: первым царем Израиля / А. Болдаков. – URL: https://ru.religiousopinions.com/meet-saul-israels-first-king (дата обращения: 18.02.25)

3. *Комфорт, Ф.* Большой Библейский Словарь / Ф. Комфорт. – URL: https://bible.by/lexicon /btd/word/3713/ (дата обращения: 18.02.25)

4. *Byron, G. G.* My Soul is Dark / G. G. Byron. – URL: https://www.poetry.com/poem/15148/my-soul-is-dark (дата обращения: 18.02.25)

Глушко И. Р.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Стихотворение Джорджа Гордона Байрона «Vision of Belshazzar» в русском переводе А. И. Полежаева

В 1815 г. в Лондоне был опубликован сборник «Еврейские мелодии» за авторством начинающего композитора Айзека Натана. Мелодии аккомпанировали текстам Джорджа Гордона Байрона, от прав на которые он отказался (Ashton, 1972). Среди прочих, в сборник вошло и стихотворение “Vision of Belshazzar”.

Основой сюжета стала 5 глава Книги пророка Даниила. Сюжетно байроновское стихотворение почти полностью повторяет источник. Главным фокусом истории является поиск разгадки к таинственному знаку свыше, а кульминацией – открытие правды, что позволяет отнести его к жанру баллады (Пронин, 2011).

Особенностью стилистики Байрона являются контекстные пробелы, направленные на то, чтобы заставить читателя использовать воображение настолько свободно, насколько возможно (Красавченко, 2018), и данное произведение – не исключение. Так, Байрон описывает только то, что подчеркивает драматизм ситуации. Например, первая строфа, фокусирующаяся только на описательной экспозиции:

The King was on his throne, *A thousand cups of gold,*
The Satraps throng'd the hall: *In Judah deem'd divine--*
A thousand bright lamps shone *Jehovah's vessels hold*
O'er that high festival. *The godless Heathen's wine!*

Вот как эта сцена описывается в синодальном переводе Ветхого Завета:

1 Валтасар, царь, сделал большое пиршество для тысячи вельмож своих и перед глазами тысячи пил вино.

2 Вкусив вина, Валтасар приказал принести золотые и серебряные сосуды, которые Навуходоносор, отец его, вынес из храма Иерусалимского, чтобы пить из них царю, вельможам его, женам его и наложницам его.

3 Тогда принесли золотые сосуды, которые взяты были из святилища дома Божьего в Иерусалиме; и пили из них царь и вельможи его, жены его и наложницы его.

4 Пили вино и славили богов — золотых и серебряных, медных, железных, деревянных и каменных.

От библейского описания у Байрона остались только фигура царя, броская картина «высокого» пира и собирательный образ тысячи сатрапов. Изображая последний, Байрон использует синекдоху: вместо человеческих фигур читатель замечает только тысячу золотых чаш, на столе перед сатрапами или же у них в руках, а также тысячу золотых светильников, освещающих их лица. Эти фигуры сливаются в толпу, на фоне которой и выделяется царь – так работает принцип контраста. Поэт фокусирует читательское внимание на главном: Валтасар полон неуважения, гордыни и, по христианским меркам, невежества.

Переводом этого стихотворения занимались в разные времена, на разные языки и на разных уровнях. На русский язык его переводили профессиональные переводчики XIX и XX века И.П. Бороздна (1828), А.И. Полежаев (1829), О.Н. Чюмина (б.д., 1864–1909), а также наш современник Е.Д. Фельдман (1994). Кроме того, существуют любительские прочтения Бе Бета (2018), Н. Ивановой-Хариной (2019). На украинский язык стихотворение переводилось Д.Ф. Паламарчуком (1982) и В.Б. Богуславской (2004).

С точки зрения потери или замены образов наибольший интерес представляет старый перевод, принадлежащий русскому поэту А. И. Полежаеву (1804-1838). Выполнен он был в промежутке между 1826 и 1828 гг. включительно, а опубликован – в 1829 г.

С его публикацией связана любопытная история, описанная Белинским в 1842 г.: перевод Полежаева «некогда был неправо присвоен себе одним стихотворцем и напечатан в «Московском телеграфе», что и произвело большие споры между этим журналом и «Галатеею», где спорная пьеса была получена из настоящего источника» (Белинский, 1948). Опубликован он был как самостоятельное произведение. И именно высокая степень расхождений с оригиналом позволила этому случиться.

При первом же взгляде можно заметить структурную разницу: Байрон делит своё стихотворение на шесть октетов, что в сумме даёт 48 строк; Полежаев свой перевод записал без деления на структурные единицы, и общий объем составил 54 строки. Трёхстопный ямб превратился в двустопный анапест. Такое вольное обращение с оригиналом было привычным для русских переводов XIX в. Текст процитированной выше первой строфы у Полежаева переведен так:

Царь на троне сидит; *Драгоценный чертог*
Перед ним и за ним *И блестит и горит,*
С раболепством немым *И земной полубог*
Ряд сатрапов стоит. *Пир устроить велит.*

Там, где Байрон акцентирует предметы роскоши, окружающие сатрапов, Полежаев подчеркивает их «немое раболепство» перед Валтасаром. Там, где Байрон оставлял читательскому воображению образ двора и свиты, Полежаев изображает «драгоценный чертог». Самовластный Валтасар назван у него «земным полубогом». Эти смысловые акценты, а также картина не просто заполнивших зал сатрапов, а их выстроенность в ряды, «перед ним и за ним» (Валтасаром), прямо указывают на армейский опыт русского поэта. Действительно, А.И. Полежаев был отправлен в армию «на исправление», неоднократно подвергался арестам и физическим наказаниям, из младших офицеров был разжалован в рядовые и сидел на гауптвахте. Так что он в полной мере ощутил на себе произвол командиров и отупляющую муштру. Поэтому там, где Байрон отмечает агрессивное невежество, Полежаев видит ничтожество и самодурство.

Байроновская подробность *«The fingers of a solitary hand»* у Полежаева усиливается и увеличивается в масштабе: *«Огневая рука (начертала слова) Исполинским перстом».*

Больше всего расхождений у Полежаева с Байроном в кульминации и развязке истории: где Байрон изначально очень вольно трактует библейский текст, Полежаев, наоборот, «возвращает» стихотворение к нему.

Байроновское изложение пророчества в финале у Полежаева воспроизводится почти дословно, с расшифровкой каждого слова, как в Библии:

'Belshazzar's grave is made,	*И еврей молодой*
His kingdom pass'd away,	*К Валтасару предстал*
He, in the balance weigh'd,	*И слова прочитал:*
Is light and worthless clay;	*Мани, фекел, фарес!...*
The shroud his robe of state,	*...Мани значит: монарх,*
His canopy the stone:	*Кончил царствовать ты!*
The Mede is at his gate!	*Град у персов в руках -*
The Persian on his throne!'	*Смысл, середней черты;*
	Фарес - третье - гласит:
	Ныне будешь убит!..

Завершается перевод Полежаева сообщением о сбывшемся пророчестве. У Байрона это вместилось в одну строку строфы: *The morrow proved it true.* У Полежаева это емкое, убедительное, афористически звучащее четверостишие: *Рек – исчез... Изумлен,/Царь не верит мечте./Но чертог окружен /И... он мертв на щите!*

Таким образом, в своем вольном, но высокохудожественном переводе А.И. Полежаев одновременно воссоздает идейно-художественный строй оригинала, усиливая его тираноборческое звучание, и возвращает байроновский текст к его библейским первоистокам.

Список литературы

1. *Белинский, В. Г.* <Стихотворения Полежаева> / В. Г. Белинский // Сборник сочинений в трёх томах. – М.: ОГИЗ, ГХИЛ, 1948. – Т. 2. – С. 239-279.

2. *Красавченко, Т. Н.* Образ Байрона в современном британском и американском литературоведении (обзор) / Т. Н. Красавченко // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 7, Литературоведение: Реферативный журнал. – 2018. – № 3. – С. 152-161.

3. *Пронин, В. А.* Баллада о Валтасаре Байрона и Гейне / В. А. Пронин // Вестник Московского государственного университета печати. – 2011. – № 7. – С. 67-72.

4. *Ashton, Th. L.* Byron's Hebrew Melodies / Th. L. Ashton. – L.: Routledge & Kegan Paul, 1972. – 234 p.

Голик А. С.
Многопрофильный лицей-интернат ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Символика розы в философской сказке Антуана де Сент-Экзюпери «Маленький принц»

Одним из главных образов философской сказки А. де Сент-Экзюпери стала роза. По словам В.Н. Топорова, это «<…> один из наиболее распространённых мифопоэтических образов» (Топоров 2008: 872). В древности, продолжает учёный, с ним связывали радость, позже – тайну, тишину и любовь. «Последнее значение стало наиболее устойчивым элементом символа Р.» (Топоров 2008: 872). Не случайно данное растение – первая любовь Маленького принца. Этот цветок представлен в сказке как красивое, но капризное растение. Автор даёт понять, что любовь – сложное чувство. Оно состоит из моментов, наполненных не только счастьем, радостью и взаимопониманием. Всё это читатель видит во взаимоотношениях Маленького принца и его розы.

В.Н. Топоров указывает также, что роза «в христианстве <…> обретает особую символическую ёмкость» – это мученичество и победа (Топоров 2008: 873). Теперь понятно, для чего в сказке особое место отводится шипам. Сам Маленький принц говорит: «Цветы слабые. И простодушные. И они стараются придать себе храбрости. Они думают: если у них шипы, их все боятся...» (Сент-Экзюпери 1986: 384). Столь хрупкому и беззащитному цветку шипы служат средством защиты от внешнего мира так же, как и людям.

Роза имеет и латентное сакральное значение. В католицизме её рассматривают в трёх колористических аспектах. Белая роза – символ чистоты и невинности, нередко она связана с образом Девы Марии. Белая роза становится алой, когда на неё проливается кровь Христа, поэтому она – символ страдания. Золотая роза означает нерушимую связь Иисуса и Девы Марии «во славе». В философской сказке Антуана де Сент-Экзюпери роза имеет алую окраску, что символизирует не только любовные страдания, перенесённые Маленьким принцем в отношениях с ней, но и жертву героя, на которую он пошёл ради своего друга – лётчика. Принцу чужды потребности людей (еда, питьё), но, стараясь понять страдание лётчика от жажды, он пробует воду из колодца, отрезая себе возвращение домой. Тем самым он жертвует своей прежней жизнью ради друга.

Список литературы

1. *Сент-Экзюпери, А. де*. Маленький принц. – Мн.: Беларусь, 1986. – 431 с.

2. *Топоров, В. Н.* Роза / В. Н. Топоров // Мифы народов мира. Энциклопедия: в 2-х тт. – Москва: Сов. энциклопедия, 2008. – Т. 1. – 1147 с. – URL: https://prussia.online/books/mifi-narodov-mira-1980-el (дата обращения: 24.02.2025)

Дегальцева А. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Стихотворение Д.Г.Байрона «Though the Day of My Destiny's over» в переводе Б.Л. Пастернака

Легендарному английскому поэту-романтику Джорджу Гордону Байрону (1788–1824) еще в детстве пришлось пережить немало невзгод: бедность, несмотря на дворянское происхождение, смерть отца, оставившего ранее семью, вспыльчивый характер матери; физический недостаток будущего поэта – врожденная хромота – вызывала насмешки сверстников.

И все же молодому Байрону удалось найти любовь, поддержку и спокойствие благодаря сводной сестре. Августа Ли была для Байрона родной душой, понимающей и принимающей его таким, какой он есть. В то время как высшее общество отвергало и преследовало поэта, Августа оставалась рядом, поддерживая брата в самые трудные моменты его жизни. Её безусловная любовь стала для Байрона источником вдохновения и эмоциональной опорой. Именно эти глубокие чувства привели к созданию цикла *«Stanzas to Augusta»,* стихотворений-признаний в любви, адресованных сестре, одним из которых является *«Though the Day of My Destiny's over»* (24 июля 1816 г.).

Мы проанализируем перевод этого стихотворения, выполненный Пастернаком Б.Л. (опубл. 1940). Крупнейший русский поэт и блистательный переводчик зарубежной поэзии, Борис Леонидович Пастернак (1890–1960) начал заниматься переводами в сложный для себя период, когда публикация собственных произведений была затруднена. В 1930-е годы, столкнувшись с идеологическим давлением, он обратился к переводам не только как к заработку, но и как к средству творческой самореализации.

Творчество английского романтика было Пастернаку особенно близко. Он увидел в судьбе поэта параллели со своей: непонимание современников, сложные отношения с обществом и стремление к внутренней свободе. Работа над переводами Байрона стала для него глубоко личным переживанием: убежищем от современной действительности, погружением в мир романтики. *Антитеза (противопоставление)* становится основным приемом в стихотворении Байрона и пастернаковском переводе. Это не просто стилистический прием, а базовый принцип построения всего смыслового образа произведения: отвержение миром – принятие сестрой, разрушенные надежды – сохранившаяся любовь, враждебность природы – гармония душ, внешнее одиночество – внутренняя связь. Особенно ярко антитеза проявляется в строках: *«In the desert a fountain is springing/ In the wide waste there still is a tree»* («Есть в пустыне родник, чтоб напиться, / Деревцо есть на лысом горбе»), где безжизненный пейзаж пустыни противопоставлен жизнеутверждающим образам родника и дерева – символам надежды и любви. Пастернак Б.Л., всегда подходивший к работе крайне профессионально, утверждал, что перевод должен быть самостоятельным художественным произведением и, «подобно оригиналу, перевод должен производить впечатление жизни, а не словесности» (Ратгауз, 1996). В

соответствии с этим принципом переводчик заменяет условную «пустошь» (*wild waste*) «лысым горбом», запоминающейся пейзажной деталью, а *«tree»* переводит уменьшительно-ласкательным «деревцом», что вполне уместно, если речь идет о сестринской поддержке.

В стихотворении Байрона, при всей его романтической направленности, присутствует библейское понимание любви как всепрощающей, терпеливой и неиссякаемой силы, о чем пишет Апостол Павел: «Любовь долго терпит, милосердствует, любовь не завидует… все покрывает, всему верит, всего надеется, все переносит» (1 Кор. 13). Библейская истина «любовь никогда не перестает» находит отражение в строках: «Мало даже утраты вселенной, / Если в горе наградою ты» (1 Кор. 13). Как и в библейском тексте, любовь у Байрона представлена силой, способной преодолеть любые испытания и потери. Именно такую безусловную любовь Байрон находит в отношениях с сестрой, что отражает перевод Пастернака: *«Ты из смертных, и ты не лукава, / Ты из женщин, но им не чета»* (Байрон).

Сравнение с библейским пониманием любви служит дополнительным слоем интерпретации, выводя на первый план универсальные истины о любви и верности, которые остаются актуальными в любую эпоху. Пастернак, беря на себя задачу преобразования произведения Байрона, создает не просто перевод, но самостоятельное произведение искусства, которое находит отклик в сердцах современных читателей. Эта преемственность, основанная на взаимопонимании и глубоком эмоциональном резонансе, делает обоих поэтов важными фигурами в литературе и подчеркивает непреходящую значимость их творчества.

Исследование стихотворения Джорджа Байрона *«Though the Day of My Destiny's over»* и его перевода Бориса Пастернака подчеркивает глубокую эмоциональную связь между этими двумя поэтами, несмотря на различие в эпохах и обстоятельствах. Пастернак через призму своего времени и личного опыта умело передает глубину чувств и сложные внутренние переживания Байрона, сохраняя при этом его основную идею о преданности и любви. Используемые в стихотворении антитеза и параллелизм не только обогащают текст, но и позволяют читателю лучше понять концепцию вечной, всепрощающей любви, которую Байрон изображает через свои отношения с преданной ему женской душой.

Список литературы

1. *Байрон, Дж. Г.* Стансы к Августе / Дж. Г. Байрон; пер. с англ. – URL.: http://eng-poetry.ru/PoemE.php?PoemId=6414 (дата обращения: 28.02.2025)

2. *Библия.* Первое послание к Коринфянам. Глава 13. – URL.: https://azbyka.ru/biblia/?1Cor.13&r (дата обращения: 28.02.2025)

3. *Ратгауз, Г.* О переводах Бориса Пастернака / Г. Ратгауз // Иностранная литература. – 1996. – № 12. – URL.: https://magazines.gorky.media/inostran/1996/12/o-perevodah-borisa-pasternaka.html (дата обращения: 28.02.2025)

Дубницкая Д. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Образ подростка в романе Дэвида Митчелла «Black Swan Green»

Концепция иного-другого (the Other) является одной из ключевых в литературоведении, отражая маргинальное положение личности в обществе. В романе Дэвида Митчелла «Black Swan Green» (Mitchell, 2014; Митчелл, 2024) образ Джейсона Тейлора воплощает эту концепцию через несколько аспектов, раскрывающих его инаковость. Одним из внешних проявлений инаковости Джейсона является его заикание, которое выступает символом внутренней уязвимости. Нарушение речи становится не только физической особенностью героя, но и препятствием для его социализации. Заикание делает Джейсона объектом насмешек со стороны сверстников, усиливая его чувство одиночества. Эта деталь подчеркивает связь между физическим дефектом и социальным отчуждением, что позволяет рассматривать заикание как метафору изолированности.

Еще одним важным аспектом инаковости является творческая натура Джейсона. Склонность к поэзии и воображению выделяет его среди сверстников, для которых подобные интересы ассоциируются со слабостью. Лирический дар героя формирует его внутренний мир, в котором реальность переплетается с фантазией. Однако художественные способности еще больше усиливают его отчужденность, так как творчество противопоставляется прагматичному и жестокому миру подростков.

Неотъемлемой частью образа иного-другого становится восприятие Джейсоном окружающего мира. Герой отличается острой наблюдательностью, чувствительностью и стремлением к самопознанию. Эти качества делают его внутренний мир богаче, но одновременно лишают его защиты от внешних угроз. В результате Джейсон оказывается в состоянии постоянного внутреннего конфликта между желанием быть принятым обществом и потребностью сохранить свою индивидуальность.

Таким образом, образ Джейсона Тейлора представляет собой многослойную модель иного-другого, в которой физическая инаковость сочетается с духовным богатством. Автор подчеркивает, что маргинальное положение героя не только порождает страдания, но и способствует его личностному росту, делая инаковость важным условием формирования индивидуальности.

Писатель подчеркивает двойственную природу инаковости: она одновременно становится источником страданий и предпосылкой для обретения индивидуальности.

Список литературы

1. *Митчелл, Д.* Под знаком чёрного лебедя: роман / Д. Митчелл; пер. с англ. Т. Боровиковой. – СПб.: Азбука, Азбука-Аттикус, 2024. – 544 с.

2. *Mitchell, D.* Black Swan Green / D. Mitchell. – Lnd: Sceptre, 2014. – 371 p.

