

Лингвистические   
и социокультурные аспекты иностранного языка

Учреждение образования

«Брестский государственный университет имени А. С. Пушкина»

**ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ И СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ АСПЕКТЫ**

**ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА**

Электронный сборник материалов

XIII Республиканской студенческой научно-практической конференции

Брест, 21 мая 2024 года

Брест

БрГУ имени А. С. Пушкина

2024

УДК 811.11:[378.016:81’243](082)

ББК81.43я431

*Редакционная коллегия:*

кандидат филологических наук, доцент**О. Л. Зозуля**

кандидат филологических наук**С. А. Пилипенко**

старший преподаватель**А. А. Буров**

старший преподаватель**С. Н. Дягель**

старший преподаватель**Т. А. Кальчук**

старший преподаватель**И. П. Королюк**

преподаватель **О. А. Калита**

преподаватель **В. А. Петровская**

*Рецензенты:*

доцент кафедры лингвистических дисциплин и межкультурных коммуникаций УО «Брестский государственный технический университет» кандидат педагогических наук, доцент **П. Н. Резько**

доцент кафедры английской филологии УО «Брестский государственный университет имени А. С Пушкина» кандидат филологических наук **М. В. Романюк**

Лингвистические и социокультурные аспекты иностранного языка: материалы ХIII Респ. студен. науч.-практ. конф., Брест, 21 мая 2024 г. / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; редкол.: О. Л. Зозуля, [и др.]. – Брест : БрГУ, 2024. – 182 с.

ISBN

В материалах сборника рассматриваются актуальные вопросы изучения иностранных языков в ситемном и функциональном аспектах, дискурсивного анализа и современного литературоведения, а также проблемные аспекты лингводидактики и методики обучения иностранным языкам.

Издание адресуется студентам, магистрантам, аспирантам, преподавателям вузов.

Ответственность за содержание и стиль публикуемых материалов несут авторы.

**УДК 811.11:[378.016:81’243](082)**

**ББК81.43я431**

**ISBN**

**СОДЕРЖАНИЕ**

**Актуальные проблемы лингвистических исследований: лексикология**

**[Гузаревич К. А.](#Гузаревич)** [Особенности энтомологической](#Гузаревич)

[немецкой лексики](#Гузаревич)...………….………...……………………………...8

**[Денисюк Д. В.](#Денисюк)** [Неологизмы в немецкоязычном](#Денисюк)

[спортивном дискурсе](#Денисюк)……………………….………………..………..11

[**Заносова Э. С., Пилипенко С. А.** Отражение концепта «Порядок»   
в лексике немецкого языка: лексикографический анализ](#Заносова) 14

**[Зосимова П. А.](#Зосимова)**[Тактики и стратегии реализации](#Зосимова)

[политического дискурса](#Зосимова)…………………………………………...….18

**[Капойко В. В.](#Капойко)** [Сопоставительный анализ концепта «Дом»](#Капойко)

[на основе русских и английских паремий](#Капойко)...………………………....20

**[Кобак М. А.](#Кобак)** [Типы неологизмов в рекламном дискурсе](#Кобак)

[(на примере англоязычных рекламных текстов)](#Кобак)..………………..…25

[**Козак Д. М.**Английские идиоматические выражения как средство создания специфической образности газетного текста](#Козак) 30

**[Колесникович Л. С.](#Колесникович)** [Контрастивный анализ](#Колесникович)

[лексико-семантического поля «Погода» в немецком](#Колесникович)

[и английском языках](#Колесникович)…………………...…………………….……….33

[**Конопацкая А. В.** Лексические средства реализации категории предположения в современном художественном дискурсе](#Конопацкая) ………..37

**[Котляренко Н. В.](#Котляренко)** [Немецкие заимствования в русской](#Котляренко)

[музыкальной терминологии](#Котляренко)……………………………………...….. 40

**[Крагель О. Н.](#Крагель)** [Лексико-семантическое поле «Одежда»](#Крагель)

[в немецком языке](#Крагель)..……………………...………………..……….…... 42

**[Кучко А. В.](#Кучко)** [Производные неологизмы в современном](#Кучко)

[немецком языке](#Кучко) ……………………………………….……….………45

[**Матиевская В. Ю.**Эвфемизмы как языковое явление](#Матиевская) 48

**[Мишур Ю. С.](#Мишур)**[Представление компьютерной лексики](#Мишур)

[в немецком языке: формальные аспекты](#Мишур).…………………….……..51

[**Пономаренко С. В.** Особенности номинации в лексико-семантической группе «Транспорт» в немецком языке](#Пономаренко)…………….54

**[Резюк Е. Р., Пилипенко С. А.](#Резюк)**[Ядерная и околоядерная зона](#Резюк)

[концепта SEHNSUCHT в немецком языке](#Резюк) 58

**[Сенкевич Д. В.](#Сенкевич)** [Причины и особенности возникновения](#Сенкевич)

[сокращений в современном английском языке](#Сенкевич) 61

**[Симонович А. В.](#Симонович)**[Особенности реализации категории](#Симонович)

[отрицания в авторском тексте Г. Белля](#Симонович) 63

**[Туробова А. О.](#Туробова)** [Немецкие адъективные цветообозначения](#Туробова)

[в языке моды](#Туробова) 67

**[Хлебовец Т. В.](#Хлебовец)**[Классификация молодежного сленга](#Хлебовец)

[в англоязычной музыке](#Хлебовец) 70

[**Чиботару Д. В., Зозуля О. Л.** Продуктивные суффиксы имен прилагательных в немецком языке](#Чиботару) 72

[**Штукерт Г. А.** Субстантивное словосложение в современном   
немецком языке](#Штукерт) 76

**Актуальные проблемы лингвистических исследований: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА**

[**Борисевич Д. Ю.** Проблема и способы перевода имен собственных](#Борисевич) 80

**[Булыня Е. С.](#Булыня)** [Особенности перевода английских пословиц](#Булыня)

[и поговорок на русский язык](#Булыня) 83

**[Горщарик А. В.](#Горщарик)** [Использование приема компенсации](#Горщарик)

[в художественном переводе (на примере романа Э. М. Ремарка   
«Жизнь взаймы»)](#Горщарик) 86

**[Дорогокупец А. А.](#Дорогокупец)** [Прием опущения в переводе романа Г. Гессе   
«Демиан» на русский язык](#Дорогокупец) 88

[**Капуза Д. А.** Приемы передачи обращений в переводе](#Капуза) 90

**[Мамнева К. В.](#Мамнева)** [Особенности перевода англоязычных заимствований сферы общения в социальных сетях на русский язык](#Мамнева) 93

**[Сарженко А. С.](#Сарженко)** [Передача видовременных отношений](#Сарженко)

[при помощи относительных времен как частное проявление интерференции в аспекте русско-немецкого перевода](#Сарженко) 95

[**Тарасенко Е. В.** Особенности выражения категории компаративности   
в немецкоязычных произведениях экспрессионизма](#Тарасенко) 98

**Актуальные проблемы лингвистических исследований: МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

**[Анкудович Я. С.](#Анкудович)** [Лингвокультурные особенности](#Анкудович)

[английских анекдотов](#Анкудович) 101

**[Бречко А. А.](#Бречко)** [Способы отражения жестикуляции](#Бречко)

[в художественной сказке О. Пройслера «Der Räuber Hotzenplotz»](#Бречко) 104

[**Василёнок Е. А.** Синтаксические средства выражения эмотивности   
в английском языке на примере произведения Джоджо Мойес   
«До встречи с тобой»](#Василёнок) 107

**[Ильянкова Д. О.](#Ильянкова)** [Поле персональности и категория авторизации](#Ильянкова)

[в немецкоязычной политической рекламе](#Ильянкова) 109

[**Капуста А. Р.** Структурно-семантические особенности заголовков немецкоязычных публицистических текстов в экономическом   
и общественно-политическом дискурсах](#Капуста) 114

**[Костючик А. В.](#Костючик)** [Концепт «дружба» в китайской](#Костючик)

[и русской лингвокультурах](#Костючик) 117

[**Костючик А. В.** Концепт «любовь» в китайской и русской лингвокультурах](#Костючик2) 119

