

же избавляет рекламу от неуместных длинных предложений. Примером может послужить реклама ухаживающей косметики для лица Eubos: *Auf die Haut. Fertig. Schön* [4, с. 21].

Таким образом, исследованный материал немецкой рекламы свидетельствует о том, что одним из средств воздействия на потребителя является синтаксическая организация рекламного текста, ориентированная на привлечение внимания потребителя к продвигаемому товару.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кара-Мурза, Е. С. «Дивный новый мир» российской рекламы: социокультурные, стилистические и культурно-речевые аспекты / Е. С. Кара-Мурза [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gramota.ru/mag_arch.html?id=23. – Дата доступа: 29.03.2019.
2. Гаспарян, О. Т. Интенциональные стратегии современного рекламного дискурса: дис. ... канд. филол. наук : спец. 10.01.10 / О. Т. Гаспарян. – М., 2017. – 154 с.
3. Вирченко, М. А. Лингвистические особенности рекламных текстов / М. А. Вирченко, Ю. А. Лымарь, Н. В. Чех // Молодой ученый. – 2016. – № 11. – С. 1669–1672.
4. Bunte. – 2019. – № 11. – 89 S.

Д. Д. БАСАКИНА

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет имени

А. С. Пушкина

Научный руководитель – Е. Г. Сальникова

ИНТЕРЪЯЗЫКОВЫЕ ЛАКУНЫ КАК ЯВЛЕНИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ

Языковая картина мира формирует тип отношения человека к миру и задаёт формы его поведения. Каждый естественный язык отражает определенный способ концептуализации мира. Выражаемые в нем значения складываются в некую единую систему взглядов, своего рода коллективную философию. Формируется мир говорящих на данном языке, то есть языковая картина мира как совокупность знаний о мире, запечатлённых в грамматике, лексике, фразеологии [1, с. 18].

Итак, одно и то же понятие, один и тот же кусочек реальности имеет разные формы языкового выражения в разных языках – более полные или менее полные.

«Если в одном из языков лексическая единица отсутствует, – отмечает И. А. Стернин, – то говорят о наличии лакуны в данной точке лексической системы этого языка; в языке сопоставления соответствующая единица

оказывается безэквивалентной (то есть единице одного языка не соответствует ни одной единицы другого языка)» [2, с. 24].

В силу того, что лексико-семантические поля в каждом языке характеризуются разной степенью структурирования и разными специфичными свойствами, то путем сопоставления лексических единиц одного поля в разных языках можно выявить наличие семантических пустот – лакун. Для подтверждения данной гипотезы был проведен анализ межъязыковых лексических лакун, извлеченных из тематических русско-английского и англо-русского словарей.

Проанализировав материал Нового англо-русского / русско-английского словаря АБВУ Lingvo [3], Русско-английского (британского) тематического словаря [4], Англо-русского тематического словаря [5] и Англо-русского, русско-английского словаря Бржозовского [6] мы отобрали 69 единиц безэквивалентной лексики в русском языке и 38 единиц – в английском.

Лакуны условно подразделяются на мотивированные и немотивированные. Мотивированные лакуны связаны с отсутствием самой реалии у того или иного народа. Немотивированные лакуны не поддаются объяснению через отсутствие реалии: соответствующие реалии есть, но народ в силу культурно-исторических причин их как бы не заметил, не сформулировал понятий об этих реалиях, оставил их неназванными, например, в русском языке: мать мужа – свекровь, мать жены – теща, в английском языке нет дифференциации: *mother-in-law*; соответственно: тесть, свекор – *father-in-law*. Из проанализированного нами количества лексических единиц английского языка 6 являются мотивированными лакунами в русском (*cream tea* – пятичасовой чай с хлебом, топлеными сливками и вареньем; *English breakfast* – плотный утренний завтрак), 63 – немотивированными (*ivory* – цвет слоновой кости; *barber* – мужской парихмахер, *singleton* – единственный ребенок). 6 лексем русского языка являются мотивированными лакунами в английском (*пряник* – *spice cake*; *творог* – *cottage cheese*; *гренки* – *pieces of toasted bread*), 32 – немотивированными (*дошкольник* – *preschool child*; *однокурсник* – *student of the same year*; *двоечник* – *poor student*).