Завязкина С. О.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Абсурдистские приемы в пьесе М. де Гельдерода «Проделка Великого Мертвиарха»

Критические точки в рамках исторического процесса часто отмечены переосмыслением соотношения рационального и иррационального начал. Н. С. Автономова подчеркивает: «тема рациональности не всегда становится в собственном смысле проблемой – во всяком случае, до той поры, покуда не становится проблемой сам разум» (Автономова 1988: 11). Деструктивность, которой парадоксально оборачивается рационализация, особенно – на сломах эпох, подводит к вопросу о сомнении в ее способности упорядочить мир («рациональность действия» (Автономова 1988: 11)).

Эта культурно-историческая линия обозначена Ю. М. Лотманом как «колебания маятника между состоянием взрыва и состоянием организации» (Лотман 1992: 245). Так, категория разума, важная для эпохи Просвещения, будет пересмотрена в параметрах романтической мысли, но вновь вернет себе законное место в прагматическом свете середины XIX в. и рубежа XIX-XX вв. Закономерно, что осмысление плодов рациональной мысли, обращенных против человеческого, обернется выраженным абсурдистским началом в литературно-художественных текстах XX в.

Исторические события первой половины XX в., в частности катастрофа Первой мировой войны, обеспечат фундамент для дальнейшего развития экзистенциалистской философии, одним из важнейших аспектов которой станет понятие абсурда. Поэтика абсурда, в свою очередь, отчётливо отразится в концепции театра парадокса (антитеатра) второй половины XX в.

Театр абсурда отмечен фрагментарностью повествования, обращенностью в прошлое, опорой на архаические традиции и проницательной насмешкой над реальностью, дозволенной только паяцу, – поэтому в нем силен буффонный элемент. Шутовское начало проявляется в речевой игре (бессмыслице, каламбурах, парадоксах) и подвижности действия (физическом юморе: драках, падениях, ужимках, суете). Человек становится марионеткой, объектом, над которым по воле драматурга совершается действие (Тремаскина 2008: 93). Театр абсурда также характеризуют «чистые театральные эффекты» – абстрактные бессловесные сцены, отсылающие к мимам и акробатам. Согласно М. Эсслину, это конкретное свойство «свидетельствует о его принадлежности к антилитературе, отказе от языка как инструмента для выражения глубинных уровней смысла» (Эсслин 2010: 274).

Однако, несмотря на то, что оформление театра абсурда приходится на 1950-1960 гг., его открытия обнаруживают себя в европейской драматургии уже в начале XX в.

Т. Б. Проскурникова пишет: «если старшие литераторы <…> сумели осознать реальные причины войны, то те, кому к моменту ее начала не было и двадцати, воспринимали ее порой как апокалипсическое видение эры жестокости и насилия» (Проскурникова 1983: 34).

Симптоматично, что поэтика абсурда, во многом продиктованная духом военной и послевоенной Европы, проявляет себя в творчестве группы бельгийских драматургов первой половины XX в. Примером становится пьеса Мишеля де Гельдерода «Проделка Великого Мертвиарха» (фр. *La Balade du Grand Macabre*, 1934).

Уже фабула произведения, отсылающая к средневековым фарсам и кукольным представлениям, отмечена мировосприятием абсурда.

Смерть под именем Некрозотар отправляется в княжество Брейгелландию, что в старой Фландрии, на «апокалипсическую прогулку» (Проскурникова 1983: 36). Он желает убить жителей края, однако поддается их несокрушимой витальности, напивается допьяна и умирает сам. Конец Света забирает с собой только антагонистов. Юные влюбленные, заключенные в склепе, обретают свободу. Княжество оживает.

Этот сюжет, помещенный в условное время, проникнут духом эпохи Гельдерода. До Апокалипсиса Брейгелландия пребывает в смуте и утешается лишь славным прошлым, где «жареные жаворонки падали вам прямо в рот» (Гельдерод 1983: 203). В несчастном крае с памятью о величии легко считать Европу 30-х гг. XX в. Однако финал «Проделки» оптимистичен: Жизнь расправляется со Смертью. Над миром воцаряется непобедимая любовь, а Сущее находит новое рождение.

Абсурдистское проявляется в образах героев пьесы. Очевидно, что в них присутствуют раблезианские аллюзии – каждый персонаж произведения обладает говорящим именем. Так, пьяницу по цвету носа зовут Сизанос (фр. *Porprenaz* от старофр. *porpre* ‘пурпур’), слабохарактерного философа – Пустоль (фр. *Videbolle* от *vide* ‘пустой’), его властную и вульгарную жену – Слюниана (фр. *Salivaine* от *saliver* ‘выделять слюну’ и *vaine* ‘тщеславная, суетная’), непомерного принца, охотного до съестного – Сир Обожрисс (фр. *Sire Goulave* от *goulu* ‘обжора’).

Эти гротескные типы постоянно действуют парадоксальным образом. Ужасная смерть, носитель апокалипсической идеи Некрозотар сидит на дереве и бросает в Сизаноса камни в наказание за дурное пение; наследник великой династии и самодержец принц Обожрисс катается на шаре и сваливается с деревянной лошадки; министры, оспаривая право на власть и влияние, обмениваются пощечинами.

Абсурдистское начало угадывается и в построении диалога, насыщенного комическими приемами: иронией, каламбурами и гротеском. К примеру, Жасмина и Адриан изъясняются высоким слогом, полным избыточной образности и гиперболизированных перифразов. Их диалог Сизанос емко характеризует как «эротическое красноречие». Жасмине принадлежит показательная реплика: *«Найдем ли мы наконец укромный уголок, мягкое гнездышко, скрытое от глаз старых болтливых сатиров, где наши обнаженные тела смогут предаться змеиным играм?»* (Гельдерод 1983: 153).

Хотя в пьесе нет значимых для антитеатра разрушения времени, пространства и действия, очевидно, что «Проделка Великого Мертвиарха»

отсылает к абсурдистской поэтике. Этому служат такие приемы, как интертекстуальность (средневековые аллюзии, «раблезианский» текст), гротеск, «черный юмор» и обращение к традиции фарса.

Список литературы

1. *Автономова, Н. С.* Рассудок, разум, рациональность / Н.С. Автономова; Отв. ред. В. А. Лекторский; АН СССР, Ин-т философии. – М.: Наука, 1988. – 286 с.

2. *Гельдерод, М. де.* Театр / М. де Гельдерод; пер. с фр. под ред. Ю. Стефанова; вступительная статья Л. Андреева; комментарии С. Шкунаева. – М.: Искусство, 1983. – С. 146-240.

3. *Лотман, Ю. М*. Культура и взрыв / Ю. М. Лотман. – М.: Гнозис, 1992. – 272 с.

4. *Проскурникова, Т. Б.* «Золотой век» бельгийской драмы / Т. Б. Проскурникова // Верхарн Э., Метерлинк М., Гельдерод М. де, Кроммелинк Ф. Пьесы. Сборник; Сост. Т. Проскурникова. – М.: Радуга, 1983. – С. 30-42.

5. *Тремаскина, И. В*. Театр абсурда: философские и эстетические корни. Основные художественные принципы / И. В. Тремаскина // Инженерные технологии и системы. – 2008. – №. 3. – С. 93-97.

6. *Шервашидзе, В. В.* Эстетика парадокса в театре абсурда / В. В. Шервашидзе // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. – 2013. – №. 3. – С. 5-8.

7. *Эсслин, М.* Театр абсурда / Эсслин М. – Санкт-Петербург: Балтийские сезоны, 2010. – 528 с.

Звягинцева А. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Особенности хронотопа в романе Н. Готорна «Алая буква»

Категория хронотопа представляет собой единство временных и пространственных характеристик в литературно-художественном произведении. Термин введён М. М. Бахтиным, который определял его как «существенную взаимосвязь временных и пространственных отношений, художественно освоенных в литературе» (Бахтин 1975: 121).

Важность художественного пространства подчёркивает А. Б. Есин, отмечая, что именно оно наиболее полно выражает идейно-эмоциональное содержание художественного текста. Образ мира служит не только фоном, на котором развиваются события, но и становится важнейшим композиционным элементом, который придаёт произведению целостность (Есин, 1999). Категория пространства неразрывно связана с категорией времени. Именно взаимодействие этих двух составляющих определяет специфику хронотопа, который, в свою очередь, обусловливает композицию, динамику развития сюжета и характеров. Таким образом, хронотоп является не только способом

репрезентации событий, но и важнейшим инструментом выражения авторского замысла и смыслового единства произведения (Есин, 1999).

Особенное восприятие времени и пространства в контексте различных эпох обнаруживает себя и в художественных типах пространственно-временных отношений. Так, в античной литературе хронотоп часто связан с мифологическим временем и пространством, где боги и герои взаимодействуют в мире, насыщенном мифологическими событиями, а время циклично и связано с судьбой и предназначением. В параметрах средневековья хронотоп приобретает сакральные черты, отражая религиозные представления о мире. Пространство становится иерархическим и символическим, как, например, в «Божественной комедии» Данте. В литературе Возрождения пространство становится более конкретным и географически точным, а время – историческим и линейным.

В эпоху романтизма хронотоп приобретает новые черты. Значимой становится «пограничность» времени и пространства, репрезентирующая диссонанс, разъятость мира, в котором пребывают герои. Природа в романтическом искусстве становится одновременно и убежищем (поиски гармонии и идеала), и испытанием («вертикальность» пространства, изображение стихий). Линейность времени нарушена: связь настоящего и прошлого реализует принцип универсальности (миг и вечность), но также вынуждает героев вновь и вновь переживать страдание.

Примером реализации романтического хронотопа становится творчество Н. Готорна, американского писателя XIX века, работы которого связаны с пуританской историей Новой Англии. В произведениях Готорна это время-пространство становится символическим, отражая внутренние конфликты персонажей и их борьбу с нравственными дилеммами. Природа здесь выступает как зеркало души, подчеркивая эмоциональные и психологические аспекты повествования. Историческое прошлое страны, волновавшее всех американских романтиков, для Готорна – новоанглийское пуританство XVII века (Лосев, 1995). События этого времени становятся фундаментом для романа Н. Готорна «Алая буква» (*The Scarlet Letter*, 1850).

Хронотоп в романе играет ключевую роль в формировании смыслового пространства произведения. Действие романа происходит в пуританском Бостоне XVII века, что позволяет автору исследовать темы морали, вины и искупления в контексте строгой религиозной общины. Образ пуританского Бостона становится символичным воплощением духовного угнетения и иссушающей моральной строгости.

Пространство в романе отражает внутренние коллизии, психологическое состояние героев. Важными в этом ключе становятся такие локусы, как тюрьма и город, эшафот, лес, уединенная хижина главной героини Эстер Прин и дом священника Димсдейла. Значимо, что образ тюрьмы становится первым, с чем сталкивается читатель, и символизирует не только буквальное место заключения, но и общественный порядок, основанный на законах пуританской морали. Тюрьма для Эстер – это отправная точка её жизненного пути, место, где начинается её история и где она впервые

появляется с алой буквой на груди: *«Перед нами тяжёлая дубовая дверь с железными шипами… Над нею – ржавая решётка, за которой видны суровые лица стражей…»* (Готорн 2022: 63).

Эшафот становится символом публичного позора и страданий Эстер, в то время как её хижина на окраине города представляет собой место изоляции и одновременно свободы. В то же время именно город, являясь центром общественной жизни, становится местом её позора, а противопоставленный ему топос леса – пространством освобождения и самопознания. Дом Димсдейла, наоборот, связан с мотивами лицемерия, самообмана и изнуряющей внутренней борьбы.

Противопоставление пространства и времени усиливает драматизм повествования. Время в романе не является линейным; оно циклично и подчёркивает неизменность пуританских нравов. Эстер, несмотря на прошедшие годы, продолжает оставаться изгоем в глазах общества. Время давит на неё, постоянно напоминая о её проступке, но также даёт возможность для внутренней эволюции и духовного роста. Её чувствительность к тем, кто также стал жертвой, превращает ее из человека, чья жизнь была разрушена, в сильную и чувствительную женщину, уважающую человечность других (Лосев, 1995). В последние годы ее жизни «*…эта буква перестала быть клеймом позора, вызывавшим презрение и негодование людей; она стала выражением чего-то достойного глубокого сочувствия, и на все теперь смотрели не только с трепетом, но и с уважением*» (Готорн 2022: 317).

Хронотоп в романе «Алая буква» акцентирует конфликт между личной свободой и требованиями общества, нравственностью и моралью, между грехом и покаянием. Пространственные («город / тюрьма – лес») и временны́е («прошлое – настоящее») оппозиции не только обусловливают мировосприятие героев, но и определяют их исключительность, противопоставляют облеченных страстями героев пуританскому миру. Взаимодействие времени и пространства в романе Готорна усиливает степень переживания разрыва не только между личностью и обществом, но и между мечтой об осуществлении запретных чаяний и закоснелой действительностью.

Список литературы

1. *Бахтин, М. М.* Формы времени и хронотопа в романе: очерки по исторической поэтике / М. М. Бахтин // Вопросы литературы и эстетики. – Москва: Искусство, 1975. – С. 119-121.

2. *Готорн, Н.* Алая буква: роман / Н. Готорн; пер. с англ. Е. Осеневой. – Москва: Издательство АСТ, 2022. – 320 с.

3. *Есин, А. Б.* Время и пространство / А. Б. Есин // Введение в литературоведение. Литературное произведение: основные понятия и термины. – М.: Высшая школа, 1999. – С. 47-62.

4. *Лосев, А. Ф.* Проблема символа и реалистическое искусство / А. Ф. Лосев. – 2-е изд., испр. – Москва: Искусство, 1995. – 312 с.

Кэчула П. С.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Мотивная структура дилогии А. Смит («Осень», «Зима»)

Западноевропейская литература первой трети XXI века отмечена влиянием различных тенденций. Современные писатели исследуют становление человеческого «Я» в условиях многополярного и многокультурного мира, что выражается и в обращении к различным философским и литературно-художественным концепциям. Всё большее количество исследователей отмечают диалог постмодернизма и метамодернизма: «герменевтический круг» интерпретаций художественного произведения, во многом построенного на авторской игре с читателем, в начале XXI в. маркирован переосмыслением эпохи и необходимостью возвращения к гуманистическому началу.

Как отмечает А. А. Грицанов, современная философская рефлексия характеризуется «дистанцированием не только от классической, но и от неклассической традиций», что закономерно находит отражение в литературе, стремящейся запечатлеть фрагментированность и многогранность человеческого существования (Грицанов 2007: 425). Это дистанцирование от традиций особенно заметно в постмодернистских и метамодернистских произведениях, в которых авторы экспериментируют и с формой, и с содержанием.

Термин «постмодернизм» оформляется в середине XX века, но начинает применяться по отношению к литературно-художественным экспериментам только в 1960-е гг. А. А. Грицанов предлагает следующее определение: «постмодернизм – понятие, используемое современной философской рефлексией для обозначения характерного для культуры сегодняшнего дня типа философствования, содержательно-аксиологически дистанцирующегося не только от классической, но и от неклассической традиций и конституирующего себя как пост-современная, т.е. постнеклассическая философия» (Грицанов 2007: 425).

Если понятие «постмодернизм» зафиксировано в середине XX века, то термин «метамодернизм» – с начала 2000-х годов, хотя первые упоминания встречаются еще в 1970-х. Этот термин был впервые введен голландскими философами Тимотеусом Вермюленом и Робином ван дер Аккером в их эссе «Заметки о метамодернизме» в 2010 году. Метамодернизм представляет собой попытку осмыслить и интегрировать достижения постмодернистской литературы, одновременно преодолевая ее ограничения (отказ от гипертрофированной иронии и цинизма, возвращение к субъективности, уход от нигилизма).

Одной из современных писательниц, в творчестве которой очевидно влияние обоих дискурсов, является Али Смит, представительница шотландской литературы.

В этой связи интерес представляет так называемый «Сезонный квартет» А. Смит: «Осень», «Зима», «Весна», «Лето» (2016-2020). Важным

структурообразующим элементом каждого из четырех произведений становится мотивная организация. Закономерно и деление квартета на дилогии в связи с «сезонными» мотивами: так, в романах «Осень» (*Autumn*, 2016) и «Зима» (*Winter*, 2017) связующими мотивами становятся память, искусство и природа.

Мотив памяти играет центральную роль в обоих романах, определяя взаимоотношения между персонажами и их восприятие окружающей действительности. В «Осени» это проявляется через воспоминания старика Дэниэла, которые служат своеобразным противовесом нестабильности современного мира, его дезинтеграции. Дэниэл становится носителем («сосудом») знания о жизни и смерти, отягощающих экзистенцию человека: *«Он думал, что смерть очищает человека, сдирает с него гниющую гниль, пока он не становится легким, как облачко*» (Смит 2018: 1). В «Зиме» мотив памяти раскрывается через призму семейных отношений, где воспоминания о прошлом становятся как источником конфликтов, так и средством примирения (Смит, 2019). В романе «Осень» память Дэниэла становится опорой для главной героини, Элизабет, в то время как в романе «Зима» от способности примириться с прошлым зависит воссоединение семьи Кливз.

Мотив искусства выполняет важную функцию в формировании идентичности и преодолении социальной изоляции. В романе «Осень» искусство выступает как мост и между поколениями, и между эпохами, чему способствует коллажная техника (отсылки к творчеству Полин Боти). В «Зиме» соприкосновение со сферой искусства – возможность открытия подлинного «Я». Искусство становится способом осмысления личного опыта, преодоления страха жизни, познания красоты (шекспировские аллюзии; скульптурное творчество Барбары Хепуорт).

Мотив природы в дилогии А. Смит несет в себе глубокий символический смысл. Осень в первом романе символизирует период упадка и утраты, отражая общее состояние общества, переживающего кризис: *«Это было худшее из всех времен, это было худшее из всех времен. В очередной раз. В этом суть вещей. Они распадаются, всегда распадались и всегда будут распадаться – такова их природа»* (Смит 2018: 1). Если мотив осени вовлекает в смысловое пространство и мотив сна («сон» природы), то зима в трактовке Смит предвещает будущее рождение мира, что реализовано благодаря рождественским аллюзиям.

Очевидно, что дилогия Али Смит иллюстрирует взаимодействие постмодернистской и метамодернистской парадигм. Интертекстуальность, «коллажность» романов Смит (наличие литературных, живописных, музыкальных аллюзий) определяет постмодернистскую неоднозначность интерпретации произведений. Вместе с тем магистральные мотивы памяти, искусства и природы маркируют уход от свойственной постмодернизму децентрации: значимыми становятся вопросы обретения целостной идентичности, самореализации, установления человеческих взаимоотношений, а также преодоления кризиса, порожденного потребительской эпохой.