[**Лисова А. А.** Трансляция национальных ценностей посредством заголовков английских газет](#Лисова) 122

**[Новик В. В.](#Новик)** [Функциональный аспект оценочного сравнения](#Новик)

[в структуре авторского текста](#Новик) 126

**[Султанова М. Б.](#Султанова)** [Место английского языка в Индии](#Султанова)

[в диахроническом аспекте](#Султанова) 128

[**Телюкова А. В.** Этимологический анализ русских   
и английских языковых единиц концепта «Брак» и “Marriage”](#Телюкова) 130

**Актуальные проблемы лингвистических исследований: ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

**И интерпретация художественных текстов**

[**Горгун А. В.**Аллюзивные поэтонимы в романе М. Энде   
«История, которой нет конца»](#Горгун) 133

**[Лисовская Д. В.](#Лисовская)**[Концепт «американской мечты» в романе](#Лисовская)

[Т. Драйзера «Сестра Керри»](#Лисовская) 136

[**Нестерук В. А.**Центральные образы в трилогии Дж. Р. Р. Толкина «Властелин колец»](#Нестерук) 139

[**Прихожко Я. А.**Художественные особенности детективных новелл Эдгара Аллана По](#Прихожко) 141

[**Супрунович М. Ю.** Виды и формы комического в литературе](#Супрунович) 143

[**Суханицкий Н. А.**Транскультурная поэтика прозы В. Каминера](#Суханицкий) 147

**Современные тенденции в методике обучения иностранным языкам**

**[Андренко К. В.](#Андренко)** [Лингводидактический потенциал](#Андренко)

[больших языковых моделей](#Андренко) 152

[**Близнюк П. С.** Использование технологии   
проектного обучения в школе](#Близнюк) 156

**[Грицук Д. О.](#Грицук)** [Дидактическая ценность англоязычных песен](#Грицук)

[при изучении фонетического аспекта иностранного языка](#Грицук)

[(на примере песни “Paper Rings” авторства Тэйлор Свифт)](#Грицук) 160

[**Евдокимова М. В.** Мультипликационный фильм как средство   
обучения иностранному языку (на примере мультипликационного   
сериала «Утиные истории»)](#Евдокимова) 163

**[Коваль А. Д.](#Коваль)** [Формирование грамматических умений](#Коваль)

[учащихся средствами информационно-коммуникационных   
технологий на примере сервиса](#Коваль) *[Learningapps.org](#Коваль)* 167

**[Коневега В. В.](#Коневега)**[Изучающее чтение иноязычных](#Коневега)

[художественных текстов как средство формирования   
коммуникативной компетенции обучающихся](#Коневега) 171

[**Кравчук В. В.** Использование информационно-коммуникативных технологий в процессе обучения иностранному языку](#Кравчук) 174

**[Огиевич А. А.](#Огиевич)** [Развитие иноязычной коммуникативной   
компетентности в процессе выполнения групповых задач](#Огиевич)

[на уроках иностранного языка](#Огиевич) 176

[**Ятченко М. В.** Особенности применения активных методов обучения   
при изучении английского языка в средней школе](#Ятченко) 180

**Актуальные проблемы лингвистических исследований: лексикология**

**К. А. ГУЗАРЕВИЧ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – И. П. Королюк

**ОСОБЕННОСТИ ЭНТОМОЛОГИЧЕСКОЙ**

**НЕМЕЦКОЙ ЛЕКСИКИ**

Энтомологическая лексика относится к старейшим участкам языковой картины мира. Насекомые составляют самую многочисленную   
и разнообразную группу животных на Земле, обладая огромным разнообразием форм, размеров, способов питания и поведения. Насекомые насчитывают более миллиона видов, и новые виды все еще открываются учеными по всему миру.

Исследование этномологической лексики открывает интересные исторические и семантические аспекты, связанные с разнообразием видов и роли насекомых в природе. Поэтому изучение энтомологической лексики позволяет лучше понять особенности этих животных, их классификацию и взаимодействие с окружающей средой. Многообразие названий насекомых отражает их разнообразие и специфику, а также исторические и культурные особенности народов.

Процесс номинации непрерывно сопровождается осмыслением окружающего мира человеком, а его важной составляющей является момент оценки, известный как избирательный интерес. Он заключается в предпочтительном распределении некоторых объектов или их свойств, атрибутов, качеств по сравнению с другими. Несмотря на обширные исследования в этой области, многие вопросы остаются без ответа, включая понимание того, как человек может называть вещи и правильно опознавать то, что называется иначе. Сегодня в лингвистике явление номинации определяется как «называние, присвоение имени, именование, процесс наименования, обозначение» [1, с. 7]; «закрепление за словом понятия, отражающего определенные признаки предметов» [2, с. 15].

В немецкоязычном толковом словаре Duden представлено 76 единиц, содержащих в дефиниции идентификатор *Insekt*.Структурный   
анализ данных наименований показал, что 44 единицы являются сложными именами существительными: *Blutsauger* ‘пиявка’; *Kerbtier* ‘насекомое’; *Hautflügler* ‘перепончатокрылые’. Простые единицы представлены в количестве 32 слов: *Floh* ‘блоха’; *Laus* ‘вошь’; *Kerf* ‘насекомое’; *Wespe* ‘оса’.

Таким образом, структурный анализ лексем, номинирующих насекомых, позволяет сделать вывод, что в данном пласте лексики   
активно используются и простые и сложные слова, однако сложные   
слова преобладают (58 % от общего числа проанализированных   
примеров). Данный факт связан с тем, что от одного простого инсектонима могут быть образованы несколько сложных. Например, *die Wespe –   
die Holzwespe*.

В корпус исследуемого материала были включены как однозначные, так и многозначные лексемы. Объем однозначных лексем составляет   
24 единицы, например: *Blattlaus* ‘тля’; *Zecke* ‘клещ’*.* 52 единицы являются многозначными словами.

Среди многозначных единиц имеются единицы, которые служат наименованиями насекомых:

* в первом значении, например: *Brummer, der; -s, - (ugs.): 1.* ***großes Insekt, bes. Schmeißfliege****.*

– во втором значении слова, например: *Schneider, der; -s, -1. Handwerker, der (aus Stoffen nach Maß) Kleidung anfertigt, näht (Berufsbez.)* *2. a)****langbeiniges Insekt*** *(z. B. Wasserläufer, Libelle, Schnake);   
b) Weberknecht.*

Из представленных результатов можно сделать вывод, что многозначные лексемы преобладают. Однозначные лексемы имеют четкое и однозначное значение, в то время как многозначные слова могут иметь несколько различных значений, в том числе относящихся к наименованиям насекомых.

Стилистическая номинация включает в себя двойной аспект: с одной стороны, это отражение категорий познавательных процессов и социально-психологических аспектов в человеческом сознании, с другой стороны, это приписываемые предмету наименования качества и свойства, которые становятся частью языкового коллектива. Эти признаки влияют на стилистическое значение слова.

Проведенный анализ показал, что данные единицы имеют различные пометы. 54 единицы не содержат никаких помет, например: *Biene* ‘пчел’ *‘gelblich braunes, fliegendes Insekt, dessen Weibchen einen Giftstachel hat, bes. Honigbiene: emsige -n; die -n schwärmen, fliegen aus’* и др. 22 единицы содержат разного рода пометы:

* 15 единиц имеют помету *Zoologie*: *Drosophila* ‘дрозофила’; *‘zu den Taufliegen gehörendes (häufig zu genetischen Versuchen benutztes) Insekt’.*
* 1 единица имеет помету *Zoologie veraltet*: *Sechsfüßer* ‘шестиногие’ *‘Insekt’.*
* 1 единица имеет помету *umgangssprachlich*: *Brummer* ‘навозная муха’ *‘großes Insekt, bes. Schmeißfliege’.*
* 1 единица имеет помету *veraltet*: *Koloradokäfer* ‘колорадский жук’ *‘Kartoffelkäfer’.*
* 1 единица имеет помету *Biologie*: *Gynander* ‘гермафродит’ *‘fehlentwickeltes Lebewesen (bes. Insekt), das sowohl männliche als auch weibliche Geschlechtsmerkmale zeigt’.*
* 1 единица имеет помету *Fachsprache*: *Schadinsekt* ‘насекомые-вредители’ *‘Insekt, das als Schädling gilt’.*
* 2 единицы имеют помету *Zoologie seltener*: *Kerf* ‘насекомое’ *‘Insekt’.*

Таким образом, в немецком языке лексические единицы, служащие для номинации насекомых, представлены в достаточно большом количестве. Большинство из них (53 единицы) не имеют стилистическую окраску.