Отобранные лексемы были классифицированы согласно их понятийной направленности и объединены в следующие понятийные области:

1) **Семья.** Эта область характеризуется обширным наличием лакун в русском языке, всего 8: *grandparents* – бабушка и дедушка; *sibling* – родной брат или сестра; *in-laws* – теща и тесть (свекровь и свёкр соответственно); *toddler* – ребёнок, начинающий ходить; *fosterage* – воспитание чужого ребенка; *singleton* – единственный ребенок; *after-born* – ребенок, родившийся после смерти родителя (особенно отца); *illegitimate* – незаконнорожденный ребенок.

2) **Еда и напитки.** Наличие лакун в данной области объясняется национальными особенностями двух народов. Так, русских лакун было обнаружено 9: *brandade* – рыбное пюре с приправой; *cream tea* – пятичасовой чай с хлебом, топлеными сливками и вареньем; *eggnog* – яйца, взбитые с молоком и сахаром, с добавлением рома; *english breakfast* – плотный утренний завтрак (с горячим блюдом); *cracker* – хрустящее печенье, которое легко ломается; *chips* – жареный хрустящий картофель; *confectionary* – кондитерские изделия; *smoothie* – густой напиток в виде смешанных в блендере или миксере ягод, фруктов или овощей (обычно одного вида) с добавлением молока, сока, льда, мороженого и т.д.; *graveling* – молодой лосось. Английские лакуны (всего было найдено 13 единиц) данной группы следующие: *баранка* – bread ring; *бульон* – clear soup; *гренки* – pieces of toasted bread; *кипяток* – boiling water; *простокваша* – sour clotted milk; *пряник* – spice cake; *ряженка* – fermented baked milk; *творог* – cottage cheese; *цыпленок* – young chicken; *морс* – fruit drink/water; *сухофрукты* – dried fruit; *горбуша* – hunchback salmon; *щи* – cabbage soup.

3) **Цветовая палитра.** Нами было обнаружено 5 лакун русского языка: *dun* – серовато-коричневый цвет; *ivory* – цвет слоновой кости; *firefly* – густой желтовато-красный цвет; *gun-metal* – серый цвет с красноватым оттенком; *fawn* – желтовато-коричневый цвет; и 2 лакуны английского языка: *голубой* – light blue и *фисташковый* – pistachio green.

4) **Одежда.** В данной области нами было обнаружено лишь 4 русские лакуны: *longsleeve* – футболка с длинными рукавами; *clutch* – маленькая дамская сумочка, которую держат в руках; *hoody* – толстовка с капюшоном; *handkerchief* – носовой платок.

5) **Образование.** Эту группу составляют 10 русских лакун: *arts* – гуманитарные науки; *graduate* – выпускник высшего учебного заведения; *headmaster* – директор школы; *academicals* – парадная университетская форма учащихся и преподавателей (мантия с капюшоном, шапочка с плоским верхом); *blackboard jungle* – школа с низким уровнем обучения и дисциплины (в бедном районе города); *detention* – оставление после уроков в качестве наказания; *exhibition* – стипендия студента или школьника, которая не выдается на руки, а идет в счет оплаты за обучение; *great-go* – заключительный экзамен на получение степени бакалавра; *language house* – общежитие, в котором располагаются студенты, изучающие иностранный язык, и носители языка; *kindergarten* – детский сад; и 7 английских лакун: *интернат* – boarding school; *двоечник* – poor student; *отличник* – high achiever; *дошкольник* – preschool child; *однокурсник* – student of the same year; *доцент* – associate professor; *деканат* – dean's office.

6) **Профессии.** Эту область составляют 14 русских лакун: *amanuensis* – личный секретарь, пишущий под диктовку; *babysitter* – приходящая няня;

barber – мужской парикмахер; *billsticker* – расклейщик афиш; *bitplayer* – актер, исполняющий эпизодическую роль; *bootblack* – чистильщик сапог; *busker* – бродячий актер, выступающий на улице; *dairymen* – продавец молочных продуктов; *merchandiser* – оформитель витрин; *naturalist* – владелец зоомагазина, продавец чучел животных; *bailie* – городской судья; *bookseller* – продавец книг; *florist* – продавец цветов; *greengrocer* – продавец овощей и фруктов; и 6 лакун в английском языке: *банищик* – bathhouse attendant; *батрак* – farm labour; *вахтер* – front-door security; *прачка* – a woman who cleans the clothes by hands; *скоморох* – skomorokh; *тамада* – toastmaster.

7) **Время.** В этой группе нами было выделено 4 английские лакуны: *позавчера* – the day before; *послезавтра* – the day after tomorrow; *спозаранку* – early in the morning; *сутки* – twenty-four hours; в то время как в русском языке мы определили 2 лакуны: *tonight* – сегодня вечером и *bedtime* – время ложиться спать.