Список литературы

1. *Грицанов, А. А.* Постмодернизм / А. А. Грицанов // Новейший философский словарь. Постмодернизм. – Мн.: Современный литератор, 2007. – С. 425-428.
2. *Смит, А.* Зима / А. Смит; пер. с англ. В. В. Нугатов. – Москва: Издательство «Эксмо», 2019. – 240 с.
3. *Смит, А.* Осень / А. Смит; пер. с англ. В. В. Нугатов. – Москва: Издательство «Эксмо», 2018. – 160 с.

Оленина Е. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Фольклорные мотивы в романтическом историческом романе В. Скотта «Ламмермурская невеста»

Романтизм как литературное направление формируется на рубеже XVIII-XIX вв. на фоне социальных и исторических катаклизмов. Осмысление итогов Французской буржуазной революции 1789 года во многом стало фундаментом для формирования особого мироощущения, определяемого как «романтическое». Закономерно, что именно в это время появляется потребность в осмыслении истории как процесса, что в литературе приводит к созданию такой жанровой формы, как романтический исторический роман.

Утверждение историзма как нового восприятия истории в английской литературе связано с именем Вальтера Скотта (1771-1832). Более того, под знаком вальтерскоттовского романа проходит развитие исторического романа в мировой литературе.

Важным аспектом в жизни и творчестве Вальтера Скотта является его участие в антикварном движении в XVIII веке, развернувшемся на Британских островах. Антикварное движение было направлено на изучение и исследование фольклора и традиций скандинавских и кельтских народов. Интерес к национальной истории, к фольклору, свойственный искусству романтизма в целом, становится характерной чертой исторического романтического романа и проявляется в воссоздании «местного колорита».

Передача национальной специфики истории, «местного колорита» в творчестве В. Скотта – шотландца – особенно отчетливо проявляется в его «шотландском цикле», в который входит роман «Ламмермурская невеста» (1819).

М. Шершевская в послесловии и комментариях к роману, изданному в 1962 г., отмечает, что в основу сюжета романа В. Скотта легла легенда, связанная с трагическим событием в семействе Джеймса Далримпла, лорда Стэра, шотландского государственного деятеля и юриста, которое произошло в 1659 году. Скотт изменил время и место действия романа: события происходят не в юго-западной части Шотландии, а в восточных районах страны, и на полвека позже (Скотт 1962: 629).

При этом судьба вымышленного главного героя романа «Ламмермурская невеста» Рэвенсвуда неразрывно связана с трагической историей Шотландии (Скотт 1962: 629). Действие романа происходит в 1709-1710 годах, когда в Англии и Шотландии вспыхивали восстания и менялись правящие партии, а отношения между двумя странами складывались довольно драматично.

Трагическая атмосфера истории воссоздается в романе посредством трагедии главных героев, которые оказываются вовлечены в этот исторический водоворот событий. Но кроме драматической цепочки исторических событий, приведших к трагедии, важным для создания атмосферы романа становится фольклорный компонент.

Судьбы героев романа переплетаются с народными легендами и преданиями рода Рэвенсвудов. При этом Вальтер Скотт отмечает словами Эдгара Рэвенсвуда: *«Старинные предания часто говорят правду»* (Скотт 2021: 363). Народные предания, легенды (как существовавшие, так и созданные самим автором) способствуют воссозданию местного колорита. Используя родовые предания, автор словно подкрепляет связь прошлого с настоящим, необходимой для осознания истории как процесса. Кроме того, он наделяет фольклорный компонент функцией зловещих предзнаменований и мрачных пророчеств. Остановимся на некоторых из них.

В главе III Вальтер Скотт пишет о гербе Рэвенсвудов, который *«представлял голову черного быка с девизом: «Я выжидаю свой час!»»* (Скотт 2021: 48). История девиза рода была связана с преданием о том, как враг Рэвенсвуда, захвативший его владения в XIII веке, устроил пир и приказал внести блюда. А Рэвенсвуд, *«переодетый лакеем, ответил «…»: «Я выжидаю свой час!» – и в тот же миг на столе появилась бычья голова – древний символ смерти»* (Скотт 2021: 49). После этого заговорщики набросились на завоевателя. С этой легендой в роман вводится мотив мести, который становится одним из сюжетообразующих.

Функцией мрачного пророчества наделяется легенда об источнике, который *«удостоился особого поклонения»* (Скотт 2021: 76) рода Рэвенсвудов. Легенда повествует, что один из лордов встретил прекрасную нимфу возле источника и был ею очарован. Их встречи были тайными, и виделись они лишь по пятницам и до того момента, как прозвонит колокол, возвещая о вечерней службе. Но однажды лорд рассказал о них священнику, который был уверен, что это нечистая сила, и *«отшельник умышленно запоздал ударить в колокол»* (Скотт 2021: 78). Только по теням нимфа узнала, что час вечерни прошел, она вырвалась из объятий лорда и бросилась в источник. *«На поверхности воды показались пузыри, окрашенные кровью»* (Скотт 2021: 78) и лорд понял, что прекрасная нимфа погибла. Угрызения совести стали причиной его скорой смерти в битве, но перед этим возле источника он воздвиг храм. *«Говорят, что с того времени начался упадок дома Рэвенсвудов»* (Скотт 2021: 78). Красивой трагической легенде автор тут же предлагает менее возвышенную, но не менее трагическую альтернативу: в порыве ревности лорд возле источника убил крестьянку, и ее *«кровь смешалась с водами заговоренного*

источника» (Скотт 2021: 78). В любом случае, *«это место считается роковым для рода Рэвенсвудов»* (Скотт 2021: 304). Это место становится роковым и для последнего Рэвенсвуда. У источника он встретился с Люси Эштон и позже с ней расстался. События прошлого переплетаются с настоящими через легенды и предания, тем самым личная драма героев словно насыщается символикой шотландского фольклора.

Позже у этого же источника у Эдгара Рэвенсвуда произошла встреча с женщиной в белом: он *«увидел женщину в белом или, скорее, дымчатом одеянии»* (Скотт 2021: 364). Рэвенсвуд принял ее за Люси, но это оказался призрак Элис, слепой служанки семьи Рэвенсвудов, как позже стало известно, она умерла в момент видения молодого Рэвенсвуда, а перед смертью желала его увидеть.

Образ Белой Дамы является популярным в фольклоре разных народов и трактуется по-разному, но в основном он ассоциируется со смертью. Е.И. Колосова в своей статье «Подлинная мистика, правдивая история: баллады, легенды и образ Белой Дамы в романах “Ламмермурская невеста” и “Монастырь” В. Скотта» пишет о том, что в поздних германских легендах Белая Дама появляется только в старинных фамильных замках и ее образ *«трактовался как предупреждение о смерти кого-либо из членов семьи, но наряду с этим она считалась и могущественным духом – покровительницей рода»* (Колосова 2022: 147). Видение Эдгара, таким образом, было знамением скорой трагедии и краха рода Рэвенсвудов.

Важным для концепции романа является предсказание, *«сказанное старым патером, исповедником»* (Скотт 2021: 272) деда Эдгара о том, как погибнет последний Рэвенсвуд: это произойдет после встречи с мертвой его невестой, и тогда *«в зыбучих песках Келпи оставит он коня, и древнее его имя исчезнет с этого дня»* (Скотт 2021: 272). Так все и происходит в романе, на полпути к башне, *«Эдгар достиг роковых песков – и исчез»* (Скотт 2021: 518) – сбылось предание прошлого, погиб последний Рэвенсвуд.

Таким образом, в историческом романе Вальтера Скотта «Ламмермурская невеста» фольклорные мотивы играют значительную роль в формировании трагической атмосферы и передачи «местного колорита», работающего на создание национального своеобразия Шотландии. Кроме того, автор вводит родовые предания, что позволяет ему связать временные пласты, показать прошлое и настоящее в непрерывности и преемственности и, одновременно, обозначить важнейший для романтической эстетики мотив рока.

Список литературы

1. *Колосова, Е. И.* Подлинная мистика, правдивая история: баллады, легенды и образ белой дамы в романах «Ламмермурская невеста» и «Монастырь» В. Скотта / Е.И. Колосова // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2022. – Вып. 6 (861). – С. 144–150.

2. *Скотт, В.* Ламмермурская невеста: роман / Вальтер Скотт; [пер. с англ. В. А. Тимирязева, А. Л. Яковлева]. – Москва: Вече, 2021. – 544 с.

3. *Скотт, В.* Ламмермурская невеста / В. Скотт; пер. с англ. Б. А. Тимирязевой. Собрание сочинений: в 7 т. – Москва ; Ленинград: Худ. литература, 1962. – Т. 7. – С. 7-365.

Подшивайло Т. Е.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Библейский мотив в стихотворении Дж.Г.Байрона «All Is Vanity, Saith The Preacher»

Джордж Гордон Байрон (1788–1824) – выдающийся английский поэт, одна из ключевых фигур эпохи романтизма. Его произведения, пронизанные личным опытом и размышлениями о несовершенстве мира, глубоко тронули сердца множества поклонников поэзии. Творчество Байрона оказало значительное воздействие на литературные традиции как Англии, так и России. Его имя стало символом целого направления в поэзии, породив термин байронизм, обозначающий подражание стилю и тематике его произведений (Кучмина, 2014).

Байроновское стихотворение «All Is Vanity, Saith The Preacher» входит в цикл «Hebrew Melodies». «Еврейские мелодии» – сборник из 30 стихотворений Байрона, опубликованный в Лондоне в 1816 г. Идея создания сборника принадлежит композитору Исааку Натану, вдохновленному успехом стихов об ирландской судьбе и решившему привлечь внимание к еврейской. Стихотворения были написаны в конце 1814 – начале 1815 гг. Вышедший в 1816 г. сборник был полностью распродан, принеся известность автору (Алексеев, 2016).

Стихотворение «All Is Vanity, Saith The Preacher» своим названием отсылает к библейской фразе «Vanitas vanitatum et omnia vanitas» из «Книги Екклесиаста». Использование библейской цитаты, подчёркивающей тщетность мирских забот и усилий, устанавливает связь с многовековой традицией мудрости, нашедшей отражение в Священном Писании. Английский романтик через личные переживания стремится прикоснуться к философским и религиозным истинам, размышляя о смысле человеческого существования. Само название стихотворения побуждает к размышлениям на эту тему.

«Книга Екклесиаста» отмечена пессимистическим взглядом на жизнь, что контрастирует с оптимизмом, который присутствует в Новом Завете. Центральное понятие в Книге – хавель («суета»), подчёркивающее мимолетность и бессмысленность всего земного. Предполагается, что книга создана несколькими авторами: пессимистом и более поздним автором, смягчающим мрачные взгляды своего предшественника, однако авторство традиционно приписывается ветхозаветному царю-мудрецу Соломону. Основные идеи Книги – суета всего мирского, скоротечность жизни, непостижимость Бога, призыв к благочестию, наслаждению простыми радостями и поиску высшего смысла через мудрость. Книга, несмотря на

пессимизм, акцентирует внимание на важности страха перед Богом и труде, совершаемом с благодарностью (Еккл. 1).

В творческом наследии Байрона выбор библейских тем во многом определяется его мироощущением. Поэт редко черпал вдохновение из Нового Завета, предпочитая в основном сюжеты Ветхого Завета. Это связано с тем, что ветхозаветные эпизоды подчёркивают активность человека по отношению к миру и Богу, в то время как Новый Завет акцентирует созерцательность и смирение. В 1821 г. Байрон, увлеченно изучая Библию, отмечал, что чтение Ветхого Завета приносит ему радость, тогда как Новый казался ему трудным для восприятия. Это предпочтение отражает его философские взгляды, которые находят отражение в его стихах.

Насколько нам известно, создание цикла «Hebrew Melodies» пришлось на жизненный кризис Байрона. Это был период значительных изменений в судьбе поэта: после скандала, связанного с разводом, привлёкшим к себе огромное общественное внимание, поэту пришлось покинуть Англию и отправиться в скитания по Европе. Стихотворение закономерно отражает свойственные Байрону меланхолию и пессимизм; его ощущение изоляции, разочарование в любви и обществе, а также экзистенциальное опустошение нашли выражение в его творчестве. Неудивительно, что Книга Екклесиаста нашла живой отклик в душе и творчестве поэта.

Екклесиаст и Байрон задаются вопросами о смысле жизни, но если Екклесиаст рассуждает с холодной отстранённостью, то поэт наполняет свои тексты эмоциональностью. Стихотворение имеет личный и в некоторой степени романтический характер, оно сосредоточено на личном опыте и чувствах поэта. «Книга Екклесиаста» имеет более универсальный, философский характер, говорит о человеческом существовании в целом.

Потаенная боль и разочарование байроновского героя метафорически представлены «обвившейся вокруг сердца змеей», от которой нет спасения: *«The serpent of the field, by art - And spells, is won from harming; - But that which coils around the heart, - Oh! who hath pwer of charming?»*. Эта боль таится в самих источниках власти и удовольствий. В «Книге Екклесиаста» разочарование вызвано более фундаментальным наблюдением над природой самого мира – всё временно, повторяется и в конечном счёте бессмысленно. В «Книге Екклесиаста» значится: «*in multa sapientia multa sit indignatio; - et qui addit scientiam, addit et laborem*», т.е. само стремление к мудрости приводит к печали. В стихотворение это перекликается с тем, что даже мудрость («wisdom») не может обезвредить яд змеи («serpent»), знание не избавляет от страданий.

Хотя стихотворение: «All Is Vanity, Saith The Preacher» и фрагмент из Екклесиаста отличаются по стилю, тону и масштабу, их объединяет общая тема разочарования в земных стремлениях. Стихотворение Байрона предлагает более личный и эмоционально насыщенный взгляд на человеческий удел, в то время как «Книга Екклесиаста» предлагает более универсальную и философскую точку зрения.

Список литературы

1. *Алексеев, А.* Еврейские песни Байрона / А. Алексеев. – URL: https://jewish.ru/ru/stori es/literature/925/ (дата обращения: 20.12.2024)

2. *Ecclesiastes 1* // The Holy Bible. New King James Version by T. Nelson. – 1982. – URL: https://biblehub.com/nkjv/ecclesiastes/1.htm (дата обращения: 10.01.2025)

Удовиченко Г. Р.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Творческий диалог Шоу с Шекспиром и Ибсеном

Эпоха рубежа XIX-XX веков стала временем значительных экспериментов в литературе, отмеченных стремлением к обновлению через разрыв с традицией. В этот период наблюдается активное развитие театра, который превращается в «гигантскую творческую лабораторию», где исследуются новые формы и подходы в драматургии.

Одним из ключевых явлений этого времени стало движение «новой драмы», ориентированное на актуальные социальные проблемы и злободневность. В каждой национальной литературе обновление театра осуществлялось своим способом. На английской «театральной сцене» особое место отводится Дж.Б. Шоу (1856-1950).

Сущность концепции «новой драмы» Шоу заключается в том, что она, по его собственным словам, начинается там, где возникает дискуссия и спор. Шоу подчеркивал необходимость интеллектуализации литературы и осмысления действительности, что делает его работы важным этапом в развитии театра. Его подход к драматургии связан с актуализацией социальных и моральных вопросов современности, что отражает стремление к глубокому анализу окружающего мира. Как писал сам Шоу, «главным из новых технических приемов стала дискуссия. Раньше в так называемых «хорошо сделанных пьесах» вам предлагались: в первом акте – экспозиция, во втором – конфликт, в третьем – его разрешение. Теперь перед вами экспозиция, конфликт и дискуссия, причем именно дискуссия и служит проверкой драматурга» (Шоу 1963: 65).

К созданию проблемного, интеллектуального театра, способного вести диалог со зрителем, Дж.Б. Шоу идет, критикуя шекспировский театр, как драматургический канон, и утверждая идеи Г. Ибсена, одного из первопроходцев на пути к «новой драме».

Полемика Шоу с Шекспиром проявляется в его творчестве в различных формах. Помимо критических заметок и открытых высказываний, она также находит отражение в его художественных произведениях. В драмах «Цезарь и Клеопатра» (1898) и «Святая Иоанна» (1923) Шоу предлагает альтернативные интерпретации исторических личностей и сюжетов. В новелле «Тайна костюмерной» (1910), а также в пьесах «Смуглая леди сонетов» (1910) и «Шекс против Шо» (1949) он вводит Шекспира как литературного персонажа.

В «Новом окончании “Цимбелина”» (1937) Шоу предлагает новый финал пьесы Шекспира. Важно отметить, что Шоу не стремился уничтожить Шекспира; он призывал к критическому осмыслению его наследия и преодолению слепого преклонения перед ним, чтобы освободить пространство для развития новых драматургических форм и идей, отвечающих насущной потребности в интеллектуальном осмыслении современной эпохи (Шоу, 1963).

Шоу считал, что идеализация Шекспира как непогрешимого гения затмевала важные социальные и политические вопросы, которые должны были находить отражение в театре, и мешала его обновлению. Провозглашая необходимость интеллектуального осмысления современности, Шоу критиковал шекспировский театр как театр сильных страстей, в котором чувства преобладают над разумом. В этом контексте можно привести его слова из предисловия к «Трём пьесам для пуритан»: «Пожалуй, в своем отношении к искусству я всегда был пуританином» (Шоу 1979: 22).

В отличие от полемики с Шекспиром, отношение Шоу к Ибсену характеризуется скорее, как диалог и согласие, обусловленное общностью взглядов на современный театр. Оба драматурга использовали сцену для пропаганды своих социальных и моральных взглядов, наполняя пьесы острыми дискуссиями, которые провоцировали зрителей на размышления о злободневных проблемах общества. Шоу был вдохновлен творческим методом Ибсена, который ввел дискуссию как ключевой элемент драмы, что позволяло создавать многогранные и сложные характеры.

В своей работе «Квинтэссенция ибсенизма» (1891) Шоу анализирует творчество Ибсена, подчеркивая его роль как «великого критика идеализма». Шоу отмечает, что Ибсен разрушает иллюзии, созданные буржуазной идеологией, и в своих пьесах противопоставляет «реалиста» и «романтика» (Шоу, 1963).

Признавая значимость драмы «Кукольный дом», как «эпохальной пьесы», потрясшей викторианскую мораль, Шоу вступает с Ибсеном в творческий диалог, предлагая свое видение дальнейшего развития событий после ухода Норы из семьи и пишет новеллу «Еще одно продолжение “Кукольного дома”». По сути, новелла Шоу – это переосмысление и развитие идей Ибсена в новых социальных условиях, попытка найти ответы на вопросы, оставшиеся открытыми в «Кукольном доме».

Если полемика Шоу с Шекспиром была направлена на критическое осмысление наследия «великого барда» в контексте развития новых драматургических форм, то его диалог с Ибсеном обусловлен потребностью в творческом переосмыслении и развитии идей старшего современника, что открывало перспективы для усиления психологизма и аналитического потенциала драмы.