Заимствование слов представляет собой важный аспект лингвистических исследований, позволяющий проследить контакты между разными культурами и языками. Анализ показал, что в данном списке слов большинство лексем, номинирующих насекомых, относятся к немецкому языку (74 %). Например, *Wespe* ‘оса’; *Zecke* ‘клещ’; Wanze ‘клоп’.   
Это может быть объяснено тем, что немецкий язык богат лексикой, отражающей разнообразие мира насекомых в данной культуре. Заимствованные слова также присутствуют в списке (26 %), что свидетельствует о культурном и языковом влиянии других языков   
на немецкий. Например, *Drosophila* ‘дрозофила’; *Staphylinide* ‘стафилиниды’;*Thrips* ‘трипсы’; *Libelle* ‘стрекоза’*.*

Исторические названия насекомых отражают разнообразные языковые и культурные связи. Они дают нам возможность проследить эволюцию слов и их связь с народами и традициями разных стран. Этот контекст добавляет интерес и глубину в наше понимание мира насекомых и их взаимодействия с человеком.

Номинация инсектонимов в современном немецком языке представляет собой сложный и многоуровневый процесс. Она осуществляется через использование широко распространенных названий, которые утверждаются в повседневной речи и литературе. Помимо этого, слова для обозначения насекомых создаются на основе изучения этимологии и семантики, что помогает точнее передать характеристики каждого вида.

Таким образом, изучение номинации насекомых в современном немецком языке представляет собой важное направление лингвистических исследований, позволяющее лучше понять процессы словообразования   
и семантической дифференциации в языке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Торопцев, И. С. Словопроизводственная модель / И. С. Торопцев. – Воронеж : ВГУ, 1980. – 148 с.

2. Колшанский, Г. В. Лингвогносеологические основы языковой номинации / Г. В. Колшанский // Языковая номинация: Общие вопросы : сб. ст. / Акад. наук СССР. Ин-т языкознания ; отв. ред. Б. А. Серебренников, А. А. Уфимцева. – М. : Наука,   
1977. – С. 15–99.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Д. В.****ДЕНИСЮК**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Е. М. Галуц

**НЕОЛОГИЗМЫ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОМ**

**СПОРТИВНОМ ДИСКУРСЕ**

Язык, будучи основным средством коммуникации между людьми, являясь сложнейшим общественным феноменом, быстро отражает изменения в социальной, политической, научной и других сферах   
жизни людей. Любой язык находится в постоянном движении,   
изменении и динамике, он эволюционирует и развивается под влиянием внешних и внутренних факторов. При этом самым подвижным его компонентом является словарный состав, который непосредственно реагирует на изменения в мире. Слова, которые больше не находят употребления в речи, становятся устаревшими и, как следствие, исчезают из активного словаря. В то же время словарный запас языка постоянно пополняется новыми единицами в соответствии с новыми потребностями коммуникации и номинации.

Появление новых слов и необходимость их исследования явились предпосылкой создания особой отрасли языкознания, изучающей неологизмы, – *неологии*. Для неологии, как молодой науки, характерна проблема отсутствия четкой терминологической базы. Так, объект неологии – новое слово – имеет несколько названий: новообразование, неообразование, новая номинация, неологизм, окказионализм и др. Самым распространенным является термин *«неологизм»*, который был заимствован из французского языка и первым стал употребляться   
для обозначения нового или иноязычного слова. По определению авторов «Нового словаря методических терминов и понятий», «неологизм   
(от греч. *neos* ‘новый’ + *ogos* ‘слово, понятие’) – слово или оборот речи, созданные для обозначения нового предмета или выражения нового понятия» [1, с. 160].

Изучению неологизмов в немецком языке посвящены исследования таких ученых, как Е. В. Розен, А. И. Домашнев, Д. Ксуефу, П. Браун, И. Барц, У. Богерт, М. Кинне, В. Тойберт, Д. Герберг, и других лингвистов. Внимание исследователей в сфере неологии привлекают разные   
объекты: причины появления новых слов, пути пополнения современного немецкого языка, способы образования новых слов, классификация   
и функции неологизмов. Так, учеными выявлен ряд причин и факторов возникновения новых слов в языке. К ним относятся появление новых явлений, предметов и понятий, увеличение темпа жизни, развитие   
средств массовой коммуникации, информационно-коммуникационных технологий, изменение общественного сознания, а также стремление   
к совершенствованию языка и др.

Говоря о способах пополнения и расширения лексического состава современного немецкого языка, следует указать следующие:

* *Заимствование*. Новые слова заимствуются из других языков.
* *Словообразование*. Новые слова строятся из уже существующих в языке элементов.
* *Изменение значения слова.* Значения уже существующих в языке слов и словосочетаний могут изменяться.

Различают три группы неологизмов в немецком языке:

1. *Neuwörter (собственно неологизмы) –* слова, впервые появившиеся в немецком языке в течение последних лет, новые как по форме, так   
   и по значению, например: *der User* ‘пользователь’.
2. *Neuprägungen (новообразования) –* слова,которые образуются   
   по функционирующим в современном языке моделям, при этом получаются новые комбинации и новые значения, например: *die Leihmutter* ‘суррогатная мать’, *der Dritte-Welt-Laden* ‘лавка экзотических товаров’*.*
3. *Neubedeutungen (семантические неологизмы) –* многозначные слова, приобретающие в процессе развития лексических единиц новые, дополнительные значения, например: *die Maus* ‘компьютерная мышь’.

Существенные перемены в политической, экономической, социальной сферах не только Германии, но и всего мира (объединение Германии, интеграция Европы и пр.), взаимодействие с другими государствами в условиях глобализации, интенсификация межкультурной коммуникации, стремительное развитие научно-технического прогресса ведут к постоянному изменению словарного состава современного немецкого языка. Это проявляется в возникновении неологизмов в различных видах дискурса. Объектом нашего внимания является *спортивный дискурс*, так как спорт расширил границы своего воздействия и превратился из сферы специально ограниченной в общекультурную, которая привлекает внимание экспертов различных областей, в том числе и лингвистов.

Согласно определению из «Лингвистического энциклопедического словаря», «*дискурс* (от фр. *discours* ‘речь’) – связный текст в совокупности с экстралингвистическими – прагматическими, социокультурными, психологическими и другими факторами. Это текст, взятый в событийном аспекте; речь, рассматриваемая как целенаправленное социальное действие, как компонент, участвующий во взаимодействии людей   
и механизмах их сознания» [2, с. 136–137].

Спортивный дискурс – это вид коммуникации между участниками в рамках спортивной деятельности. Спортивный дискурс существует   
в трех разных коммуникативных сферах: 1) само спортивное соревнование, 2) письменная коммуникация в сферах науки, образования, сфере организации спорта, 3) устные и письменные спортивные дискурсы, транслируемые по каналам массмедиа [3, с. 136–137].

Что касается немецкоязычного спортивного дискурса, то для него в первую очередь характерно применение большого числа английских заимствований. Заголовки спортивных газет, любые тексты на спортивную тематику, новости, репортажи содержат *англицизмы*. Чаще всего это наименования *спортивных дисциплин*, *спортсменов* и других участников спортивных процессов, названия предметов *спортивного инвентаря*. Приведем некоторые примеры: *das Hockey, das [Speed]Badminton, das Golf, das Rugby; das Team, der Goalkeeper, der Referee, der Trainer, der Fan;   
der Puck, das Snowboard, das Skateboard* и др. Как правило, они передаются без изменения на фонетическом и орфографическом уровне. Однако существительные, подчиняясь правилам немецкого языка, пишутся с большой буквы и употребляются с артиклем.