8) **Дом, предметы интерьера и мебель.** В данной области нами было обнаружено 15 русских лакун: *bungalow* – жилой одноэтажный дом; *maisonette* – двухуровневая квартира; *houseboat* – дом на воде; *farmhouse* – сельский дом; *lodging* – временное жильё; *basement* – подвальное помещение; *mailbox* – почтовый ящик; *bathmat* – коврик в ванной; *bookcase* – книжный шкаф; *bookshelf* – книжная полка; *desk* – рабочий стол; *freezer* – морозильная камера; *dishwasher* – посудомоечная машина; *doorbell* – дверной звонок; *drawer* – выдвижной ящик; и 8 английских: *ванна* – bath tub; *умывальник* – wash basin; *мыльница* – soap holder; *гостиная* – living room; *лампочка* light bulb; *перечница* – pepper shaker; *солонка* – salt shaker; *сахарница* – sugar bowl.

Нами было установлено, что из проанализированных безэквивалентных единиц русского языка, лакуны группы *Семья* составляют 13%, *Еда и напитки* – 14%, *Цветовая палитра* – 8 %, *Одежда* – 6%, *Образование* – 16%, *Профессии* – 22%, *Время* – 6%, *Дом, предметы интерьера и мебель* – 24%. В английском языке не было выявлено лакун в группах *Семья* и *Одежда*, а лакуны группы *Еда и напитки* составляют 34% от проанализированных безэквивалентных единиц английского языка, *Цветовая палитра* – 5%, *Образование* – 18%, *Профессии* – 15%, *Время* – 5%, *Дом, предметы интерьера и мебель* – 21%.

Можно сделать вывод о преобладании понятийной группы лакун *Дом, предметы интерьера и мебель* в русском языке, а в английском языке преобладают лакуны группы *Еда и напитки*. Как видим, понятийные группы безэквивалентной лексики, которые мы выделили, представляют центральный семантический пласт в каждом из языков, отражающий национально-культурные особенности каждого из народов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тарасевич, Н. А. Проблемы искусственного билингвизма: учебно-методическое пособие / Н. А. Тарасевич, Ж. В. Максимюк. – Брест : БрГУ, 2011. – 40 с.
2. Попова, З. Д. Лексическая система языка / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Воронеж : Изд-во Воронеж. ун-та, 1984. – 148 с.
3. Новый англо-русский / русско-английский словарь АBBYY Lingvo – М. : Изд-во Аби Пресс, 2011. – 740 с.
4. Русско-английский (британский) тематический словарь: 9000 слов – М. : Изд-во T&P Books Publishing, 2013. – 256 с.
5. Шаталова, Т. И. Англо-русский тематический словарь / Т. И. Шаталова. – М. : Изд-во Астрель, 2005. – 237 с.
6. Бржозовский, А. С. Словарь англо-русский, русско-английский: Ок. 40 000 слов / Ред.-сост. А. С. Бржозовский. – Минск : Изд-во Парадокс, 2005. – 544 с.

А. Г. БЕЛЬСКАЯ

Беларусь, Брест, Брестский государственный университет имени

А. С. Пушкина

Научный руководитель – И. Ф. Нестерук

СИНОНИМИЯ В ЛИНГВИСТИЧЕСКОМ И ФИЛОСОФСКОМ АСПЕКТАХ

Синонимы – сложное, многогранное явление. Истоки синонимии лежат в античной греческой философии. Уже тогда человеческая мысль обращалась к проблематике изучения синонимии. Древние мыслители в своих размышлениях о языковой форме, о природе именовании обратили внимание на наличие нескольких имен для одного и того же объекта и впоследствии для обозначения данного явления ввели термин «синонимы» (от греч. *synônimos* – одноименный). История изучения синонимии в отечественной лингвистике начинается с трудов М. В. Ломоносова и находит свое продолжение в первых лексикографических трудах по синонимике, например словари Д. И. Фонвизина (1783 г.), П. Калайдовича (1818 г.) и др. Со временем ученые стремятся классифицировать и определить место синонимии в системе языка. Появляется самостоятельное научное направление в лингвистике – синонимика, разрабатываются словари синонимов. Заметим, что определение понятия синонимов, характеристика их признаков и функций, их роль в языковом общении до сих пор являются спорными среди лингвистов. Основываясь на проведенном анализе источников, мы делаем вывод о том, что практически все исследования сторонников синонимии в языке сводятся к утверждению, что сино-