Подводя итог, необходимо отметить, что изучение творческого диалога, который Шоу ведет с Шекспиром и Ибсеном, способствует более глубокому исследованию его эстетических взглядов и выявлению о той роли, которую он сыграл в создании «новой драмы» в литературе к. XIX – н. XX вв.

Список литературы

1. *Шоу, Дж. Б.* Квинтэссенция ибсенизма / Дж. Б. Шоу // Бернард Шоу. О драме и театре. Сост. А. Аникст. – Москва: Изд-во иностр. лит., 1963. – С. 39-93.

2. *Шоу, Дж. Б.* Порицание барда / Дж. Б. Шоу // Бернард Шоу. О драме и театре. Сост. А. Аникст. – Москва: Изд-во иностр. лит., 1963. – С. 304-312.

3. *Шоу, Дж. Б.* Три пьесы для пуритан / Дж. Б. Шоу ; пер. с англ. Е. Корниловой // Полное собрание пьес в шести томах. – Л.: Искусство, 1979. – Т. 2. – С. 7-36.

Царенко В. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Компаративный аспект женских образов: «Godiva» А. Теннисона и «The Blessed Damozel» Д. Г. Россетти

Викторианская эпоха (1837–1901) была богата на произведения, в которых, так или иначе, поднимался женский вопрос. Женщины в это время часто воспринимались как «тень мужчины», чья роль ограничивалась заботой о семье и ведением домашнего хозяйства. Им также предписывалось заниматься благотворительностью, проявлять заботу и милосердие, что подчеркивало их зависимость от мужчин и отсутствие самостоятельности. (Зуб, 2020). Тем не менее, женская тема все чаще звучит в произведениях европейских и английских авторов, в том числе ladies-novelists. Неудивительно, что и в творчестве «младших романтиков», таких как А. Теннисон и Д. Г. Россетти, женские образы занимают центральное место.

Данте Габриэль Россетти (1828 – 1882) – английский поэт, иллюстратор и художник, ставший одним из основателей «Братства прерафаэлитов». Прерафаэлитов и, в частности, самого Д. Г. Россетти, особенно привлекал образ Беатриче, созданный Данте Алигьери (Кирюхина, 2015). Ее можно назвать воплощением неземной, иной жизни; в «Божественной комедии» она встречает героя в раю. Однако земной любви между итальянским поэтом и его возлюбленной так и не случилось. Беатриче стала символом недоступности и вместе с тем чистоты чувств (Kundu, 2013).

Альфреда лорда Теннисона (1809 – 1892) можно определить как основателя психологического направления английского романтизма. Он стал ярким представителем идей и ценностей эпохи. Его стихи отражают наиболее важное и человеческое, что может быть извлечено из викторианской морали (Чернин, 2010).

В стихотворении А. Теннисона “Godiva” (1840) центральным образом является англосаксонская графиня, легенда о самоотверженном поступке которой ради спасения народа от налогового гнета стала символом милосердия и моральной силы. История рассказывает, как прекрасная Годива, движимая состраданием к жителям Ковентри, решается проехать обнаженной через город. А. Теннисон подчеркивает её внутреннюю борьбу и моральную

стойкость: *«So left alone, the passions of her mind, / As winds from all the compass shift and blow, / Made war upon each other for an hour, / Till pity won»*. В стихотворении также подчеркивается её решительность: *«She took the tax away / And built herself an everlasting name»*. Моральная чистота Годивы становится её бронёй, защищающей от осуждения или поругания: *«Then she rode forth, clothed on with chastity: / The deep air listen'd round her as she rode»*.

В свою очередь, героиня Д. Г. Россетти в “The Blessed Damozel” (1850) символизирует духовное возвышение, представая в мистическом свете Небесной девы, тоскующей по возлюбленному в раю: *«The blessed damozel leaned out / From the gold bar of Heaven»*. Этот образ создает ассоциации с божественным и вечным. В отличие от Годивы, которая активно борется за справедливость в земном мире, героиня Д. Г. Россетти находится в состоянии ожидания и духовного томления.

В произведении “The Blessed Damozel” Д. Г. Россетти показан образ созерцательной героини, погруженной в свои мысли. Эта красота неподвижна и отчасти обусловлена тем, что героиня уже находится «по ту сторону» жизни. Ее взгляд обращен внутрь, что делает само описание статичным: *«Her eyes were deeper than the depth / Of waters still'd at even»*. Героиня Д. Г. Россетти символизирует вечную любовь и связь между небесным и земным мирами. Напротив, в образе Годивы действие и сюжетность ярко выражены: здесь присутствует рассказ и героический поступок, который можно интерпретировать как акт самопожертвования.

В своих произведениях, отражающих женский идеал, авторы создают два различающихся мира – божественный, недостижимый у Д. Г. Россетти и земной, осязаемый у А. Теннисона. Героиня Д. Г. Россетти оказывается практически лишена земных черт. Для поэта идеал – это преодоление земного. У Небесной девы нет украшений, она облачена в свободные и простые, ничем не примечательные одежды: *«Her robe, ungirt from clasp to hem, No wrought flowers did ador»*. В этом Годива близка к ней – при совершении подвига она, повинуясь приказу жестокого мужа, появляется в городе нагая, «прикрываясь только целомудрием» (*«cloth'd on with chastity»*).

Оба произведения подчеркивают женскую силу через символизм. У А. Теннисона это проявляется в физическом действии героини, которая преодолевает природный стыд ради высшей цели. У Д. Г. Россетти, напротив, женский образ связан с духовной возвышенностью и вечной любовью.

Заступничество – ключевой мотив в обоих текстах. Годива выступает в роли защитницы своего народа, принимая на себя унижение ради их благополучия. Её поступок напоминает заступничество Богоматери перед Богом за грешников. В свою очередь, “The Blessed Damozel” Д. Г. Россетти молится за возлюбленного, стремясь соединить земное и небесное: *«I wish that he were come to me / For he will come»*. Это духовное посредничество также сближает её с образом Богоматери.

Викторианская эпоха объединяет оба произведения через акцент на нравственных ценностях и религиозных мотивах. А. Теннисон и Д. Г. Россетти создают образы женщин как носительниц высших идеалов –

милосердия, любви и духовного совершенства. Годива своими действиями спасает народ от страданий, а героиня Д. Г. Россетти стремится к духовному единению с возлюбленным.

Можно отметить, что у героини Д. Г. Россетти нет имени. Даже в те моменты, когда лирический герой говорит о ней, он использует только местоимения, хотя она была для него близким человеком – возлюбленной, ждущей встречи с ним. Это подчеркивает ее отстраненность, отъединенность от мирской и земной жизни. Годива не только неоднократно упоминается в стихотворении – ее имя вынесено в название. Это подчеркивает важность ее личности, осознание и утверждение себя героиней, однако ее поступок – не своеволие, не бунт против власти мужа-деспота, но воплощение воли Божественной. И если Небесная дева существует вне времени и пространства, то Годива, реальный исторический персонаж X-XI вв., показана в стихотворении во времени, на фоне своей исторической эпохи, она меняется с течением времени. Леди Годива тратит час на размышление о том, что ей делать, как поступить; она собирает всю свою решимость, чтобы покинуть дом: *«Made war upon each other for an hour»*.

А. Теннисон прибегает в своем стихотворении к животному/бестиарному аллегоризму. Граф, окруженный собаками, символизирует низость и зло, так как собака в данном контексте ассоциируется с низменными качествами: *«About the hall, among his dogs, alone»*. В противовес этому, Годива носит пояс с орлами – величественными и гордыми птицами, населяющими горы и небо: *«the wedded eagles of her belt»*.

Д. Г. Россетти в своей балладе применяет другие, космические, аллегории. У него звезды служат символами неизменности и безупречности: *«Her voice was like the voice the stars / Had when they sang together»*. Звезды представляют собой статичные небесные тела, которые остаются неизменными в своем совершенстве, подчеркивая контраст с изменчивой природой человеческих поступков.

Таким образом, можно сделать вывод, что в Викторианской эпохе соседствовали различные представления о женском идеале. Один из них нашел отражение в творчестве Д. Г. Россетти – это образ неземной красоты, совершенства, вечного и недостижимого идеала. Другой, нашедший отражение в творчестве А. Теннисона, – фигура женщины деятельной и сострадательной, готовой к жертвам и поступкам.

Список литературы

1. *Зуб, И. Б.* Социальные предпосылки формирования женского образа викторианской эпохи / И. Б. Зуб. – URL: https://infourok.ru/socialnye-predposylki-formirovaniya-zhenskogo-obraza-viktorianskoj-epohi-4063457.html (дата обращения: 10.02.2025).

2. *Кирюхина, Е. М.* Репрезентация образов исторических личностей средневековья прерафаэлитами и художниками их круга / Е. М. Кирюхина // Преподаватель XXI век. − 2015. − № 3. − С. 277−290.

3. *Чернин, В. К.* Русская рецепция Альфреда Теннисона: автореферат дис. ... д-ра филол. наук: 10.01.01 / В. К. Чернин. – Самара, 2010. – 44 с.

4. *Kundu, P.* Muse Turned «Femme Fatale» in D. G. Rossetti's Painting and Poetry / P. Kundu // Journal of Literature and Art Studies. – 2013. – Vol. 3. – No. 12. – P. 772–786.

5. *Rossetti, D. G.* The Blessed Damozel / D G. Rossetti. – URL.: https://englishverse.com/poems/the_blessed_damozel (дата обращения: 09.02.2025)

6. *Tennyson, A.* Godiva / A. Tennyson // Poems. – URL: https://en.wikisource.org/wiki/Poems_(Tennyson,_1843)/Volume_2/Godiva (дата обращения: 09.02.2025)

Якименко Д. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Звук, ритм, смысл в стихотворении Дж.Г. Байрона «And Wilt Thou Weep When I Am Low?»

Поэзия – это не просто набор рифмованных строк, а сложная система взаимодействия звука, ритма и смысла. Каждое стихотворение обладает своими версификационными характеристиками, которые помогают раскрыть его художественную ценность и эмоциональную глубину. Рассмотрим ритмическую структуру, звуковые приемы и лексические особенности байроновского лирического шедевра «And Wilt Thou Weep When I am Low?», которые сообщают тексту выразительность и музыкальность. В частности, особое внимание будет уделено строфической организации, схеме рифмовки, звуковым приемам (аллитерация, ассонанс, звукопись), а также значимым лексическим единицам, формирующим настроение и художественный образ произведения.

Джордж Гордон Байрон (1788–1824) – выдающийся британский поэт, политический деятель и ведущая фигура романтического движения, одна из самых знаменитых и противоречивых личностей своего времени. Байрон был известен бурной личной жизнью, бесчисленными любовными романами и неукротимым бунтарским духом, что сделало его романтическим символом.

«And Wilt Thou Weep When I am Low?» – это трогательное стихотворение лорда Байрона, в котором звучат темы любви, утраты и стремление сохранить эмоциональную связь, даже если другой человек находится на расстоянии. Лирический герой полагает, что истинная любовь должна продолжаться за пределами физического существования, и задается вопросом, будет ли возлюбленная горевать по нему, когда его не станет.

Возможно, стихотворение посвящено Мэри Чаворт, первой любви Байрона. Некоторые ученые предполагают, что оно могло быть адресовано одной из многочисленных близких подруг поэта, хотя окончательного ответа на вопрос, кому оно было посвящено, нет. Байрон в своей поэзии часто обращался к теме неразделенной или мимолетной любви, и это стихотворение – не исключение.

Точная дата его создания не установлена, но считается, что оно было написано в начале XIX века – в 1816 г., когда Байрон жил в изгнании в Швейцарии или Италии. Этот период его жизни был омрачен эмоциональными переживаниями и рядом сложных отношений, что, безусловно, оказало влияние на его творчество.

Стихотворение написано четырехстопным ямбом с перекрестной рифмой (*схема ABAB*), что создает четкий ритмический рисунок и музыкальность звучания. Использование аллитерации и ассонанса способствует созданию особой звуковой атмосферы, подчеркивающей эмоциональную напряженность текста. Это позволяет читателю более глубоко прочувствовать весь спектр переживаний лирического героя.

Рифмы в стихотворении точные, например: *«low» – «so», «rest» – «breast», «shine» – «mine»,* и зачастую богатые.

Повторение согласных звуков создает а*ллитерацию*, которая придает стиху особую экспрессивность. Например, звук *«s»* в словах *«sweet», «sigh», «sad», «sorrows», «cease»* создает мягкое, нежное звучание, похожее на шелест платья любимой женщины или едва слышный шорох шагов, на веяние ветерка или ласковый любовный шепот. Звук *«w»* в словах *«weep», «when», «would»,* подчеркивает вопросительную интонацию, напоминает о национальной традиции тонического (аллитерационного) стиха. Сонорный звук *«l»* в словах *«lady», «low», «alone», «gleam», «feel»* добавляет плавности, мягкости и нежности.

Повторение гласных звуков, или *ассонанс*, также играет важную роль в создании музыкальности стиха. К примеру, звук *«o»* в словах *«low», «so», «alone», «know»* создает глубокое, задумчивое звучание, напоминает тяжелый вздох или подавленное рыдание. Звук *«i»* в словах *«grieve», «weep», «cease»* придает тексту напряженность и взволнованность. Звук *«e»* в словах *«rest», «breast»* добавляет легкости и светлости.

Иногда у поэта подбираются целые ряды слов, передающих звуковые образы. Так, слова *«sigh», «weep», «grieve»* имитируют звуки вздохов, плача, выражение скорби. Байрон использует звукосочетания с ***«w», «s», «b»*** для создания мягкости, печали и драматического эффекта.

Лексика стихотворения в основном связана с гаммой переживаемых лирическим героем драматических чувств (*weep, low, sad, cold, perish, sigh, grieve, pain, anguish, sorrow, wretch, repine*, многие слова повторяются). Светлым и добрым чувствам в тексте, напротив, уделено заметно меньше места (*sweet, peace, warm, soft, blessed, dear, Beauty, charm*). Это лишний раз указывает на несовершенство мира и земной жизни в глазах героя.

Все вышеперечисленное позволяет вести речь о соединении звука и семантики, о спаянности фонетических и лексических средств в индивидуально-авторском стиле Дж. Г. Байрона ради создания целостного художественного впечатления, для насыщения поэтического текста глубокими чувствами и переживаниями.

Список литературы

1. *Красникова, Л. В.* О стилистических особенностях стихотворений Джорджа Гордона Байрона из цикла «Еврейские мелодии» / Л. В. Красникова. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/o-stilisticheskih-osobennostyah-stihotvoreniy-dzhordzha-gordona-bayrona-iz-tsikla-evreyskie-melodii (дата обращения: 27.02.2025)

2. Byron, G. G. And Wilt Thou Weep When I Am Low? / G. G. Byron. –URL: http://eng-poetry.ru/PrintPoemE.php?PoemId=219 (дата обращения: 27.02.2025)

Языковое творчество в системе и дискурсе (синхронические и диахронические аспекты)

Баласанова К. Г.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Переводческие трансформации в художественном тексте (на материале перевода повести Ж. Сименона «Maigret et le marchand de vin» с французского языка на русский)

Художественный перевод по праву считают одним из самых сложных видов переводческой деятельности. При переводе художественных произведений недостаточно просто передать смысл: нужно воссоздать авторский стиль, созданные им художественные образы, эстетику, атмосферу, юмор и настроение, сохранить эмоциональное воздействие текста и учесть множество других важных деталей. Перед переводчиком стоит задача стать посредником между несколькими литературными и культурными мирами. Рано или поздно при переводе художественного текста каждый переводчик сталкивается с определенными сложностями. Одной из таких сложностей является выбор переводческих трансформаций, которые позволяют обеспечить адекватность перевода.

Современное языковое разнообразие создает благоприятные условия для изучения языков в сопоставительной системе. Актуальность данного исследования определяется необходимостью разработки эффективных переводческих стратегий, особенно при работе с художественной литературой. Сравнительный анализ перевода повести Ж. Сименона «Maigret et le marchand de vin» на русский язык позволяет выявить лексико-семантические особенности текста, изучить их передачу при переводе и предложить практические рекомендации по адаптации этих особенностей в разноструктурных языках.

Цель исследования заключается в том, чтобы выявить и проанализировать основные типы переводческих трансформаций на примере перевода художественного текста Ж. Сименона с французского языка на русский. Объектом исследования является повесть Ж. Сименона «Maigret et le marchand de vin» в переводе с французского языка на русский. Предметом исследования выступают переводческие трансформации, их виды и различия, обеспечивающие сохранение художественных особенностей исходного текста.

Теоретико-методологической базой нашего исследования послужили труды по переводу ученых Н. К. Гарбовского, В. Н. Комиссарова, Л. С. Бархударова, Л. К. Латышева, Т. Р. Левицкой, В. Г. Гака, Я. И. Рецкера, А. Д. Швейцера и других.

Материалом для исследования послужила повесть Ж. Сименона «Maigret et le marchand de vin» и его перевод на русский язык, выполненный

Ниной Брандис и Элеонорой Шрайбер. Выборка составляет 200 предложений, из них 100 предложений – на французском языке и 100 – на русском языке.

Единого, общепринятого определения «переводческих трансформаций», так же как и единой их классификации, на сегодняшний день не существует. Это понятие является предметом дискуссий. В. Н. Комиссаров рассматривает переводческие трансформации как преобразования, с помощью которых можно осуществить переход от языковых единиц оригинала к единицам перевода (Комиссаров 1990: 172). Л. С. Бархударов под переводческими трансформациями понимает разнообразные преобразования, которые осуществляются для достижения максимально возможной эквивалентности и адекватности перевода с учетом расхождений в формальных и семантических системах исходного и переводного языков (Бархударов 1975: 191). Я. И. Рецкер под переводческими трансформациями подразумевает «те формальные и смысловые преобразования, которые приходится совершать переводчику для достижения адекватности перевода вопреки расхождениям в формальной структуре двух языков» (Рецкер, 1974).

В нашем исследовании мы использовали классификацию переводческих трансформаций В. Н. Комиссарова, в которой можно выделить три главные категории: грамматические, лексические и лексико-грамматические трансформации (Комиссаров 1990: 165).

В переводе художественного произведения «Maigret et le marchand de vin» нами было выявлено 45% лексических трансформаций, 30% грамматических трансформаций и 25% лексико-грамматических трансформаций.

Лексические трансформации представлены:

1. Конкретизацией (20%): *Elle est toujours saoule.* – ‘Она каждый день пьяная’.

2. Модуляцией (15%): *Tu l’as tuée pour la voler, n’est-ce pas?* – ‘Значит, ты убил ее, чтобы ограбить?’.

Акцент перенесен с риторического вопроса *n’est-ce pas?* (‘не так ли?’) на утверждение «значит».