Названия игр, в которых содержится элемент *ball*, ассимилировались графически и фонетически, приобретя немецкое произношение:   
*der Fußball* (англ. *«football»*). Согласно правилам грамматики немецкого языка, во множественном числе слово приобретает умлаут, благодаря   
чему меняется его звучание – «die Fußbälle». То же самое происходит   
с наименованиями других спортивных игр с элементом «ball»: *der Handball,* *der Basketball*.

Кроме того, в лексический состав немецкого языка вошли слова, которые обозначают *действия*, а также названия *игровых позиций*, например: *das Goal, der Hattrick,* *das Foul, der Forward.* Благодаря высокой популярности футбола эти и многие другие лексические единицы прочно укрепились в немецкоязычном спортивном дискурсе.

Следует сказать, что среди спортивной лексики есть слова, которые больше не воспринимаются в немецком языке как англицизмы. Например, слова *der Pass* и соответствующий глагол *passen* происходят от английского *pass* ‘переход, прохождение’. Между тем это слово полностью вошло в немецкий спортивный словарь и является основным компонентом во многих композитах, используемых в футболе, а также в хоккее   
с шайбой или гандболе: *der Rückpass, der Querpass, der Traumpass.* Аналогичным образом,путем присоединения окончания -en, в немецкий язык перешли многие глаголы: *kicken, dribbeln, sprinten,* *foulen* и др.

Подводя итог, еще раз подчеркнем, что язык – это динамичная система, в которой процесс появления новых лексических единиц неизбежен. Пополнение лексического состава немецкого языка спортивными неологизмами обусловлено популяризацией спорта. Значимость   
спортивной коммуникации в том, что спорт является важной сферой человеческой деятельности, связанной со многими другими ее аспектами: социально-экономическими, общественно-политическими, финансовыми. Современная спортивная лексика любого языка становится частью международной спортивной лингвокультуры. Следует отметить, что увеличение терминологического аппарата в сфере спорта связано   
с интернационализацией спорта, появлением новых его видов   
и, как следствие, нового инвентаря, предметов одежды, а также новых площадок для проведения определенных спортивных мероприятий.   
Этим обусловлено возникновение новых лексических единиц в сфере спортивной коммуникации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Азимов, Э. Г. Новый словарь методических терминов и понятий (теория   
   и практика обучения языкам) / Э. Г. Азимов, А. Н. Щукин. – М. : ИКАР, 2009. – 448 с.
2. Лингвистический энциклопедический словарь / науч.-ред. совет изд-ва «Совет. энцикл.», Ин-т языкознания АН СССР ; гл. ред. В. Н. Ярцева. – М. : Совет. энцикл., 1990. – 682 с.
3. Зильберт, А. Б. Спортивный дискурс: базовые понятия и категории; исследовательские задачи / А. Б. Зильберт, Б. А. Зильберт // Язык. Сознание. Коммуникация. – 2001. – Вып. 17. – М. – С. 45–55.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Э. С. Заносова**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – С. А. Пилипенко

**ОТРАЖЕНИЕ КОНЦЕПТА «ПОРЯДОК» В ЛЕКСИКЕ**

**НЕМЕЦКОГО ЯЗЫКА: ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

В современной лингвистике ученые, работающие в рамках когнитивной лингвистки, пристальное внимание в исследованиях обращают на языковую картину мира, и соответственно, на концепты, которые играют значимую роль в постижении и описании разнообразных явлений, процессов и идей.

Языковую картину мира довольно часто путают с концептуальной картиной мира. В. А. Маслова приводит цитату Е. С. Кубряковой   
о различии картин мира: «Картина мира – то, каким себе рисует   
мир человек в своем воображении – феномен более сложный, чем языковая картина мира, т. е. та часть концептуального мира человека, которая   
имеет привязку к языку и преломлена через языковые формы» [1, с. 64]. Е. С. Кубрякова обращает внимание на тот факт, что формирование нашего представления о мире происходит не только через язык,   
но также через другие аспекты нашего сознания: опыт, воображение, восприятие.

Исследуя концепт *ORDNUNG*, который играет важную роль в понимании языковой картины мира, говорящих на немецком языке, с опорой на лексикографические источники, такие как толковый словарь DUDEN (онлайн-версия), а также словари серии DUDEN (Duden 7. Das Herkunftswörterbuch, Duden 11. Die Redewendungen, Duden 12. Zitate und Aussprüche), методом сплошной выборки была создана эмпирическая база исследования, насчитывающая 43 лексические единицы, вербализующих указанный концепт.

Вслед за Ю. С. Степановым, который говорил о «слоистой»   
структуре концепта, в исследовании проводится поэтапная процедура раскрытия от ядерного слоя к описанию области околоядерного   
и периферийного слоя.

Первым этапом была выявлена «околоядерная» зона, которая отражает наиболее частотные значения концепта ORDNUNG. Данный слой представляют следующие лексические единицы: *Tätigkeit des Ordnens; Geregeltheit; Aufgeräumtheit, Sauberkeit; systematische Zusammenfassung; Reihe, Grad; Regel, Vorschrift* [2].

Следующий этап анализа предполагает рассмотрение «периферии» устройства концепта ORDNUNG. Согласно мнению ученых, работающих в области когнитивной лингвистики, к периферии относится все то,   
что изменчиво и имеет ассоциативный характер: синонимические ряды, антонимические ряды, фразеологизмы.

Концепт ORDNUNG, согласно словарю синонимов, представлен такими единицами, как *geordneter/geregelter/ordentlicher Zustand, Anordnung, Aufbau, Aufreihung* [3].

Антонимами являются такие лексические единицы, как *Chaos (wüstes/ regelloses/wildes) Durcheinander (Hauptform), Chaos, Dschungel* [3].

В лексикографическом источнике Duden-Redewendungen представлен ряд устойчивых выражений с ядерным лексическим элементом   
die Ordnung, где также представлены пояснения к каждому из них.

1*. Ordnung ist das halbe Leben*‚ ‘es ist sehr wichtig, Ordnung zu halten. erster Ordnung (ugs.): höchsten Grades; von besonders ausgeprägter Art’;

2. *in Ordnung sein* (ugs.): 1) ‘einwandfrei sein, keinen Anlass   
zur Beanstandung geben’ 2) ‘zuverlässig, sympathisch sein’;

3. *etw. in Ordnung bringen:* 1) ‘etw. in einen brauchbaren, ordentlichen Zustand bringen’ 2) ‘etw. regeln, bereinigen’;

4*. jmdn. in Ordnung bringen* (ugs.): ‘dafür sorgen, dass jmd. wieder   
gesund wird’;

5. *[wieder] in Ordnung kommen* (ugs.): ‘geregelt, bereinigt werden; wieder in den ordnungsgemäßen Zustand gebracht werden’;

6. *in Ordnung gehen* (ugs.): ‘so wie abgemacht, versprochen, erledigt, ausgeführt werden’;

7. *alles ist in schönster/bester Ordnung*: ‘alles ist, wie es sein soll’;

8. *etw. [ganz] in Ordnung / (veraltend:)in der Ordnung finden* (ugs.):   
‘etw. für [völlig] richtig, angebracht halten’;

9*.* *jmdn. zur Ordnung rufen*: ‘jmdn. [offiziell] zur Disziplin ermahnen’ [4].

На заключительном этапе исследования эмпирический материал   
был представлен в виде структурной схемы, которая позволила сделать   
ряд выводов: во-первых, лексикографический анализ как наиболее продуктивный метод в рамках когнитивной лингвистики позволяет выделить эмпирическую базу для исследования; во-вторых, в ходе анализа была выстроена структура концепта, в которой представлены ядро, околоядерная и периферийная зона. Ядро представляет лексическая единица *die Ordnung*, которая является частотной в немецком языке   
и имеет развитую антонимическую и синонимическую сеть, что видно по наполнению околоядерной зоны. Периферийные участки структуры концепта численно отличаются: дальняя периферия более развита, что говорит о высокой эмоциональной окраске концепта и индивидуальной вовлеченности носителей языка.

Таким образом, концепт *ORDNUNG* является базовым, поскольку находится в регулярном употреблении. Исходя из проведенного исследования, концепт *ORDNUNG* структурно наполнен, что указывает   
на это достаточное количество лексических единиц, которые активно употребляются в современном немецком языке. Все зоны структурного устройства концепта пропорционально равны, где в каждой из них   
концепт приобретает новые оттенки своего основного значения (рисунок).

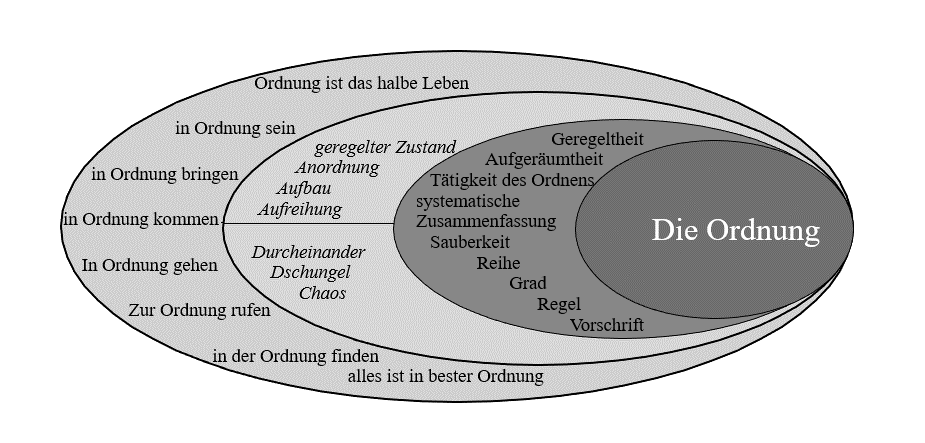


Рисунок – Полевое устройство концепта «Порядок»

Опираясь на количество элементов, которые были нами изучены в ходе лексикографического анализа, можно сделать вывод о том, что концепт является наполненным и, следовательно, активно функционирующим.   
А это значит, что данный концепт в немецкоязычной картине мира является одним из ядерных и востребованным, тем самым отражая характерную черту немецкого народа.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Маслова, В. А. Введение в когнитивную лингвистику : учеб. пособие / В. А. Маслова. – Изд. 5-е. – М. : Флинта : Наука, 2011. – 296 с.
2. Duden Online Wörterbuch [Elektronische Ressource]. – Zugriffsmodus: <https://www.duden.de/>. – Zugriffsdatum: 16.04.2024.
3. Open thesaurus: synonyme und assoziationen [Elektronische Ressource]. – Zugriffsmodus: <https://www.openthesaurus.de/>. – Zugriffsdatum: 17.04.2024.
4. Duden 11. Die Redewendungen – Mannheim : Bibliographisches Institut &   
   F.A. Brockhaus AG, 2008. – С. 567–568.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**П. А. ЗОСИМОВА**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. В. Ярошук

**ТАКТИКИ И СТРАТЕГИИ РЕАЛИЗАЦИИ**

**ПОЛИТИЧЕСКОГО ДИСКУРСА**

Политический дискурс – это сложный коммуникативный процесс, основная цель которого – доступно передать определенную информацию слушателю (аудитории) [1, с. 12–18]. Дискурс обладает такими признаками, как деонтологическая ориентированность, толерантность, персуазивность (от англ. *persuade* ‘убедить, склонить, уговорить’)   
[2, с. 126–138].

Политический дискурс по существу является выражением всего комплекса взаимоотношений между человеком и обществом. Таким образом, это явление по сути своей функционально направлено   
на формирование у реципиентов некоторого фрагмента мировосприятия или картины мира.

Речевые стратегии реализуют речевые жанры и формируют их неповторимость и индивидуальность. К. Ф. Седов пишет: «несмотря на то, что жанр предписывает языковым личностям конкретные нормы коммуникативного воздействия, любое жанровое действие по собственным свойствам уникально» [3, с. 166].

Различные жанры предоставляют участникам коммуникации неодинаковый набор возможностей. В выборе речевых средств выражения внутри жанра вариативность предопределяется тактиками и стратегиями речевого поведения [3, с. 15].

В определении К. Ф. Седова внутрижанровая тактика представляет собой речевой акт, который меняет сюжетный поворот в развитии сюжетной интеракции. Отбор внутрижанровых тактик находится   
в зависимости от стратегий внутрижанрового поведения, детерминированных индивидуальными особенностями языковых личностей, принимающих участие в интеракции.

По мнению Д. Р. Акоповой, в политическом дискурсе формируются три стратегии, а именно [4, с. 403]:

1. Стратегия театральности, представленная определенным набором тактик: провокации, иронизирования, предупреждения, прогнозирования, обещания, информирования, размежевания, кооперации, побуждения.

2. Стратегия на повышение, которая обслуживается тактикой самооправдания, отвода критики, неявной самопрезентации, презентации, тактикой анализ-«плюс».

3. Стратегия на понижение, которая реализуется через тактику угрозы, оскорбления, обличения, безличного обвинения или обвинения, тактику анализ-«минус».

Согласно О. Н. Паршиной, стратегии, которые используются субъектами политического дискурса, определены желанием политика побудить адресата проголосовать за конкретный политический   
институт, укрепить или завоевать авторитет, информировать адресата   
о предмете речи, о своей позиции касательно обсуждаемых вопросов, сформировать эмоциональный прогнозируемый настрой адресата, убедить в справедливости собственного мнения адресную аудиторию. Автор предлагает следующую систему классификации коммуникативных стратегий и реализующих их тактик в дискурсе в сфере политической коммуникации [5, с. 13]:

1) стратегия убеждения: агитационная стратегия – тактика призыва   
и тактика обещания; аргументативная стратегия, которая реализуется   
с помощью тактики иллюстрирования, тактики сопоставительного анализа, указания на перспективу и обоснованных оценок;

2) стратегия удержания власти: стратегия создания эмоционального настроя адресата – тактики единения, обращения к эмоциям адресата, учета ценностных ориентиров адресата; информационно-интерпретационная стратегия, которая представлена тактикой признания существования проблемы, акцентирования положительной информации, разъяснения, комментирования, а также тактикой рассмотрения проблемы под новым углом зрения и указания на путь ее решения;

3) стратегия борьбы за власть: стратегия самозащиты, которая формируется благодаря тактике критики, оспаривания и оправдания; манипулятивная стратегия: манипулятивные тактики и демагогические приемы; стратегия нападения и дискредитации представлены тактикой оскорбления и обвинения;

4) стратегия самопрезентации, которая реализуется с помощью тактики оппозиционирования, тактики солидаризации, тактики отождествления.

Также автор подчеркивает зависимость стратегии речевого воздействия от набора тактик, которые реализуют каждую стратегию речевого воздействия. Исследователь отмечает, что для актуализации одной и той же стратегии политик может использовать обширный репертуар речевых тактик: побудить проголосовать за определенного кандидата можно с использованием средств дискредитации оппонентов или средств саморекламы. С позиции автора, выбор определенной тактики политиком зависит от конечной цели коммуникации, особенностей коммуникативной ситуации, а также от типа языковой личности говорящего.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Горелов, И. Н. Основы психолингвистики / И. Н. Горелов, К. Ф. Седов. – М. : Лабиринт, 2001. – 304 с.
2. Шейгал, Е. И. Семиотика политического дискурса / Е. И. Шейгал. – Волгоград : Волгогр. гос. пед. ун-т, 2000. – 440 с.
3. Седов, К. Ф. Типы языковых личностей по способности к кооперации в речевом поведении / К. Ф. Седов // Проблемы речевой коммуникации : межвуз. сб. науч. тр. – Саратов : Изд-во Сарат. ун-та, 2000. – С. 6–12.
4. Акопова, Д. Р. Стратегии и тактики политического дискурса / Д. Р. Акопова // Вестн. Нижегород. ун-та им. Н. И. Лобачевского. – 2013. – № 6 (1). – С. 403–409.
5. Паршина, О. Н. Российская политическая речь: Теория и практика / О. Н. Паршина. – М. : ЛКИ, 2007. – 227 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**В. В. КАПОЙКО**

Витебск, ВГУ имени П. М. Машерова

Научный руководитель – Г. Ш. Бочкова

**СОПОСТАВИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ КОНЦЕПТА «ДОМ»**

**НА ОСНОВЕ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ ПАРЕМИЙ**

Изучение культурного самосознания личности является объектом многочисленных исследований в области лингвокультурологии. Данная дисциплина рассматривает язык и культуру как два взаимосвязанных социальных феномена, уделяет большое внимание способам вербализации знания в устойчивых лексических единицах – концептах. Концепт, объединяя денотативный и коннотативный элемент, фиксирует в знаковой форме факты материальной и духовной культуры и отражает информационное поле человека. Актуальность данной работы объясняется следующим: универсальность концепта «дом» по-разному раскрывается в английских и русских паремиях, что позволяет выявить особенности менталитета и национальной культуры.