3. Генерализацией (7%): *Elle avait travaillé toute sa vie et, à quatre-vingt-deux ou quatre-vingt-trois ans, elle devait avoir des économies.* – ‘Ей за восемьдесят, она всю жизнь работала и уж наверняка что-нибудь сколотила’.

Мы видим замену конкретного возраста («восемьдесят два или три») на более общее «за восемьдесят», а также генерализацию *économies* – ‘что-нибудь сколотила’.

4. Транслитерацией и транскрибированием (3%): *Ton père? – Il est à Bicêtre, chez les dingues.* – ‘Где твой отец? – В Бисетре. У психов’.

В рассмотренных нами предложениях, составляющих выборку, не были обнаружены примеры калькирования.

Грамматические трансформации представлены:

1. Грамматическими заменами (15%): *Combien d’autres chambres avez-vous?* – ‘Сколько еще комнат в доме?’.

2. Объединением предложений (6%): *Le crime avait été commis la veille vers la même heure. Il avait eu lieu dans la vieille maison de la rue du Roi-de-Sicile où Joséphine Ménard occupait deux pièces au troisième étage.* – ‘Преступление было совершено накануне в это же время, в старом доме на улице Короля Сицилии, где Жозефина Менар занимала две комнаты на четвертом этаже’.

3. Членением предложений (5%): *À six heures du matin, déjà, on retrouvait Théo Stiernet sur un banc de la gare du Nord, où il dormait.* – ‘В шесть утра Тео Стирнэ задержали. Он спал на скамейке в зале ожидания Северного вокзала’.

4. Синтаксическим уподоблением (дословным переводом) (4%): *Vous croyez ce qu’elle dit?* – ‘А вы верите тому, что она говорит?’.

Лексико-грамматические трансформации представлены:

1. Экспликацией (15%): *Qu’est-ce qui t’a donné l’idée de la tuer?* – ‘С чего ты взял, что ее нужно убивать?’.

2. Антонимическим переводом (7%): *Son mari est mort?* – ‘Муж ее жив?’.

3. Компенсацией (3%): *Cinq francs, comme à un gosse qui vient chercher son dimanche!* – ‘Пять франков! Как мальчишке на сласти'.

Заключение. Грамотное применение трансформаций – необходимый инструмент для достижения адекватного и эквивалентного перевода. Полученные в ходе исследования результаты позволяют сделать вывод о том, что при переводе художественного текста Ж. Сименона «Maigret et le marchand de vin» наиболее многочисленными являются лексические трансформации, которые составляют 45% от выборки. Лексические трансформации являются основополагающими инструментами при переводе художественного текста, позволяющими адаптировать его к культурным особенностям целевого языка, делая произведение понятным и близким новому читателю. Вторую позицию занимают грамматические трансформации (30%). Наименее многочисленными являются лексико-грамматические трансформации, которые составляют 25% от всей выборки. Таким образом, анализ конкретных примеров показал, что без переводческих преобразований невозможно адекватно передать смысл исходного текста одновременно с сохранением его стилевых и авторских особенностей.

Список литературы:

1. *Бархударов, Л. С.* Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода) / Л. С. Бархударов. – Москва: Международные отношения, 1975. – 240 с.

2. *Комиссаров, В. Н.* Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр, яз. / В. Н. Комиссаров. – Москва: Высш, шк., 1990. – 253 с.

3. *Рецкер, Я. И.* Теория перевода и переводческая практика: Очерки лингвист. теории перевода / Я. И. Рецкер. – Москва: Международные отношения, 1974. – 216 с.

4. *Simenon, G.* Maigret et le marchand de vin / G. Simenon. – Presses de la Cité, 1969.

5. *Сименон, Ж.* Мегрэ и виноторговец / Ж. Сименон; пер. с фр. Н. Брандис, Э. Шрайбер. – Москва, 1971.

Коротаева К. Р.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лексические трансформации при переводе обращений с французского языка на русский

Обращение – слово или сочетание слов, обозначающее лицо или предмет, которому адресована речь. Они играют важную роль в межкультурной и межличностной коммуникации, поэтому существует необходимость изучения перевода обращений как важных коммуникативных единиц.

Цель нашей работы заключается в том, чтобы на основе франкоязычного материала показать лексические трансформации при переводе форм обращений французского языка, отражающих материальную и духовную культуру французской нации. Объектом исследования выступают обращения французского языка в письменной речи. Предметом выступают лингвистические особенности передачи различных групп обращений и лексические трансформации при переводе обращений с французского языка на русский в произведениях французских писателей.

Изучению особенностей обращений в русском и/или во французском языках, а также их переводу посвящены научные работы таких отечественных и зарубежных лингвистов: В. Г. Гака, В. В. Виноградова, В. Е. Гольдина, Н. И. Формановской, Е. П. Бейлина, К. А. Долинина.

Материалом исследования послужили: пьеса и роман Альбера Камю «Калигула», «Чума», пьеса Жан-Поля Сартра «За закрытыми дверями», комедия Жана-Батиста Мольера «Мещанин во дворянстве», роман Гюстава Флобера «Госпожа Бовари», сборник стихотворений Виктора Гюго, сборник сказок «Сказки матушки Гусыни» Шарля Перо.

Согласно В. Г. Гаку, следует различать две разновидности обращения: обращение, выполняющее призывную (апелятивную) функцию: *Voilà, Monsieur le duc, le seul dénouement qui me convienne* (‘Вот, господин герцог, единственный исход дела, который меня устраивает’) (Pergaud 1963: 202) и обращение, носящее оценочно-характеризующий характер: *Silence, menteur* (‘Тише, лжец’) (Pergaud 1963: 304), (Гак 1986: 188). В современном французском языке, как и в других языках, обращение в первичной (апелятивной) функции, как правило, выражено существительными; для наименования лиц употребляются имена собственные и нарицательные, причем этот широкий пласт лексики разнообразен по семантике.

Процесс изменения элементов исходного текста в переводе называется переводческой трансформацией. Трансформации могут быть вызваны рядом причин: различием в семантическом объеме слов, несовпадением признаков, на которых основана номинация, а также расхождениями в грамматической структуре языков и специфика употребления языковых единиц.

В работе «Современное переводоведение» В. Н. Комиссаров утверждает, что использование переводческих трансформаций является необходимым для достижения переводческой эквивалентности. Это связано с

различиями в формальных и семантических системах двух языков, что требует от переводчика способности осуществлять множество и разнообразные межъязыковые преобразования. Цель этих трансформаций – максимально полно передать информацию, содержащуюся в оригинальном тексте, при строгом соблюдении норм перевода.

Согласно В. Н. Комиссару, переводческие трансформации можно классифицировать как: лексические (транскрипция и транслитерация, калькирование, конкретизация и генерализация, модуляция), грамматические (синтаксическое уподобление, грамматические замены и членение предложения) и лексико-грамматические (описательный, антонимический переводы и компенсацию) (Комиссаров 2011: 153)

В ходе исследования выделено четыре группы обращений, чтобы остановиться на особенностях их передачи при переводе с французского языка на русский с использованием лексических трансформаций:

1) обращения обычной вежливости;
2) обращения, выраженные именами собственными;
3) обращения, выраженные названиями титулов, профессий, званий и должностей;
4) характеризующие обращения.

В результате исследования выделено 447 ЛЕ, из них: обращений обычной вежливости – 60 ЛЕ (13%), обращений, выраженных именами собственными – 166 ЛЕ (37%), обращений, выраженных названиями титулов, профессий, званий и должностей – 144 ЛЕ (33%), характеризующих обращений – 77 единиц (17%).

В основном, при переводе обращений прибегают к следующим приемам: модуляция при переводе обращения обычной вежливости (на 60 ЛЕ 55 приема (93%): передача обращений обычной вежливости обусловлена самим переводчиком и его желанием (или отсутствием этого желания) передать национальный колорит в переводе: вместо «мадам» употребить «сударыня» или «мсье» заменить на «мистер». Например, *Monsieur Goldman* – ‘мистер Гольдман’; переводческая транскрипция; при переводе имен собственных (на 166 ЛЕ 160 приемов (96%). Имена таких персонажей как *Gagnebeaucoup* (‘Загребай’), *Sainte Nitouche* (‘Святая Недотрога’), *Claquedents* (‘Зубощелк’) были переведены на русский язык с помощью калькирования; прямой перенос (на 144 ЛЕ 138 приемов (95%) – при переводе комедии Ж.-Б. Мольера «Мещанин во дворянстве» *monsieur le batteur de fer* (‘господин драчунишка’), *mon petit maître à danser* (‘мой плясунишка’), *mon petit musicien* (‘мой музыкантишка’) была использована модуляция; при переводе характеризующих обращений – адаптация (на 77 ЛЕ 50 приемов). Обращение *petite scélérate* переведем как ‘негодная девчонка’, а *mon pauvre Covielle* – ‘миленький мой Ковьель’ (Molière 2016: 77, 86).

В данной работе были представлены лишь общие тенденции в отношении причин используемых лексических трансформаций при переводе. Более детальный анализ каждой группы обращений в отдельности, включающий в себя попытку описания всех или основного количества единиц

одной из групп, например, изучение применяемых лексических трансформаций при переводе обращений с существительными-зоонимами, представляет живой научный интерес и может стать перспективным направлением для дальнейшего исследования.

Список литературы:

1. *Гак В. Г.* Теоретическая грамматика французского языка. Синтаксис. Учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. – М.: Высш. шк., 1986. – 220 с. – ISBN 978-5-91304-930-8.
2. *Комиссаров В. Н.* Современное переводоведение. – 2-е изд., испр. – М.: Р.Валент, 2011. – 408 с. – ISBN 978-5-93439-312-1.
3. *Формановская, Н. И* Речевое обращение: коммуникативно-прагматический подход. – М.: Русский язык, 2002. – 216 с. – ISBN 5200031923.
4. *J. P. B. de Molière* Le Bourgeois Gentilhomme / J.P.B. de Molière – vol.2. – Paris: P. LE MONNIER., 2016 – 122 p.
5. *Pergaud L.* La guerre des boutons. – P.: Mercure de France, 1963 – 352 p.

Кравцов С. М., Филимонова В. О.
ФГАОУ ВО «ЮФУ» (г. Ростов-на-Дону)

Французские пословичные фразеологические единицы в лингвокультурологическом и социолингвистическом аспектах

Пословичные фразеологические единицы представляют собой выражение, семантика и лексический состав которого ассоциируются с различными сферами социальной жизни, культурой той или иной этнической группы. Согласно «Лингвистическому энциклопедическому словарю» под редакцией В. Н. Ярцевой (ЛЭС), пословица является кратким, устойчивым изречением назидательного характера, фиксирующим многовековой опыт народа и обладающим буквальным и переносным значением (ЛЭС 1990: 389).

По причине своей привлекательности с точки зрения связи с социологией и культурологией пословицы, интерпретирующиеся при широком понимании фразеологии как фразеологические единицы, исследуются многими отечественными и зарубежными учеными, такими как В. П. Жуков (2006), С. М. Кравцов, С. В. Максимец (2013, 2018), О. В. Критская (2003), F. Montreynaud (2006), S. Moy (2012) и другие. Среди содержащихся в нашей картотеке трехсот французских пословиц третья часть тематически связывается с человеком, его поступками. Такой результат, безусловно, прогнозируется, поскольку носители языка и культуры являются авторами пословиц. Представители определенного этнического сообщества по-своему воспринимают окружающий мир, вербально материализуя его сквозь призму своих потребностей. Именно поэтому пословичный фонд французского языка насчитывает значительное количество выражений, посредством которых передаются качества человека, его культура поведения, оценивающиеся положительно или отрицательно во французском социуме.

Пословицы, тематически образующие группу «Человек», подразделяются на подгруппы, репрезентирующие человеческие недостатки или достоинства. Рассмотрим примеры, заимствованные из словаря французских пословиц (100 PROVERBES FRANÇAIS) C. Mya (S. Moy), словаря пословиц, поговорок, изречений о мужчине, женщине, жизни, любви, здоровье, животных… (*Proverbes*. Anciens proverbes, dictons ou maximes sur l'homme, la femme, la vie, l'amour, la santé, les animaux…, далее – Proverbes):

à cœur vaillant rien d'impossible (Proverbes) (досл. 'для доблестного сердца нет ничего невозможного' – 'для храбреца нет ничего невозможного');

bouche de miel, cœur de fiel (Proverbes) (досл. 'медовый рот, желчное сердце' – 'на языке мед, а на сердце лед');

gouverner c'est prévoir (Proverbes) (досл. 'управлять значит предвидеть' – 'руководство предполагает умение предвидеть');

l'homme double de cœur est inconstant en toutes ses voies (Proverbes) (досл. 'человек с двойным сердцем непостоянен во всех своих дорогах' – 'лицемер непостоянен во всех своих поступках');

la fortune sourit aux audacieux, aux braves (Proverbes) (досл. 'удача улыбается смелым и храбрым' – 'смелым и храбрым везет');

quand avarice entre au cerveau Vénus s'en va (Moy 2012: 23) (досл. 'когда скупость входит в мозг, Венера уходит' – 'когда становишься скупым, благополучие уходит от тебя');

jamais chiche ne fut riche (Proverbes) (досл. 'никогда скупой не был богат' – 'скупой платит дважды').

Как видно, приведенные пословицы передают такие отрицательные качества человека, как неискренность, лицемерие, скупость. Так, посредством пословицы *Bouche de miel, cœur de fiel* (Proverbes) транслируется мысль о том, что необходимо быть осторожным с человеком, который лестно, хвалебно говорит, ибо за подобной маской доброжелательности могут скрываться дурные намерения. В русском языке существует частичный эквивалент данной пословицы – «на языке мед, а на сердце лед». Здесь, в отличие от французской пословицы, наблюдается очевидное указание на ложь или лесть, так как в выражении используется слово «язык», означающее орган, производящий речь, а лексема «лед» указывает на безразличие человека к происходящему.

Рассмотренные примеры указывают на то, что среди человеческих достоинств важную роль играет смелость. Жизнь – это постоянная борьба, преодоление себя и попытки улучшить свою жизнь, в чем существенно помогает совершение смелых поступков. По данной причине с помощью приведенной выше пословицы *La fortune sourit aux audacieux, aux braves* (Proverbes) транслируется представление о том, что храбрость всегда вознаграждается. Помимо смелости, актуализируется такое положительное качество человека, как способность предвидеть, предполагать возможность появления, наступления чего-либо.

Итак, результаты анализа практического материала свидетельствуют о том, что пословицы, в которых речь идет о человеческих пороках, таких как лицемерие, неискренность, скупость, в незначительной степени преобладают

во фразеологическом фонде французского языка над пословицами, ассоциирующимися с достоинствами человека, такими как смелость, умение предвидеть что-либо. Вероятно, это количественное различие обусловливается тем, что положительные качества человека воспринимаются в социуме как нечто должное, обязательное, в то время как для борьбы с отрицательными качествами необходимо о них говорить.

Список литературы

1. *Жуков, В. П.* Русская фразеология: учеб. пособие / В. П. Жуков. – 2-е изд., исп. и доп. – М.: Высшая школа, 2006. – 408 с.

2. *Кравцов, С. М., Максимец, С. В.* Когнитивная ценность фразеологизмов в контексте теоретических основ их исследования (на материале русского и французского языков) / С. М. Кравцов, С. В. Максимец // Гуманитарные и социально-экономические науки. − Ростов-на-Дону: Южный федеральный университет, 2013. – № 3 (70). – С. 81-84.

3. *Кравцов, С. М., Максимец, С. В.* Ценностная парадигма лингвокультурного сообщества в зеркале фразеологии (на материале русского и французского языков) / С. М. Кравцов, С. В. Максимец. – Ростов-на-Дону – Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2018. – 142 с.

4. *Критская, О. В.* Французские пословицы и поговорки / О. В. Критская. – М.: Наука, 2003. – 95 с.

5. Лингвистический энциклопедический словарь / Под редакцией В. Н. Ярцевой. – М.: Советская энциклопедия, 1990. – 389 с.

6. *Montreynaud, F.* Le Robert Dictionnaire de proverbes et dictons / F. Montreynaud, A. Pierron, F. Suzzoni // Maury-Eurolivres, 45300 Manchecourt, 2006. – 759 p.

7. *Moy, S.* 100 PROVERBES FRANÇAIS (les plus courants) et leur signification / S. Moy // Franc Parler, 2012. – 38 p.

8. *Proverbes*. Anciens proverbes, dictons ou maximes sur l'homme, la femme, la vie, l'amour, la santé, les animaux… . – 2010-2024. – URL: https://raf-proverbes.blogspot.com/search/label/Plantes (дата обращения: 21.02.2025).

Оверченко Ю. А., Масленкина Н. Г.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Структура и семантика современного французского арго

Настоящее исследование посвящено изучению арго в современном французском языке, с акцентом на его лексико-семантическом составе. Если раньше арго представляло собой особый язык, разработанный определенной социальной группой для того, чтобы сделать свою речь непонятной для людей, не входящих в эту группу, и, таким образом, подчеркнуть свою принадлежность к данной среде, то в настоящее время происходит интенсивная узуализация арготизмов в устной речи и их проникновение в литературную речь с целью усиления эмоционально-экспрессивных функций высказывания. Использование нонстандарта в языке прессы, его

разноплановые функции в средствах массовой информации вызвали потребность в разработке новых подходов к изучению арготизмов.

Актуальность настоящего исследования подтверждается повышенным интересом современной лингвистики к рассмотрению семантических и словообразовательных особенностей субстандартных лексических единиц в связи с их широким проникновением в нормативное употребление. Здесь следует отметить, что арго является одним из самых противоречивых явлений языковой культуры. Арго настолько сильно подвержено стремительным изменениям, что его изучение и, особенно, фиксация, становятся проблематичными, поскольку этот язык не обладает специальной системой фонетики и грамматики, «заимствуя» ее у национального языка. При этом выделяется своей богатой экспрессивно-эмоциональной лексикой, которая непрерывно обновляется. Э. М. Береговская в определении арго соглашается с определением, данным французскими лингвистами Г. Эно, Д. Франсуа-Жежер и Л-Ж Кальвэ. В их определении арго — это совокупность нетерминологических слов, которые «нравятся» определенной социальной группе или многим социальным группам (Береговская, 1995).