Материалом для исследования послужили русские и английские пословицы и поговорки, содержащие концепт «дом». Выборка паремиологических единиц производилась на основе изучения лексикографических источников, в частности на основе сборников   
русских пословиц и поговорок В. И. Даля [1], В. М. Мокиенко [2] и сборников английских пословиц и поговорок С. Ф. Кусковской [3], В. С. Модестова [4]. Для анализа полученного материала использовались следующие методы: описательно-аналитический, сравнительно-сопоставительный, метод классификации. Цель исследования – проанализировать и раскрыть лингвокультурологические особенности концепта «дом» на паремиологическом уровне.

Паремиологические единицы играют важную роль в исследовании национальных и культурных особенностей определенного этноса посредством сопоставительного анализа лингвистических средств. Паремии отражают мысли, мировоззренческие взгляды и идеи народа, иллюстрируют уклад жизни, нравы и обычаи.

М. А. Черкасский определяет паремию как «минимальную единицу надъязыкового семиотического яруса, обладающую свойствами клишированности, афористичности и сентенциозности» [5, с. 36].   
По О. И. Натхо, «паремия – это языковой знак, обладающий семиотической функцией, осуществляющий перенос необходимой информации, универсальных и личностных знаний в процессе речевого взаимодействия, предполагающего, в первую очередь, организационную структурность, в основе которой лежит система знаний человека о мире   
и осмысление этих знаний в результате коммуникации» [6, с. 33].

Как в английском, так и в русском языке важное место отводится паремиям, связанным с понятием «дом», так как дом – это жилое пространство человека, символ семейного благополучия, место   
проведения календарных и семейных обрядов, а также укрытие   
от невзгод и проблем. Несмотря на то, что рассматриваемый нами   
концепт принято считать универсальным, его наполненность транслирует   
образ жизни определенного народа. Русский философ С. Л. Франк отмечает: «Существует совершенно бесспорное, имеющее глубочайшие исторические корни различие в основной структуре всего духовного восприятия жизни и отношения к ней между русским и западным человеком» [7, с. 220].

Опираясь на словарные статьи и изучив определения концепта   
в русскоязычном пространстве, мы выделили четыре основные группы значений концепта в паремиологических единицах:

* Концепт «дом» в значении ‘символ малой родины’: *Всяк кулик в своем болоте велик; Дома и солома съедома; На чужой сторонушке рад своей воронушке; На чужой каравай рот не разевай, а пораньше вставай да свой затевай; Всякому мила своя родная сторона; На стороне добывай, а дому не покидай; Человек без родины, что соловей без песни; Ищи добра на стороне, а дом люби по старине.* Данному значению отводится первое место, поскольку оно указывает на важность концепта на духовном уровне. Малая родина – значимое место на жизненном пути каждого человека, гарантирующее безопасность и спокойствие. Помимо этого   
  в паремиях подчеркивается идея бережного отношения и заботы, развития чувства патриотизма и выбор определенного вида деятельности с целью благоустройства родного уголка.
* Концепт «дом» как воплощение счастья, уюта, покоя и благополучия отражен в следующих паремиях: *Каково на дому, таково и самому; Лучше дома своего нет на свете ничего; В гостях хорошо, а дома лучше;   
  И стены в доме помогают; Мой дом – моя крепость; Счастье приходит   
  в дом, где слышен смех.* Внутренняя атмосфера и обстановка, взаимоотношения между теми, кто живет в доме, гораздо важнее самого строения. Во все времена дом – надежная крепость, тыл, убежище   
  от суеты, проблем и забот. Здесь раскрывается личность и формируется истинное «я», отдыхает душа и рождаются мечты.
* Отображение концепций «человек хозяин дома» и «хозяин – глава дома, хозяйка – хранительница домашнего очага» прослеживается в таких паремиях, как *Дом вести, не лапти плести; Дом не велик, да и лежать не велит; Без хозяина дом – сирота; Всякий дом на хозяине держится; Дом построить – не шапку на голову надеть; В каждой избушке свои погремушки; Чужим умом не сколотишь дом; Только трудом держится дом; Дом мужчины – мир, мир женщины – дом; Хозяйка в дому –   
  что оладьи (оладышек) в меду; Коли изба крива – хозяйка плоха.*Хозяин и хозяйка – образы, раскрывающие идею о семейных ценностях. Через эти фигуры передается не только функциональная роль   
  в управлении домашним хозяйством, но и символическое значение хранителей традиций.
* Менталитет славянских народов тесно связан с понятием «гостеприимство». Подтверждением является обилие паремий, основанных на данном качестве: *У нас на Руси – прежде гостю поднеси; Коли дома не пекут, так и в людях не дадут; Не красна изба углами,   
  а красна пирогами; Хлеб-соль кушай, а хозяина слушай; Хоть не богат,   
  да гостям рад; Будь как дома; Что есть в печи, все на стол мечи;* *Чем богаты, тем и рады; Для доброго гостя и ворота настежь.* Издавна   
  в русской культуре традиция принятия гостей является символом особого почтения и радушия со стороны хозяев. Еще в древние времена предоставление крова являлось обязанностью каждой общины, при этом накрыть стол и угостить путников лучшими яствами представляло собой особый ритуал.

В английской культуре дом представляет собой символическое пространство, является неотъемлемой частью менталитета. Англичане с трепетом относятся к домашним ценностям и традициям, их по праву называют «домоседами», что нашло отражение в культуре и языке.

Концепт «дом» в английском языке представлен двумя лексическими единицами – *house* и *home*: первый олицетворяет физическую структуру, здание или же строение, в то время как второй относится к более абстрактному понятию, описывает особую атмосферу комфорта, чувство принадлежности и безопасности. Из этого следует, что с целью выражения различных аспектов русского концепта, в английском языке существует явное разделение понятий, отражающих физическую и духовную составляющие. Проанализировав лингвистические единицы, мы выделили основные значения данного концепта, отражающие различные аспекты языка и культуры:

* Концепт «home» как символ благополучия и комфорта: *East or West, home is best* (В гостях хорошо, а дома лучше); *Dry bread at home is better than roast meat abroad* (Дома и солома съедома); *Home is home though it be never so homely* (Своя земля и в горсти мила); *Home is where the heart is* (Дома лучше). В обеих культурах дом – святое место, которое прежде всего ассоциируется с чувством защищенности. Вероятно, по причине неприкосновенности пространства в английском менталитете возникла известная паремия *My house is my castle / An Englishman’s house is his castle* (Мой дом – моя крепость). Настоящий дом – это глубокая привязанность к месту, где ощущается счастье и покой. Во всех единицах демонстрируется идея целостности и гармонии, а закрытость дома отражает оппозицию «свой – чужой», поскольку для представителей английского менталитета выход за пределы домашней обстановки равнозначен выходу из зоны психологического комфорта.
* Сопоставление образов родного края и чужбины прослеживается в следующих устойчивых выражениях: *Far from home is near the harm* (Всякому мила своя сторона); *The wider we roam, the welcomer home*(В гостях хорошо, а дома лучше); *He has no home whose home is everywhere* (Чужие стены не греют); *Every dog is a lion at home* (Всяк кулик на своем болоте велик, И петух на своем пепелище храбрится).В английском менталитете широко известно чувство тоски по родине – *homesickness*. Несмотря на особый интерес к путешествиям и приключениям, англичане испытывают глубокую тоску вдалеке от дома. Развитое чувство патриотизма, привязанности к культуре и традициям является неотъемлемой частью самосознания и национальной идентичности.
* Как известно, англичане особенно трепетно относятся к традициям. С целью сохранения статуса неприкосновенности священного крова   
  и воспитания уважения к дому создан ряд правил поведения в рамках «чужого» пространства: *Curiosity is ill manners in another’s house* (В каждой избушке свои погремушки); *Those who live in glass houses should not throw stones* (Других не суди, на себя погляди);*When in Rome do as the Romans do* (Дома, как хочу, а в людях, как велят).
* В русских и английских паремиологических единицах подчеркивается зависимость благополучия, порядка, чистоты и уюта   
  от распределения и выполнения обязанностей хозяевами: *Grace your house, and not let that grace you* (Не дом хозяина красит, а хозяин дом); *Owner should bring honor to the house, not the house to the owner* (Без хозяина   
  двор и сыр и вдов); *Men make houses, women make homes* (Хозяйкою дом стоит); *The house is a fine house when good folks are* within (Не красна изба углами, а красна пирогами); The master absent and the house is dead   
  (Дом вести – не лапти плести). Внутренние конфликты – внешняя угроза домашнего благополучия: *House divided against itself cannot stand* (Веника   
  не переломишь, а по пруту весь веник переломаешь).Любовь и забота – основа для формирования и укрепления чувства комфорта и безопасности. Поговорка *Сharity begins at home* (Милосердие начинается дома,   
  Кто думает о родных, не забудет и чужих) служит своеобразным   
  призывом к развитию таких качеств, как взаимопомощь, доброта   
  и поддержка. В данном случае значение концепта «дом» соотносится   
  с понятием «семья».

Проанализировав семантическое поле концепта «дом», можно сделать следующий вывод: несомненно, существуют различия в русском и английском менталитете, поскольку население этих стран проживает в разных социальных и природных условиях, имеет разные принципы морали, религию, стереотипы, понимание явлений, культуру и психологию в целом. Данный концепт отражает не только образ жизни, характерный для некоторого общества, но и образ мышления. Некоторые различия   
в первую очередь связаны с историческими условиями развития страны. Так, характерной чертой русского менталитета является гостеприимство: в пословицах преобладает дух единства, в то время как английские паремии основаны на консервативном и сдержанном подходе. Тем   
не менее у каждого из народов образ дома ассоциируется с трепетными чувствами и уважением. В обеих культурах дом – семейный очаг, одна   
из важнейших духовных ценностей народа, символ благополучия, комфорта и гармонии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Даль, В. И. 1000 русских пословиц и поговорок / В. И. Даль. – М. : РИПОЛ классик, 2010. – 346 с.
2. Мокиенко, В. М. Большой словарь русских поговорок / В. М. Мокиенко. – М. : Олма Медиа Групп, 2007. – 784 с.
3. Кусковская, С. Ф. Сборник английских пословиц и поговорок / С. Ф. Кусковская. – Минск : Выш. шк., 1987. – 253 с.
4. Модестов, В. С. Английские пословицы и поговорки и их русские эквиваленты / В. С. Модестов. – М. : Рус. яз., 2004. – 470 с.
5. Черкасский, М. А. Опыт построения функциональной модели одной частной семиотической системы (пословицы и афоризмы) / М. А. Черкасский // Паремиологический сборник. Пословица. Загадка (структура, смысл, текст) / сост. Г. Л. Пермяков. – М. : Наука, 1978. – C. 35–52.
6. Натхо, О. И. Паремии в англоязычном научно-популярном деловом дискурсе : дис. … канд. филол. наук : 10.02.04 / О. И. Натхо. – Пятигорск, 2017. – 193 л.
7. Франк, С. Л. По ту сторону «правого» и «левого» / С. Л. Франк // Новый   
   мир. – 1990. – № 4. – С. 218–226.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**М. А. КОБАК**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. В. Гуль

**ТИПЫ НЕОЛОГИЗМОВ В РЕКЛАМНОМ ДИСКУРСЕ**

**(НА ПРИМЕРЕ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ РЕКЛАМНЫХ ТЕКСТОВ)**

По мере развития общества во многих областях человеческой деятельности возникают новые идеи и объекты, которым неизбежно присваиваются новые имена. Так возникают неологизмы, или новые слова. Новые слова или значения слов можно найти среди существующих   
во всех языках, что является их характерной особенностью.

Большое количество новых слов, вошедших в язык за последние годы, позволило выделить особые типы новых слов и создать их подробные классификации. Разные лингвисты решали проблему типизации новых слов по-разному, основываясь на собственных лингвистических данных.

По мнению Н. М. Шанского, неологизмы можно разделить   
на лексические и семантические в зависимости от того, являются ли они новыми словами, обозначающими новые явления или понятия, или словами, уже существующими в языке [1]. Лексические неологизмы обычно выражаются словами, заимствованными из других языков,   
или новыми словами, образованными на базе уже существующих в языке. Семантические неологизмы служат определенной стилистической цели (когда что-то уже названное называется по-другому).

*Классификация групп неологизмов А. А. Брагина* [2, с. 18] *и В. В. Лопатина* [3, с. 115]. Основным критерием выделения групп неологизмов в работах А. А. Брагина и В. В. Лопатина являются условия их создания. Исследователи выделяют следующие группы неологизмов: языковые, созданные с целью выражения нового предмета или понятия   
и относящиеся к пассивной лексике, и авторские – лексика, созданная конкретным автором для своего произведения.

Далее эти группы подразделяются на подгруппы:

1) к языковым относятся лексические и семантические;

2) к авторским относятся индивидуально-стилистические, окказионализмы.

Лексические неологизмы – это новые слова или выражения, образованные на основе уже существующих элементов языка. Они делятся на несколько типов: контаминанты (слияние слов), метафоры (перенос зна-  
чения), метаформы (использование одной части речи вместо другой) и др.

1. Контаминанты: *brunch* (breakfast + lunch) – обед, который происходит поздно утром, как комбинация завтрака и обеда, *motel* (motor + hotel) – гостиница, предназначенная для автомобилистов и обычно расположенная вдоль автомобильной дороги, *sitcom* (situation + comedy) – жанр комедийного телевидения, который основан на повторяющихся персонажах, находящихся в определенной ситуации, *infomercial* (information + commercial) – длинный рекламный ролик, который информирует зрителей о продукте или услуге.

2. Метафоры: *цифровой след* (данные о действиях пользователя   
в Сети).

3. Метаформы: *to adult* (вести себя как взрослый), *to google* (синоним поиска информации в Интернете). Эти слова изначально не были глаголами, но со временем их использование в этой роли стало общепринятым.

Эти неологизмы показывают разнообразие и креативность русского языка в создании новых слов и выражений для обозначения новых понятий и явлений.

Семантические неологизмы представляют собой новые слова или выражения, созданные путем изменения значения уже существующих слов или фраз. Они могут быть использованы для привлечения внимания   
к продукту или услуге, подчеркивания их особенностей и создания эмоциональной реакции у потребителей.

1. Juicy – исходное значение ‘сочный, содержащий много сока (обычно о фруктах)’, новое значение: может использоваться в рекламных текстах для описания интересной или скандальной информации. Пример рекламного текста: «Get the latest juicy gossip about your favorite celebrities!» (Узнайте последние скандальные новости о ваших любимых знаменитостях!).
2. Fresh – исходное значение ‘свежий (обычно о продуктах), новое значение: в рекламных текстах может означать ‘современный’, ‘стильный’ или ‘инновационный’. Пример рекламного текста: «Upgrade your wardrobe with our fresh new fashion line!» (Обновите свой гардероб с нашей новой   
   и стильной коллекцией!).