Для лингвистического анализа нами были отобраны 200 французских Л.Е. из современных французских словарей арго: «Французско-русский словарь арго, просторечия и фамильяризмов» под ред. Т. Н. Громовой и Е. Ф. Гриневой, а также словаря «Dictionnaire du français argotique et populaire» под ред. F. Caradec. В своей работе мы сделали попытку рассмотреть некоторые семантические и структурные способы образования арготизмов во французском языке, а также проанализировать их стилистические функции. Среди семантических способов словообразования, способствующих пополнению вокабуляра, метафора играет особую роль, поскольку использование метафорического переноса дает возможность проявить свои эмоции и чувства по отношению к окружающему миру. При помощи метафоры арготирующие выражают свое отношение к окружающей действительности, причем арготические образы в большинстве своем пропитаны иронией, поскольку для арго характерно выражение скорее негативного, чем положительного отношения к окружающему миру (Степанова, 2004). Например: *être fauché comme les blés* – ‘быть без бабок’ (букв. ‘быть скошенным как пшеница’); *casser sa pipe* – ‘откинуть копыта’, ‘сыграть в ящик’ (букв. ‘сломать трубку’); *blé* – ‘бабло’ (букв. ‘зерно’); *se casser* – ‘свалить, сделать ноги’ (букв. ‘разбиться’); *avoir le cafard* – ‘киснуть’ (букв. ‘иметь таракана’). Метафоры часто строятся на: 1. иронии: *méchant* – ‘крутой, клевый’ (букв. ‘злой’)*;* 2. гиперболе: *une armoire à glace* – ‘бугай, амбал’ (букв. ‘шкаф для льда’)*;* 3. каламбурах: *mariner chez ses harengs* – ‘мариноваться с предками’ (букв. ‘мариноваться у своих селедок’); 4. примерах из повседневной коммуникации: 1. критика: *cracher dans la soupe* – ‘привередничать, плевать в колодец из которого пьешь’ (букв. ‘плевать в суп’); 2. бездействие*: se tirer la nouille* – ‘валять дурака’, ‘балбесничать’ (букв. ‘тянуть лапшу’); 3. конфликты*: engueuler comme du poisson pourri* – ‘задать

взбучку’ (букв. ‘ругаться как на тухлую рыбу’). Общее количество слов этого кластера составляет 73 Л.Е. (36,5%) от общей выборки.

Другим способом словообразования арготических единиц является метонимия, или метонимический перенос, который возникает в результате познания и переосмысления экстралингвистических характеристик объектов внеязыковой действительности, субкультуры, указывает на принадлежность к каким-то организациям, партиям, определенному роду занятий и т. д., отражает определенные типы отношений между ними: *le blouson noir* – ‘хулиганы 1960-х годов, которые носили черные рубашки’ (букв. ‘черная куртка’); *se faire un cinéma* – ‘ломать комедию’, ‘делать из мухи слона’ (букв. ‘устраивать кино’)*; chemise noire* – ‘отборные фашистские отряды Муссолини’ (букв. ‘черные рубашки’). Общее количество слов этого кластера составляет 57 Л.Е. (28,5 %) от общей выборки.

В современном французском арго получили широкое распространение аббревиации. Аббревиатуры могут состоять из начальных букв, слов или фраз. Они могут быть разработаны с ироничным подтекстом или для модификации интерпретации уже известных аббревиатур. Например: *RAB (rien à branler)* – букв. ‘прохлаждаться’, ‘когда нечего делать’*; SDF (sans domicile fixe)* – букв. ‘бездомный’*; BGV (Bouffe à Grande Vitesse)* – букв. ‘фаст-фуд’. Механистическое словообразование является наиболее простым механизмом создания новой арготической лексики и приводит к изменению структуры слова: в большинстве своем это случаи апокопы т. е., усечение звуков или слогов многосложного слова. Например: *sympa (sympathique)* – ‘симпатичный’; *der (dernier)* – ‘последний’; *libé (libérté)* – ‘свобода’. Но встречаются также и аферезы – т. е. отпадение начального звука или звуков слова под воздействием конечного звука предшествующего слова (обратный процесс): *ricain (américain)* – ‘американец’; *zic (musique)* – ‘музыка’; *teille (bouteille)* – ‘бутылка’. Встречается также синкопа – исчезновение безударных звуков в середине слова, несущих наименьшую семантическую нагрузку: *maman – m’an* (‘мама’); *celui – çui* (‘этот’). Есть случаи деривации или аффиксации после усечения конечного слога: *-aille – duraille* (‘тяжелый’); *flicaille* (‘полицейский’). Имеет место также редупликация – удвоение слова или слога: *coco* (‘водка’); *cracra* (‘грязный’, ‘изгвазданный’); *fla-fla* (‘обман’). Общее количество слов этого кластера составляет 40 Л.Е. (20%) от общей выборки.

Следует отметить, что также одним из продуктивных способов пополнения лексического состава арго является словосложение или образование сложных слов путем соединения корневых морфем. Это подтверждают следующие примеры: *avale-tout-cru* (букв. ‘хвастун’), *grippe-jesus* – ‘фараон’ (букв. ‘полицейский’); *casse-pieds* – ‘задира’, ‘пест’ (букв. ‘ломать ноги’). Общее количество слов этого кластера составляет 18 Л.Е. (9%) от общей выборки.

Среди способов словообразования арго также обращает на себя внимание суффиксация, в основе которой лежит паразитическое использование суффиксов общей грамматики, причем достаточно свободное.

Среди примеров с нейтральными суффиксами, можно найти: *-age: enculage* (букв. ‘придирки’, ‘ерундистика’); *-erie: connérie* (букв. ‘тупость’, ‘идиотизм’); *-oir/-oire: pétoire* (букв. ‘револьвер’, ‘пистоль’). Существуют и специальные арготические суффиксы: *-if: rasif* (букв. ‘бритва’); *-oche, cinoche* (букв. ‘киношка’)*; -iche: fortiche* (букв. ‘силач’). Общее количество слов, образованных от этого кластера, составляет 12 Л.Е. (6%) от общей выборки.

Таким образом, французский язык в своей разговорной форме неразрывно связан с арго, которое является его неотъемлемой частью. Оно естественным образом входит в лексическую структуру французского языка, поскольку слова создаются преимущественно на основе уже существующих моделей словообразования. Эти процессы свойственны языку в целом, но в арго они достигают наибольшей распространенности. В результате проведенного лексико-семантического и структурного анализа арготизмов можно сделать вывод о том, что наиболее продуктивными способами словообразования французского арго являются: метафора (36,5%), метонимия (28,5%) и аббревиация (20%). Наименее продуктивные способы: словосложение (9%) и суффиксация (6%).

Список литературы

1. *Береговская, Э. М.* Механизмы, формирующие французское арго [Текст] / Э.М. Береговская // Проблемы социального разноречия. – Смоленск, 1995. – С. 11–19.

2. *Громова, Т. Н., Гринева Е. Ф.* Французско-русский словарь арго, просторечия и фамильяризмов. М.: ООО «Издательство Нестор Академик», 2012. 1168 с.

3. *Степанова, О. В.* Роль метафоры в создании языковой картины мира арготирующих (на примере французского языка) // Культурные слои во фразеологизмах и дискурсивных практиках. М: Языки славянской культкуры, 2004. С. 266-272.

4. *Caradec, F.* Dictionnaire du français argotique et populaire. Paris: Larousse, 2001. 297 p.

5. *Colin, J.-P.* Dictionnaire de l'argot français et de ses origines. Paris: Larousse-Bordas / Her, 1999. 903 p.

Свиденко Е. Н.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвопрагматические особенности косвенного речевого акта в англоязычном диалогическом дискурсе

В последние десятилетия проблема речевого общения привлекает внимание исследователей. Теория речевых актов, зародившаяся в прошлом веке, занималась определением, анализом и классификацией РА, но не рассматривала взаимосвязь между конкретным РА и используемыми языковыми средствами, что делало ее оторванной от реальности.

Актуальность темы обусловлена повышенным интересом ученых к исследованиям взаимосвязи между конкретным речевым актом и используемыми языковыми средствами, что позволяет понять, как цели и намерения говорящего реализуются в процессе общения, а также получить полное представление об особенностях взаимодействия адресанта и адресата.

Объектом данного исследования выступают косвенные речевые акты в диалогическом дискурсе.

Предметом исследования являются способы и средства выражения косвенного речевого акта в английском диалогическом дискурсе.

Цель настоящего исследования – установить и описать особенности выражения косвенных речевых актов, а также особенности их функционирования.

Материалом исследования выступают 400 косвенных речевых актов, отобранных методом контекстуальной выборки из художественных произведений на английском языке.

Речевой акт вслед за Ахмановой О. С. рассматривается как минимальная единица общения, которая представляет собой завершенное языковое действие, которое направлена на выполнение определенной цели.

Прямой речевой акт (РА) – это речевое действие, осуществляя которое адресант «имеет в виду буквально то, что он говорит» (Ахманова 2014: 48).

Косвенный речевой акт (КРА) – это речевой акт, в котором один иллокутивный акт осуществляется опосредовано, путем осуществления другого (Ярцева 1990: 57).

По результатам проведенного исследования, косвенные речевые акты в художественных произведениях могут выражаться 3 типами речевого акта: квеситивами, экспрессивами и ассертивами.

1. Ассертивы. По результату элементов количественного анализа, они составляют 164 ед. (41%) от общего количества выборки.

Ассертивы – это РА, с помощью которых говорящий выражает мнение, убеждение или как косвенный речевой акт предоставляет информацию скрыто, и используются для смягчения тона, выражения сомнений, намеков или скрытия истинного намерения (Деменьтьев 2006: 78):

- РА-просьба: *I was hoping someone could give me a hand* ‘Я надеялась кто-то подаст мне руку’ (Fitzgerald 1991: 188).

- РА-жалоба: *It seems like we’ve have been waiting forever* ‘Ощущение, что мы тут уже целую вечность’ (Fitzgerald 1991: 141).

- РА-упрек: *You ought to be home when your guests need you* ‘Вы должны быть дома, когда ваши гости нуждаются в вас’ (Austin 1999: 107).

- РА-констатация факта: *I noticed that my order is missing an item* ‘Я заметила, что в моем заказе не хватает одного пункта’ (Fitzgerald 1991: 67).

- РА-недовольства: *It’s frustrating when things don’t work as they should* ‘Как же раздражает, когда дела складываются не так, как надо’ (Fitzgerald 1991: 169).

- РА-приказ: *This task should be your top priority* ‘Это дело должно быть у Вас в приоритете’ (Austin 1999: 159).

- РА-удивления: *You know that I have nothing to offer in return, and yet you continue to care for me* ‘Вы знаете, что я ничего не могу предложить взамен, и все же вы продолжаете заботиться обо мне’ (Austin 1999: 198).

2. Квеситивы – 138 ед. (35%).

Традиционно цель вопросительного РА – заполнение информационной лакуны в знаниях говорящего путем побуждения, слушающего к сообщению информации (Деменьтьев, 2006: 86). Но предложения вопросительного типа, которые выступают в качестве КРА, выражают следующие иллокуции, которые можно разделить на несколько групп:

- упреки: *You believe me, don’t you*? ‘Ты веришь мне, не так ли?’ (Austin 1999: 74)
- просьбы: *Won’t you please throw us down some coal?* ‘Не дадите ли нам немного угля?’ (Fitzgerald 1991: 127)
- предложения: *Can’t you throw any light on the matter?* ‘Быть может, Вы прояснит ситуацию?’ (Fitzgerald 1991: 115)
- приглашения: *What about lunch today*? *Won’t you come, dear*? ‘Что насчет обеда сегодня? Ты придешь, дорогая? (Fitzgerald 1991: 115)

3. Экспрессивы – 98 ед. (24%).

Главной цель экспрессивов – выражение чувств и эмоций говорящего при реакции на окружающую действительность для достижения определенного перллокутивного эффекта, который может быть представлен следующими конечными результатами воздействия. Как косвенный речевой акт он может выражать:

- ирония: *Yeah, because staying up all night was such a great idea* ‘Да, потому что не спать всю ночь было такой замечательной идеей’ (Fitzgerald 1991: 76).
- упрек: *It would have been nice if you had told me about this sooner!* ‘Было бы неплохо, если бы ты сообщил мне об этом раньше! ’ (Fitzgerald 1991: 121).
- жалоба: *I was really looking forward to this, but it’s not quite what I expected* ‘Я так этого ждала, но это вовсе не то, чего ожидала’ (Fitzgerald 1991: 117).
- согласие: *I suppose you could say that* ‘Полагаю, так можно выразиться’ (Fitzgerald 1991: 115).
- несогласие: *Wow, that’s an... interesting choice* ‘Ого, это... интересный выбор’ (Fitzgerald 1991: 115).
- угроза: *I would’t test my patience if I were you* ‘На Вашем месте я бы не испытывала мое терпение’ (Fitzgerald 1991: 134)
- сожаление: *I wish things had turned out differently* ‘Мне бы хотелось, чтобы все сложилось по-другому’ (Austin 1999: 87).
- недоумение: *I wouldn’t have expected that* ‘Такого я не ожидал’ (Austin 1999: 151).
- возмущение: *I never expected this from you* ‘Такого я от Вас не ожидал’ (Austin 1999: 151).

Таким образом, косвенные речевые акты являются важным инструментом взаимодействия, позволяющим говорящему выражать намерения, чувства и оценки не буквально, а через импликацию. В ходе данного исследования было установлено, что такие иллокуции ассертивов как упрек, жалоба и просьба являются наиболее продуктивными. На втором месте по продуктивности – квеситивы с иллокуцией упрека, просьбы и предложения; менее продуктивными представлены экспрессивы как упрек, ирония и жалоба.

Список литературы

1. *Арутюнова, Н. Д.* Речевой акт / Лингвистический энциклопедический словарь / Н. Д. Арутюнова. – М.: Наука, 1990. – 337 с.

2. *Ахманова, О. С.* Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М.:Сов.энциклопедия, 2014. – 608 с.

3. *Вежбицкая, А.* Речевые акты / А. Вежбицкая // Новое в зарубежной лингвистике. – М., 1985. – 320 с

4. *Дементьев, В. В.* Непрямая коммуникация: монография / В. В. Деменьтьев. – М: Гнозис, 2006. – 560 с.

5. *Ярцева, В. Н.* Лингвистический энциклопедический словарь / В. Н. Ярцева. – М.: Сов.энциклопедия, 1990. – 685 с.

6. *Scott Fitzgerald, F.* The Great Gatsby / F. Scott Fitzgerald. – Cambridge University Press, 1991. – 280 p.

7. *Jane A.* Pride and Prejudice / Jane A. – London: Wordsworth Classics, 1999. – 265 p.

Скубченко А. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Прозвищные наименования во французском языке, описывающие физические или моральные характеристики человека

Прозвища являются одним из способов облегчения и упрощения коммуникации. Они, обладая уникальной способностью воплощать культурные и социальные аспекты, представляют собой богатый и многогранный объект исследования в области филологии. Объектом исследования в данной работе являются прозвищные наименования во французском языке, а также языковые конструкции и выражения, которые их формируют.

Цель исследования заключается в анализе и систематизации прозвищных наименований, использующихся во французском языке, для выявления их семантических значений, структурных особенностей и культурных контекстов, которые влияют на их употребление.

Актуальность работы определяется растущим интересом к изучению языковых средств, способствующих самоидентификации и социальным взаимодействиям. Прозвища, как важный элемент языка, содействуют не только самовыражению, но и формированию общественных стереотипов и представлений. В условиях глобализации и языкового взаимодействия современного общества исследование прозвищных наименований

приобретает особую значимость для понимания культурных и социальных процессов.

Для достижения поставленных целей в рамках исследования были решены следующие задачи: исследовать семантические категории прозвищных наименований, описывающих физические характеристики человека, и их связь с общественными стандартами красоты, пронализировать прозвища, относящиеся к моральным характеристикам, и выявить их роль в формировании общественного мнения и социальных стереотипов, изучить культурные и исторические факторы, влияющие на использование прозвищ в различных социальных группах и слоях франкоязычного общества.

Для решения поставленных в работе задач используются такие методы и приемы лингвистического анализа, как: сопоставительный метод, с помощью которого выявляются сходства и расхождения в семантике лексических единиц, и описательный метод, который позволяет комплексно представить полученные результаты.

Проблемами образования и классификации прозвищ занимались такие ученые и филологи: Д. С. Лихачев, Ален Виала, Жан-Пьер Вернан, С. И. Гасимова, В. Н. Топоров, И. В. Ляшенко.

Материалом данного исследования послужили французские прозвища, отобранные из французской художественной литературы – «Милый друг» и «Пышка» Ги де Мопассана, «Воспитание чувств» Гюстава Флобера, современных лингвистических статей и электронных ресурсов.

Французские прозвища часто используются для передачи информации о личных качествах, социальных ролях и статусах индивидов. Они имеют тенденцию к созданию ярких образов, которые могут служить как положительными, так и отрицательными характеристиками. Прозвищные наименования делятся на два типа: 1) описывающие внешний вид и 2) описывающие физические и моральные характеристики, которые в свою очередь делятся на следующие категории:

a) прозвища на основе антономазии – 1) *le Divin Marquis* ‘Божественный маркиз’ (маркиз де Сад); 2) *le Pere du cinéma* ‘Отец кинематографа’ (Луи Люмьер); 3) *le Petit Caporal* ‘Маленький капрал’ (Наполеон); 4) *le Roi-Soleil* ‘Король Солнце’ (Луи XIV); 5) *l’assemblée des saints* ‘Ассамблея святых’ (рай); 6) *la Grande Facheuse* ‘Великая обманщица’ (смерть). Прозвища такого типа показывают, как индивидуальные качества и заслуги могут быть сопоставлены с божественным или высоким статусом. Такие прозвища подчеркивают величие и уникальность личности, создавая социальный ореол вокруг них.

b) прозвища, описывающие физическую или моральную черту человека (метафорический и метонимический перенос) – 1) *bel-ami* ‘милый друг’, 2) *boule de suif* ‘пышка’, 3) *la barbe bleue* ‘синяя борода’, 4) *le chevalier sans peur et sans reproche* ‘рыцарь без страха и упрека’ (Пьер Баярд). В данной категории прозвища носят метафорический характер. Они передают как физические аспекты (полнота, дружелюбие), так и внутренние качества персонажей. Эти наименования создают эмоциональную связь между

персонажем и окружающими, а также подчеркивают их роль в социальном контексте.

c) прозвище, образованное на основе расовой принадлежности (сравнение) – 1) *popof (popov)* (разг.) ‘русский Иван’, 2) *gérard* (вторичн.) ‘средний француз’, ‘глупый француз’, 3) *jean-edouard* ‘(вторичн.) ‘француз-буржуа’, 4) *abdel* (жарг.) ‘араб’, 5) *mouk(h)ère (mouquère)* (простор.) ‘смуглая женщина’, ‘арабка’, ‘негритянка’. Здесь же демонстрируется как стереотипы и предвзятости могут быть привязаны к расовым и культурным особенностям. Эти прозвища часто несут негативные коннотации и служат для создания образов, которые могут оскорблять или унижать индивидуумов.

d) прозвище на основе сравнения с животным, птицей или насекомым (метафорический перенос) – 1) *mon serpent à lunettes* ‘моя кобра’, 2) *ma cigale* ‘моя цикада’, 3) *mon canard* ‘моя уточка’, 4) *ma tourterelle* ‘моя голубка’, 5) *mon loup* ‘мой волчонок’. Прозвища в этой категории также обогащают язык и служат описанию физической или поведенческой особенности человека, создавая образ, который может быть как комичным, так и уничижительным.

e) прозвище на основе сравнения с реальным или вымышленным персонажем мультфильма или героем фильма (метонимический перенос) – 1) *Cendrillon* ‘Золушка’, 2) *Astérix et Obélix* ‘Астерикс и Обеликс’, 3) *Tom Pouce* ‘Том Пус’ (человек маленького роста). Использование подобных имен предоставляет культурный контекст и ассоциацию с известными сюжетами, что может усилить эмоциональную нагрузку прозвища.

f) прозвище на основе сравнения с фруктом или иным предметом (метонимический перенос) – 1) *bonbon* ‘конфетка’, 2) *ma cerise d'amour* ‘моя любимая вишенка’, 3) *ma fraise tagada* ‘моя клубничка’, 4) *ma pétite de chocolat* ‘моя шоколадка’ (букв. ‘кусочки шоколада’), 5) *ma sucette* ‘мой леденец’. Подобные прозвища подчеркивают нежность между людьми, создавая образ тепла и заботы.

g) прозвище на основе сравнения со звуком или шумом (ономатопея) – *hou'У!* (выражения презрения, насмешки). Прозвища, которые основаны на звуках или шуме, могут выражать презрение или насмешку, придавая дополнительную глубину эмоциям, связанным с персонажем или ситуацией.

По результатам выборки, полученной из французской художественной литературы, было отобрано и проанализировано 600 прозвищ, принадлежащих к разным типам. Выявлено, что большую часть выборки составляют прозвища, характеризующие моральные и физические характеристики – 340 единиц (57% от общего количества), прозвища, характеризующие внешний вид, насчитывают 260 единиц (43%).

В ходе исследования прозвищных наименований во французском языке было установлено, что они служат важным средством коммуникации, отражая культурные и социальные аспекты общества, а также современные стандарты красоты и морали. Анализ показал, что прозвища, связанные с физическими и моральными характеристиками, играют значительную роль в формировании общественного мнения и стереотипов. Использование различных

методологических подходов позволило комплексно охарактеризовать прозвища как значимый элемент языка, влияющий на самоидентификацию и социальные взаимодействия.

Список литературы

1. *Ахманова, О. С.* Словарь лингвистических терминов [Текст]/ О. С. Ахманова. – М.: Сов.энциклопедия, 1966. – 608 с.

2. *Ги де Мопассан*., Милый друг / пер. с фр. Любимова Н. М.: Агентство ФТМ, Лтд., 2019.

3. *Лангнер, А. Н.* К вопросу семантики современных прозвищ (на материале французского языка Африки), Кавказ: Журнал Научная мысль Кавказа. 2008, №2. – 124 - 126 с.

4. *Yermeche, O.* Le sobriquet algérien: une pratique langagière et sociale // Insaniyat. -2002. - № 17 - 18. - P. 97 - 110.

Ткаченко В. В.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Способы лексических заимствований в сфере «экономика» в современном французском языке

Данная работа посвящена изучению способов лексических заимствований сферы экономики в современном французском языке.

В современном мире все большее внимание уделяется межкультурным коммуникациям, в том числе и в области экономики. В данном контексте особенно важно изучение лексических заимствований и их способов в современном французском языке, так как это позволяет лучше понять и оценить влияние иноязычной экономической терминологии на французскую экономическую среду.

Вопросами заимствований во французском языке интересовались многие отечественные ученые: Аллендорф К. А., Амосова А. Н., Боголюбова Н. М., Витковская Т. И., Воронцова И. Б., Гулинов Д. Ю., Добродомов И. Г., Дурдыева Г., Кравченко О.В., Пылкина В. В., Ярцева В.Н.

Заимствования, как процесс, при котором один язык заимствует слова, выражения или грамматические конструкции из другого языка, является феноменом результата многочисленных культурных, исторических и социальных контактов и взаимодействий между различными языками и их носителями, что и подтверждает Ярцева В. Н. в своем «Лингвистическом энциклопедическом словаре», говоря о том, что «заимствованиями называются элементы, которые язык в ходе своей истории получил из других языков <…> Слово, которое уже существует в языке, может приобрести значение, имеющееся у его эквивалента в иностранном языке» (Ярцева 1990: 190).

Основная цель исследования состоит в выявлении основных способов лексических заимствований в сфере экономики и анализе их использования в современном французском языке.

Объектом исследования являются способы лексических заимствований в сфере экономики в современном французском языке.

При написании работы нами были исследованы статьи из французских печатных изданий и выявлено 603 единицы заимствований в сфере «экономика». Материалом исследования послужили современные ведущие французские журналы в сфере экономики: «Le nouvel Economiste», «Journal de l'éco» (публикации 2023-2024 гг.) и толковый словарь «Le Petit Robert».

Практическое значение предложенной работы заключается в возможности использования ее данных в практике преподавания французского языка на курсах, связанных с экономикой и бизнесом, при составлении пособий, в преподавании теоретических курсов в разделе профессионального перевода. Данные также могут быть полезны для изучения влияния культурных и экономических связей между франкоговорящими странами и другими регионами.

В учебном пособии о межкультурной коммуникации Боголюбова Н. М. упоминает о том, что языковая политика во Франции имеет целью защиту французского языка от иноязычного влияния, путем замены англицизмов исконнообразной лексикой. Однако, несмотря на проведение данной языковой политики, нельзя не отметить любовь французов к заимствованиям, особенно в такой сфере как экономика. Они широко используются в СМИ, специализированной литературе и даже в повседневной жизни франкоязычных людей (Боголюбова, 2009).

В сфере экономики во французском языке можно выделить следующие основные способы лексических заимствований, которые мы рассмотрим подробнее:

1. Семантические. Основное отличие семантических заимствований заключается в том это слова, которые уже существовали в языке-реципиенте, но приобрели новые значения под влиянием другого языка. Можно сказать, что семантические заимствования фокусируются на значении слова. Например: *portefeuille* – изначально 'бумажник', теперь также 'инвестиционный портфель' (Journal de l'éco, 2024).

2. Лексические. Переход как формы, так и значения слова из языка-донора в язык-реципиент с соответствующей фонетической и грамматической адаптацией. Например: *tokenization*. В данном контексте *tokenization* может использоваться для обозначения процесса преобразования каких-либо активов в цифровые токены (Journal de l'éco, 2024).

3. Экзотизмы. Иноязычное заимствование, обозначающее предмет или явление из жизни другого народа. Хорошими примерами экзотизмов служат обозначения валют, например: *rouble* ('рубль', из русского), *yen* ('иена', из японского), *yuan* ('юань', из китайского) (Le Petit Robert, 2024).

Изучение заимствований, а также их способов, играет важную роль в понимании динамики языка и его способности адаптироваться к изменяющемуся миру. Анализ заимствований во французском языке помогает понять вклад других языков в его развитие и эволюцию, а также процессы языкового контакта и адаптации

По результатам выборки было проанализировано 603 единиц заимствований в сфере «экономика» современного французского языка, принадлежащих к разным группам. Выявлено, что семантические заимствования составляют самую значительную часть выборки – 46,1% от общего количества и 278 единиц, лексические заимствования составляют 31,01%, и 187 единиц), а экзотизмы – 22, 89% и 138 единиц.

Обобщая все вышесказанное, подчеркнем тот факт, что заимствования позволяют французскому языку своевременно вводить и адаптировать новые понятия, технологии и феномены, зарождающиеся преимущественно в иноязычной среде, способствуя его актуальности и современности. Они обогащают французскую экономическую и деловую терминологию, делая ее более точной, емкой и интернациональной, поскольку многие из этих терминов не имеют адекватных аналогов во французском языке.

Список литературы

1. *Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В*. Межкультурная коммуникация и международный культурный обмен: учебное пособие. [Текст] / Изд-во «СПбКО». – СПб., 2009. 660 с.

2. *Ярцева В.Н.* Лингвистический энциклопедический словарь / гл. ред. В. Н. Ярцева. – М.: Сов. энциклопедия, 1990. – 685 с.

3. BIM Finance l Une filiale dédiée à la crypto-monnaies // Un article de la rédaction du Journal de l’éco – Article publié le 05/03/2024 [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: https://lejournaldeleco.fr/bim-finance-lance-une-filiale-dediee-a-la-crypto-monnaies/

4. Gouvernement I Les ministres en lien avec les entreprises // Un article de la rédaction du Journal de l’éco – Article publié le 24/09/2024 [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: https://lejournaldeleco.fr/ministres-i-ceux-qui-pourraient-aider-lentreprise-a-se-developper-sans-trop-de-contraintes/

5. Dico en Ligne Le Robert // Éditions Le Robert – [Электронный ресурс] // Режим доступа: URL: https://www.lerobert.com/ (дата обращения 20/12/2024).

Токарчук К. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвопрагматические особенности фатического речевого акта в академическом дискурсе (на материале лекций по английскому языку Д. Кристала)

В последние десятилетия академический дискурс как важная составляющая научной и образовательной коммуникации привлекает внимание исследователей. На современном этапе английский язык по-прежнему является важным средством общения в академической среде, что требует изучения специфики речевых актов для эффективного взаимодействия между преподавателями и студентами из разных культур. Фатические речевые акты не только устанавливают контакт между собеседниками, но и создают благоприятную атмосферу для обучения и обмена знаниями.

Актуальность темы обусловлена необходимостью глубокого изучения фатических речевых актов как важного элемента академического дискурса, особенно в контексте глобализации и использования английского языка в образовательной среде. Исследование особенностей фатической коммуникации позволяет выявить механизмы успешного взаимодействия между лектором и студентом, что способствует повышению качества образовательного процесса.

Объектом данного исследования является академический дискурс, представленный учебно-научными лекциями по английскому языку.

Предметом исследования выступают лингвопрагматические особенности фатических речевых актов в академическом дискурсе, а именно их функции и структура.

Цель настоящего исследования – выявление и анализ лингвопрагматических особенностей фатических речевых актов в академическом дискурсе на примере лекций Д. Кристала.

Материалом исследования выступают 85 фатических речевых актов, отобранных методом контекстуальной выборки из лекций Д. Кристала. Источником материала послужили 3 устные лекции из интернет-ресурсов образовательного канала You-Tube (общее количество – 524 предложения).

В ходе исследования применялись методы контекстуального, интенционального, дискурс-анализа и количественного анализа.

Академический дискурс вслед за Дроновым И. С. – это процесс и результат нормативно организованного профессионально-ориентированного речевого устного и письменного взаимодействия для учебных целей, обладающего как лингвистическими, так и экстралингвистическими свойствами (Дронов, 2018).

По Виноградову В. В., лекция — форма устной научной речи, обладающая целенаправленностью, логической завершенностью и адресованная конкретной аудитории (Виноградов, 1963).

Фатическую коммуникацию вслед за Ахмановой О. С. мы рассматриваем как общение, направленное на установление и поддержание социального контакта, а не на передачу информации (Ахманова, 2014).

По определению Грачевой В. В., фатический речевой акт – средство установления, поддержания или завершения контакта между коммуникантами, выполняющее преимущественно социальную функцию и не всегда связанное с передачей информативного содержания (Грачева, 2015).

Фатическая коммуникация представляет собой важный аспект английской лекции, который способствует формированию уникального стиля преподавания. В ходе исследования было установлено, что фатические речевые акты реализуют восемь функций: установление контакта, поддержание внимания, создание взаимодействия, снижение напряженности, размыкание контакта, ожидание, прерывание или возобновление контакта и экспрессивная функция. Эти акты не только способствуют эффективному общению, но и создают комфортную атмосферу для обучения — критически важный аспект в академическом контексте.

Основные аспекты, такие как установление контакта, поддержание внимания и создание взаимодействия, способствуют формированию доверительной атмосферы, что особенно актуально в академическом контексте. Примеры из лекций демонстрируют, как простые приветствия и риторические вопросы удерживают интерес слушателей и активизируют их участие в обсуждении.

Функции, направленные на снижение напряженности и размыкание контакта, подчеркивают необходимость создания комфортной обстановки для общения, что в свою очередь способствует более продуктивному диалогу. Формулирование ожиданий и поддержание контакта помогают структурировать информацию и связывать различные темы обсуждения, облегчая восприятие материала. Возможность прерывания или возобновления контакта позволяет оратору управлять динамикой общения, а использование личного опыта создает эмоциональную связь с аудиторией.

Анализ количественных характеристик фатических речевых актов показал, что поддержание внимания (34,1%) и создание взаимодействия (14,1%) являются наиболее значимыми функциями, что подтверждает их важность для успешного взаимодействия в академической среде. Вербальные и невербальные средства выражения фатических речевых актов, такие как приветствия, риторические вопросы и жесты, способствуют созданию вовлекающей атмосферы во время лекции.

Лекции Д. Кристала демонстрируют наличие фатической коммуникации: шестая часть лекций включает фатические речевые акты (16,2% или 85 из 524 предложений). Несмотря на асимметричность отношений между лектором и аудиторией, фатическая коммуникация способствует сокращению дистанции и преодолению традиционного формализма академической лекции.

Анализ показал значительную роль фатических речевых актов в поддержании связи между участниками дискурса, что способствует вовлеченности студентов и улучшению качества образовательного процесса. Были выявлены как вербальные, так и невербальные средства коммуникации. Их использование подтвердило гипотезу о влиянии эмоций лектора и контекста общения на структурно-прагматические особенности фатических речевых актов.

Перспективой дальнейшего исследования может стать анализ фатики академического дискурса на материале различных языков и культур в сравнительном аспекте. Это может привести к более глубокому пониманию особенностей академической коммуникации и разработке эффективных стратегий взаимодействия в многоязычных образовательных контекстах.

Список литературы

1. *Бурлак, С. С., Петрова, Е. А.* Стратегии общения в академическом контексте / С. Бурлак, Е. Петрова. – Москва: Просвещение, 2009. – 200 с.

2. *Грачева, В. В.* Фатический речевой акт как средство установления и поддержания контакта / В. В. Грачева // Лингвистика и межкультурная

коммуникация: материалы конференции. – Казань: Казанский университет, 2015. – С. 45–50.

3. *Дронов, И. С.* Обучение академическому дискурсу в целях обучения иностранному языку студентов лингвистических направлений подготовки / И. С. Дронов // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2018. – Т. 23, № 175. – С. 45-51. – URL.: http://journals.tsutmb.ru/a8/upload/2018-10/045-051%20%D0%94%D1%80%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B2.pdf (дата обращения: 26.02.2025).

4. *Виноградов, В. В.* Стилистика. Теория поэтической речи. Поэтика / В. В. Виноградов. – М., 1963. – 255 с.

5. *Ахманова, О. С*. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – Москва: Сов. энциклопедия, 2014. – 608 с.

Туник К. А.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Метафора как способ реализации интенции в ориентационном жанре американского политического дискурса XXI столетия (на материале выступлений президентов США)

Метафора является одним из наиболее действенных инструментов политической коммуникации, поскольку она служит для декодирования разнообразных импликаций, свойственных речам политиков и аналитическим обзорам политических проблем в СМИ.

Актуальность исследования заявленной темы обусловлена необходимостью лингвистического изучения политической коммуникации в связи со сложившейся социально-политической обстановкой в мире. Представляется целесообразным проанализировать особенности метафоры как одного из способов реализации интенции в рамках американского политического дискурса XXI столетия.

Среди нескольких отличительных характеристик современной политической коммуникации особое место занимают ее неопределенность (то есть политическая деятельность имеет преимущественно языковой характер, что требует эффективного использования языка) и медийность (то есть большая часть политических событий освещается СМИ).

В силу того, что политическая терминология английского языка постоянно развивается, пополняясь новыми метафорами, представляется целесообразным проанализировать особенности метафоры как одного из способов реализации интенции в рамках американского политического дискурса XXI века (Фатьянова 2022: 32).

Объектом исследования в рамках данной темы выступает современный американский политический дискурс.

Предмет исследования – метафора как способ реализации интенции в современном американском политическом дискурсе.

Материалами исследования являются 24 официальные речи ритуального, ориентационного и агонального жанров 4 президентов США XXI века: Дж. У. Буша (6), Б. Обамы (7), Д. Трампа (5), Д. Байдена (5).

Согласно классическому определению, которое было предложено Н.Д. Арутюновой, дискурс – это «речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей и механизмах их сознания; это речь, «погруженная в жизнь»» (Арутюнова, 1990).

Метафорические модели политической коммуникации не теряют своей актуальности и продуктивности не только в аспекте порождения новых смыслов в процессе их вербализации, они продолжают оставаться также мощным инструментом коммуникативного воздействия в руках политиков.

Крайне важным является также функционирование метафоры на уровне модели мира, причем в данном случае она концептуализирует действительность на основе того или иного опыта и культурных традиций в сознании конкретного индивида. Е. С. Кубрякова отмечает, что в данном случае функционирования метафоры «язык представляет собой не только объект исследования, но также и одно из средств доступа к ментальным процессам» (Кубрякова, 1999).

В процессе работы были выявлены основные виды метафор – ориентационная, онтологическая и структурная (Лакофф, Джонсон, 2004).

Ориентационная метафора связана с пространственной ориентацией: «верх-вниз», «внутри-снаружи» и опирается на физический и культурный опыт.

Примерами ориентационной метафоры могут выступать метафорические модели AMERICA IS UP и PEOPLE ARE UP, исходя из которых можно сделать вывод, что правительство Америки использует ориентацию «вверх», подчеркивая мотивацию, а также внушает уверенность в способности народа преодолеть кризис. Более того ассоциация с высотой поддерживает представление о США как сверхдержавы: 1) *Americans always rise to the challenge* (Donald Trump Murch 11, 2020); *2) Leading the world to space helped America achieve new heights of prosperity here on Earth* (Barack Obama April 15, 2010).

Онтологическая метафора предполагает построение аналогий между объектами и явлениями в мире и абстрактными понятиями.

В американском политическом дискурсе XXI века, использование онтологической метафоры стало одним из наиболее эффективных способов реализации интенции. В американской риторике часто встречается представление политики как живого существа, которое может «развиваться», «ослабевать», «расти». Так же Америка может быть представлена как личность, обладающая чертами характера, что усиливает эмоциональную связь с аудиторией. Были выделены следующие примеры: 1) *We stood in a winter of peril and a winter of possibilities* (Joe Biden July 24, 2024); 2) *That essential element of the American character* (Barack Obama April 15, 2010).

Структурная метафора используется для объяснения сложных концепций и явлений путем сопоставления их со структурами, которые более привычны и знакомы нам (Денисова, 2018).

Использование данного вида метафор создает нарратив успеха. Лидеры используют эту метафору, чтобы показать, что рост страны — это ее неотъемлемая характеристика. Например, Трамп подчеркивает единство американцев перед лицом угрозы. В условиях пандемии COVID-19 это способствует мобилизации общества и созданию ощущения общей ответственности. 1) *We must put politics aside, stop the partisanship, and unify together as one nation and one family* (Donald Trump Murch 11, 2020); 2) *And in fulfilling this task, we will not only extend humanity's reach in space – we will strengthen America's leadership* (Barack Obama April 15, 2010).

В заключение, политическая метафора является инструментом влияния на сознание общества с целью формирования у слушающего либо положительного, либо отрицательного мнения о той или иной политической единице. В основе политического дискурса лежит непрекращающийся диалог-противостояние между «партией власти» и оппозицией. Политический деятель вырабатывает, отстаивает и утверждает собственный образ, наступает на образ политических соперников, раскрывает систему собственных ценностей и идеалов, опровергая чуждые, привлекая к себе благосклонность и общественное мнение. Метафора служит реализации подобной коммуникативной цели и является эффективным инструментом эмоционального воздействия на аудиторию.

Важным в использовании метафоры в политическом дискурсе является то, что она обращается к общим знаниям и создает впечатление единства и равенства у участников коммуникации, что побуждает их к принятию мнимого «общепринятого» мнения.

Список литературы

1. *Арутюнова, Н. Д.* Метафора и дискурс. Вступительная статья [Текст] / Н. Д. Арутюнова // Теория метафоры. – М.: Прогресс. – 1990. – С. 5–32.

2. *Денисова, Д. С.* Концептуальная метафора. Виды концептуальной метафоры [Текст] / Д. С. Денисова // Научная гипотеза. – 2018. – № 12. – С. 32–36.

3. *Кубрякова, Е. С., Александрова, О. В.* О контурах новой парадигмы знания в лингвистике [Текст] / Е. С. Кубрякова, О. В. Александрова // Структура и семантика художественного текста: доклады VII междунар. конф. – М. – 1999. – С. 186–197.

4. *Лакофф, Дж., Джонсон, М.* Метафоры, которыми мы живем [Текст] / Дж. Лакофф, М. Джонсон; под. ред. и с предисл. А. Н. Баранова; пер. с англ. А. Н. Баранова. – М.: Едиториал УРСС. – 2004. – 250 с.

5. *Фатьянова, И. В.* Американский политический дискурс XX – начала XXI веков [Текст]: автореф. дис. … д-ра. филол. наук: 10.02.04. / И. В. Фатьянова. – Донецк. – 2022. – 43 с.

Чулкова Е. И.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Основные трансформации при переводе текстов французских СМИ на русский язык

Перевод текстов средств массовой информации (СМИ) представляет сложную задачу, требующую лингвистического мастерства и понимания культурных нюансов и контекстуальных значений. Среди разных аспектов перевода лексико-грамматические трансформации играют ключевую роль в обеспечении сохранения смысла, тона и замысла оригинального текста при его адаптации к языковой структуре языка перевода.

Под лексико-грамматическими трансформациями понимаются изменения, вносимые в лексические и грамматические элементы исходного текста в процессе перевода. Они включают изменения на нескольких уровнях, в том числе замену слов (лексическая) и корректировку структуры предложения (грамматическая), которые необходимы в силу структурных различий между французским и русским языками. Задача состоит в том, чтобы сохранить точность сообщения и при этом обеспечить естественное и свободное звучание перевода на языке перевода.

Цель нашей работы заключается в том, чтобы на основе изучаемых текстов французских СМИ проанализировать актуализируемые лексико-грамматические трансформации, применяемые в процессе их перевода на русский язык. Объектом исследования являются тексты французских СМИ. Предметом исследования являются лексико-грамматические трансформации, актуализированные в процессе перевода текстов Le Figaro и La Tribune.

Переводческие трансформации — это разного рода межъязыковые изменения, позволяющие привести текст в соответствие с нормами другого языка, сохраняя его первоначальный смысл. А.Д. Швейцер полагал, что сам термин «трансформация» в переводоведении имеет образный оттенок: он сравнивал переводческий процесс с превращением одной формы выражения в другую (Швейцер 1988: 117).

В основе лексической системы любого языка лежит слово. Разные языки обладают специфическими особенностями смысловой структуры слов, и именно поэтому при переводе нужно искать не просто прямые аналоги, а словесные единицы, сохраняющие исходный смысл в новом контексте.

Суть лексических трансформаций сводится к тому, что переводчик вынужден заменять определенные слова или устойчивые словосочетания языка-источника на такие лексические элементы языка перевода, которые не являются их буквальными эквивалентами и могут иметь иное значение, чем в оригинале (Бархударов 1975: 196). Причин для этого достаточно много. Одна из них — необходимость передать языковую игру в художественном тексте. До сих пор нет единого «шаблона» перевода подобных авторских находок (неологизмов и окказионализмов), поэтому каждый случай требует индивидуального подхода.

Грамматические трансформации — это не просто «изменение структуры» предложения. По сути, переводчик перестраивает предложение и вносит разные замены (как синтаксические, так и морфологические), потому что без этого адекватно передать смысл на другом языке невозможно.

Причины сложности перевода бывают грамматические и лексические, но решающее значение обычно имеют именно особенности языковой системы: разный порядок слов, отличия в формах, несходство в том, как выражаются отдельные грамматические категории (Нелюбин 2008: 39).

В примере: *Le nouveau secrétaire américain à la Défense Pete Hegseth a jugé mercredi «irréaliste» d'envisager un retour de l'Ukraine à ses frontières d'avant 2014* (‘В среду министр обороны США Пит Хегсет заявил, что возвращение Украины к границам до 2014 года «нереально»’) можно заметить транслитерацию имени и фамилии: *Pete Hegseth* ‘Пит Хегсет’, опущение: *Le nouveau secrétaire américain à la Défense Pete Hegseth* ‘министр обороны США Пит Хегсет’, замену: *américain* на ‘США’. Структура предложения в целом сохранена, что является примером синтаксического уподобления. Однако есть существенные изменения в порядке слов, чтобы соответствовать нормам русского языка: *Le nouveau secrétaire américain à la Défense Pete Hegseth a jugé mercredi* – ‘В среду министр обороны США Пит Хегсет заявил’, а также ‘в среду’ выносится в начале предложения как обстоятельство места. Таким образом, в данном фрагменте используются две лексические трансформации и две грамматические трансформации.

Приведем еще один пример из СМИ: *Le Bitcoin a atteint des records en ce mois de juin, frôlant à plusieurs reprises la barre des 3.000 dollars, sa capitalisation s’approche des 45 milliards de dollars, selon Coin market cap* (‘В июне месяце биткоин установил новый рекорд, несколько раз доходя до отметки 3 тысячи долларов за единицу. По данным Коин маркет кэп, его капитализация приближается к 45 миллиардам долларов’). В данном тексте наблюдается транслитерация: *le bitcoin, coin market cap* –‘биткоин’, ‘коин маркет кэп’, добавление: *la barre des 3.000 dollars* – ‘отметки 3 тысячи долларов за единицу’, изменение порядка слов: *le bitcoin a atteint des records en ce mois de juin* –‘в июне месяце биткоин установил новый рекорд’. Отрывок статьи включает в себя и лексическую, и грамматическую трансформацию.

Таким образом, в представленных примерах лексические и грамматические трансформации используются конвергентно и благодаря личности переводчика они передают в языке перевода информационный посыл исходного текста.

Для достижения адекватного перевода текста используются трансформации с учетом стиля текста, культурного контекста и особенности целевой аудитории. Лексико-грамматические трансформации помогают достичь баланса между точностью и естественностью перевода.

Список литературы

1. *Бархударов Л. С.* Язык и перевод [Текст] / *Л. С. Бархударов*: «Междунар отношения», 1975. – 240 с.

2. *Нелюбин Л. Л.* История науки о языке : учебник [Текст] / *Л. Л.*

Нелюбин, *Г. Т. Хухуни*. – 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Флинта : Наука, 2008 (Курган : ПК "Зауралье"). – 375 с.

3. *Швейцер А. Д.* Теория перевода. Статус, проблемы, аспекты [Текст] / *А. Д. Швейцер.* – М. : Наука, 1988. – 215 с.

Шевченко А. Д.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Лингвопрагматические особенности речевого акта угрозы в англоязычном диалогическом дискурсе

Одним из ключевых элементов социальной коммуникации являются речевые акты, представляющие собой целенаправленные действия, осуществляемые посредством языка. В частности, речевой акт угрозы занимает значимое место, поскольку способен существенно влиять на эмоциональное состояние участников диалога и на ход коммуникативного процесса.

Актуальность исследования обусловлена повышенной конфликтогенностью современной коммуникации и необходимостью анализа языковых средств, способствующих возникновению или разрешению межличностных конфликтов. Современные исследования в области лингвопрагматики зачастую рассматривают угрозы изолированно или в рамках общей классификации речевых актов, но систематическое изучение их особенностей в англоязычном диалогическом дискурсе остается недостаточным. Это создает «лакуны» в научном понимании данного феномена и подчеркивает необходимость дальнейших исследований.

Объект исследования – речевой акт угрозы в англоязычном диалогическом дискурсе.

Предмет исследования – лингвопрагматические особенности, используемые для реализации речевого акта угрозы.

Цель исследования – определить и описать лингвопрагматические особенности речевого акта угрозы в англоязычных диалогах.

В ходе анализа были использованы следующие методы исследования: описательный анализ, дискурс-анализ, контекстуальный анализ, метод количественного анализа, метод интенционального анализа.

Исследование угрозы в лингвистике основывается на междисциплинарном подходе, включающем элементы семантики, прагматики, теории речевых актов и культурной лингвистики. Центральной теоретической основой является теория речевых актов Дж. Остина и Дж. Серла, рассматривающая угрозу как специфическую форму представления действий через речь. Оба исследователя выделили различные типы речевых актов, включая директивы и комиссивы, к которым относится угроза. (Остин 1986: 25-30)

Речевой акт угрозы – это речевой акт, в котором намерение говорящего заключается в нанесении физического, материального или иного вреда общественным или личным интересам адресата. (Анцупов, 2006).

Речевой акт угрозы выражается языковыми единицами, которые выражают опасность или негативные последствия. Лексические средства угрозы связаны с насилием, наказанием или разрушением, что усиливает ее выразительность (Серль 1986: 178). Анализ угроз в англоязычном дискурсе показывает преобладание специфической лексики, связанной с негативными последствиями: *destroy, punish, harm* и другие.

Фразеологические обороты и использование многозначных слов создают дополнительную смысловую нагрузку и эмоциональную окрашенность. Например, фразеологический оборот *beat someone to a pulp.* В контексте угрозы – это выражение означает жестокое избиение кого-либо. Может быть использовано в предложении следующим образом: *If you don't stop messing with me, I'll beat you to a pulp.* Фразеологизм усиливает угрозу физического насилия, придавая ей образность и эмоциональную тяжесть.

Угроза может быть прямой или косвенной, что определяется ее иллокутивной силой и средствами выражения. Прямой речевой акт угрозы подразумевает использование явных, четких и недвусмысленных выражений, направленных на выражение намерения нанести вред или вызвать негативные последствия для адресата. Прямые угрозы характеризуются отсутствием смягчений, условных конструкций или эвфемизмов, что делает сообщение максимально понятным и серьезным. Такой вид угрозы часто используется для демонстрации власти, выражения гнева или давления на собеседника. Процент прямых угроз составляет 38%. Примеры прямых угроз:

I will make sure you lose your job (‘Я позабочусь о том, чтобы ты потерял работу’) (Серль 1986: 170-175);

You'll regret betraying me (‘Ты пожалеешь, что предал меня’).

Косвенный речевой акт угрозы подразумевает использование более мягких, намекающих или эвфемистических выражений, которые не содержат явных угроз, но подразумевают негативные последствия. Примеры косвенных угроз включают использование пассивных конструкций, условных предложений или намеков на возможные последствия без их прямого описания. Примеры косвенных угроз:

It would be a shame if something happened to your project (‘Было бы жалко, если бы что-то случилось с твоим проектом’);

You might want to think twice about that (‘Тебе, возможно, стоит дважды подумать об этом’).

Косвенные угрозы часто используются для смягчения высказывания, сохранения лица говорящего и уменьшения прямого конфликта, при этом сохраняя силу воздействия через контекст и интонацию.

Угрозы могут выражаться сложноподчиненными предложениями с обстоятельственным придаточным предложением условия: *If you don’t do it, I will....*

Императивные формы и использование модальных глаголов также характерны для выражения угроз, обеспечивая их категоричность и направленность. Использование модальных глаголов, таких как will, must, should, играет важную роль в формировании угрозы. Процент косвенных угроз составляет 62%. Пример угрозы с использованием модального глагола: *You will regret this* (‘Ты пожалеешь об этом’).

В этом предложении используется модальный глагол will, который выражает уверенность в том, что угроза осуществится.

Проведенное исследование выявило лингвопрагматические особенности речевого акта угрозы в англоязычном диалогическом дискурсе. Угрозы можно классифицировать по критериям: по степени агрессивности (прямые и косвенные). Такая типология позволяет более точно анализировать функции и воздействия угроз в различных коммуникативных ситуациях. Типология угроз, основанная на степени агрессивности, направленности и контексте использования, позволяет более глубоко понять их роль и влияние в межличностной коммуникации. Угрозы реализуются посредством деструктивной лексики, синтаксических конструкций, адаптированных к культурному и контекстуальному окружению.

Список литературы

1. *Анцупов, А. Я., Шипилов, А. И.* Словарь конфликтолога / А. Я. Анцупов, А. И. Шипилов. – СПб.: Питер, 2006. – 2-е изд. – 528 с.

2. *Вежбицкая, А.* Понимание культур через посредство ключевых слов / А. Вежбицкая. – Москва: «Языки славянской культуры» (ЯСК), 2001. – 288 с.

3. *Кубрякова, Е. С.* В поисках сущности языка. Когнитивные исследования / Е. С. Кубрякова. – Москва: "Знак", 2012. – С. 204

4. *Остин, Дж.* Как совершать действия при помощи слов. Избранное. Перевод с англ. Макеевой Л. Б., Руднева В. П. / Дж. Остин. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 1999. – 332 с.

5. *Серль, Дж. Р.* Классификация иллокутивных актов / Дж. Р. Серль // Новое в зарубежной лингвистике. – Москва: Прогресс, 1986. – Вып. 17. Теория речевых актов. – С. 195-223.

Шолудько А. О., Гапотченко Н. Е.
ФГБОУ ВО «ДонГУ» (г. Донецк)

Основные стилистические аспекты военного дискурса

Военный дискурс представляет собой сложный феномен, который включает лексические, грамматические и стилистические особенности, отражающие специфику данной сферы коммуникации. Стилистический анализ позволяет понять, каким образом используются языковые средства для выражения авторитетности, точности, эмоций и убеждения в военной риторике. Рассмотрим ключевые стилистические аспекты военного дискурса на материале французского, английского и русского языков (Бахтин, 1975*)*.

1. Лексические особенности

Лексика военного дискурса отличается обилием терминов, аббревиатур и специальных выражений. Например, во французском языке часто используются такие термины, как *déploiement*, *préparation opérationnelle*, *tête de pont*. В английском аналогичные функции выполняют слова *deployment*, *readiness*, *bridgehead*, а в русском – «дислокация», «оперативная готовность», «плацдарм».

Особенностью является нейтральность военных терминов, которые, несмотря на серьезность темы, сохраняют эмоциональный нейтралитет. Например, во французском выражение *élimination de l'ennemi* смягчает реалии войны, тогда как английский эквивалент *neutralization of the enemy* и русский «ликвидация противника» работают аналогично (Enloe, 2000).

2. Риторические фигуры и метафоры

Стилистика военного дискурса часто включает метафоры, усиливающие эмоциональное воздействие. Например, во французских дискурсах часто используют выражение *combat pour la paix*, подчеркивая парадокс борьбы за мир. В английском языке война может описываться как *battlefield for peace*, а в русском – 'поле битвы за мир'.

Риторические фигуры, такие как антитеза и анафора, играют важную роль. В знаменитой речи Черчилля *We shall fight on the beaches…* повторение фразы *we shall fight* усиливает мотивацию и сплоченность. В русском военном дискурсе подобный прием встречается в лозунгах Великой Отечественной войны: «Ни шагу назад!» (Женетт, 1999).

3. Грамматические конструкции

В военном дискурсе часто используют императивы и пассивные конструкции. Императивы во французском языке, такие как *Tenez la ligne!*, аналогичны английским *Hold the line!* и русским «*Занять позиции!*». Пассивные конструкции создают эффект формальности и безличности, например: *Des décisions ont été prises pour poursuivre l'opératio*n (фр.), *Decisions were made to proceed with the operation* (англ.), «Были приняты решения продолжить операцию» (рус.) (Fairclough, 1989).

4. Эмоциональная окраска

Стилистическая задача военного дискурса – сочетание формальной строгости и эмоционального воздействия. Например, во французских дискурсах доминируют *héroïsme* и *courage*, а английские авторы предпочитают такие выражения, как *valor* и *bravery*. В русских дискурсах слова «героизм» и «самоотверженность» часто используются для подчеркивания патриотизма (Баранов 2008: 102).

5. Интертекстуальность

Военный дискурс активно опирается на исторические контексты и цитаты. Например, во французском языке популярны отсылки к Наполеону: *Impossible n'est pas français*. Английская фраза *Never in the field of human conflict was so much owed by so many to so few* Черчилля стала символом мотивации. Русский язык активно использует исторические цитаты, например: «Родина-мать зовет!» (Черчилль, 1946).

Таким образом, стилистические особенности военного дискурса являются неотъемлемой частью его эффективности. Они включают терминологическую точность, риторическую выразительность, эмоциональную окраску и интертекстуальные элементы, которые обеспечивают влияние на аудиторию. Сравнительный анализ стилистических аспектов французского, английского и русского военных дискурсов показывает, что при сохранении общих черт военный дискурс каждого языка отражает его культурные и исторические особенности.

Список литературы

1. *Бахтин, М. М.* Слово в романе / М. М. Бахтин. – Москва: Наука, 1975.

2. *Баранов, А. Н., Казакевич, Е. А.* Риторика и прагматика текста / А. Н. Баранов, Е. А. Казакакевич. – Москва: Гнозис, 2008. – 102 с.

3. *Женетт, Ж*. Фигуры / Жерар Женетт. – Париж: Seuil, 1999.

4. *Черчилль У.* Речи во время войны / У. Черчилль. – Лондон: Penguin Books, 1946.

5. *Fairclough, N.* Language and Power / N. Fairclough. – London: Longman, 1989.

6. *Enloe, Maneuvers, C.* The International Politics of Militarizing Women's Lives / Enloe, C. Maneuvers. – University of California Press, 2000.