Эти семантические неологизмы помогают создать уникальный образ продукта или услуги, подчеркнуть его особенности и привлечь   
внимание целевой аудитории через использование новых значений   
уже существующих слов и фраз.

Индивидуально-стилистические неологизмы (по классификации А. Брагина и В. Лопатина) в англоязычных рекламных текстах могут быть использованы для привлечения внимания потенциальных клиентов, создания уникального стиля и запоминающегося образа продукта или услуги. Примеры таких неологизмов:

1. Think Different – этот слоган был использован компанией Apple.   
   Он представляет собой нестандартное использование английского языка, поскольку правильной грамматической формой было бы Think Differently. Однако Apple использовала Think Different для создания уникального   
   и запоминающегося образа своей компании.
2. Finger-lickin’ Good – этот слоган использовался компанией KFC для описания вкуса их продукции. Это выражение является примером использования разговорного стиля в рекламе для создания более интимной связи с потребителем.
3. McJob – этот термин был введен в словарь Oxford English Dictionary в 2001 г. и описывает низкооплачиваемую работу с низким статусом.   
   Он был впервые использован в рекламе McDonald’s.

Эти неологизмы помогают создать эффектный и запоминающийся образ продукта или услуги, привлекая внимание целевой аудитории   
и делая рекламный текст более уникальным и привлекательным.

Окказионализмы согласно классификации А. Брагина и В. Лопатина –   
это новые слова или фразы, созданные на основе определенной   
ситуации, времени, места или обстоятельства, которые характеризуются временностью и контекстуальной специфичностью. Они могут быть использованы в рекламных текстах для привлечения внимания к продукту или услуге, а также для создания эмоциональной связи с потребителями.

Примеры окказионализмов в англоязычных рекламных текстах:

1. Glowtastic – сочетание glow (сияние) и fantastic (фантастический). Может использоваться для рекламы косметики или средств для придания коже сияющего и прекрасного вида.

2. Flavorburst – объединение flavor (вкус) и burst (взрыв). Может   
быть использовано в рекламе жевательной резинки или конфет для подчеркивания яркого вкуса и ощущения взрыва во рту.

Окказионализмы помогают рекламным текстам быть актуальными   
и отражать текущие тенденции и события, что способствует привлечению внимания потребителей и созданию эмоциональной связи с ними.

Рассмотрим иной пример классификации новообразований, предложенный Н. З. Котеловой [4, с. 17]. Она посвятила значительное время исследованию возможных критериев выделения и типологии новообразований. Ее классификация основана на типе языковой единицы   
и включает три группы неологизмов.

1. Неолексема – это новое слово или словосочетание, которое было создано путем изменения или комбинирования уже существующих слов. Примеры неолексем на основе англоязычных рекламных текстов:

– Glowtastic – это неолексема, которая объединяет слова glow (сияние) и fantastic (фантастический), чтобы описать продукт для ухода за кожей, придающий сияние и здоровый вид. Например, реклама косметического бренда может заявить: «Our new glowtastic serum will give you a fantastic radiant complexion!»

– Flavorlicious – это неолексема, объединяющая слова flavor (вкус)   
и delicious (восхитительный), чтобы описать продукт питания или напитка с изысканным вкусом. Например, реклама нового ароматного чая может заявить: «Try our flavorlicious tea for a delicious taste experience!»

– Techsational – это неолексема, сочетающая слова tech (технология)   
и sensational (ошеломляющий), чтобы описать продукт или услугу, связанные с передовыми технологиями. Например, реклама нового гаджета может заявить: «Experience the techsational features of our latest smartphone!»

2. Неофразема – это новое словосочетание, которое было создано путем комбинирования уже существующих слов или фраз. Неофраземы могут быть смысловыми или стилистическими, и их создание может быть обусловлено необходимостью передачи новых идей, концепций или эмоций. Неофраземы могут быть использованы в рекламных текстах   
для привлечения внимания и создания запоминающегося впечатления   
у потребителей. Примеры неофразем:

– Dreamscape Retreat – это неофразема, которая объединяет слова dreamscape (сон) и retreat (убежище), чтобы описать отель или курорт, предлагающий уникальный опыт отдыха в роскошной обстановке. Например, реклама курортного комплекса может заявить: «Escape to our dreamscape retreat for the ultimate relaxation experience!»

– Blissful Oasis – это неофразема, сочетающая слова blissful (блаженство) и oasis (оазис), чтобы описать продукт или услугу, приносящие чувство умиротворения и комфорта. Например, реклама   
спа-салона может заявить: «Indulge in our blissful oasis of relaxation and rejuvenation!»

– Serenity Haven – это неофразема, объединяющая слова serenity (спокойствие) и haven (убежище), чтобы описать место или услугу, предлагающие уединение и покой. Например, реклама медитационного центра может заявить: «Find inner peace at our serenity haven away from the hustle and bustle of everyday life!»

Неофраземы помогают создавать ассоциации и эмоциональные связи, делая рекламные тексты более привлекательными и запоминающимися.

3. Неосемема – вид неологизма, когда уже существующее слово   
в языке приобретает новое значение. Этот термин был введен Н. З. Котеловой для обозначения словосложений, в которых каждый компонент сохраняет свое значение и структуру.

Примеры неосемем на основе англоязычных рекламных текстов:

– Tweet – это слово раньше означало ‘чирикать’, но с появлением социальной сети Twitter сейчас стало означать ‘опубликовать короткое, небольшие сообщение в Twitter’.

– Troll – в скандинавской мифологии это существо, а в интернет-сленге человек, который публикует провокационные сообщения в интернет-сообществах с целью вызвать конфликт или негативную реакцию.

– Sick – это слово обычно означает ‘больной’, но в сленге оно может означать ‘крутой’ или ‘замечательный’.

– Gaslighting приобрело новое значение ‘идеологическое манипулирование человеком’.

Неосемемы помогают создавать уникальные и запоминающиеся выражения в рекламных текстах, привлекая внимание потребителей   
и делая продукты или услуги более привлекательными.

Также стоит отметить, что язык всегда находится в процессе трансформации, в результате чего слово имеет свойство переходить   
от активного запаса к пассивному, в результате чего слово получает возможность более широко использоваться на определенных этапах развития языковой системы [5].

Таким образом, рассмотренные классификации основаны на разных подходах к определению главных характеристик, на основе которых выделяются различные типы новых слов. Кроме того, следует учитывать, что каждый подход и классификация автора являются частью большой системы, что делает невозможным остановиться только на одной   
из классификаций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шанский, Н. М. Лексикология современного русского языка / Н. М. Шанский. – М. : ЛКИ, 2007. – 304 с.
2. Брагина, А. А. Неологизмы в русском языке / А. А. Брагина. – М. : Просвещение, 1973. – 226 с.
3. Лопатин, В. В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования / В. В. Лопатин. – М. : Наука, 1973. – 152 с.
4. Котелова, Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологиз-  
   мов / Н. З. Котелова // Новые слова и словари новых слов. – Л. : Наука, 1990. – С. 16–27.
5. Пасева, А. Д. Неологизмы, их типы и пути формирования в современном русском языке [Электронный ресурс] / А. Д. Пасева // Таврич. науч. обозреватель. – 2016. – № 1 (6). – Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/neologizmy-ih-tipy-i-puti-formirovaniya-v-sovremennom-russkom-yazyke. – Дата доступа: 21.01.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Д. М. КОЗАК**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. В. Ярошук

**АНГЛИЙСКИЕ ИДИОМАТИЧЕСКИЕ ВЫРАЖЕНИЯ**

**КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ СПЕЦИФИЧЕСКОЙ ОБРАЗНОСТИ ГАЗЕТНОГО ТЕКСТА**

В настоящее время лингвистика уделяет значительное внимание потенциалу газетного дискурса, включая особенности газеты. Достойный заголовок вносит значительный вклад в конкурентоспособность прессы. Поскольку заголовок занимает наиболее сильную позицию в печатных СМИ, именно на заголовок читатель обращает внимание в первую очередь.

Заголовки газет используют широкий спектр стилистических приемов, таких как персонификация, эпитет, метафора, антитеза, аллюзия, фразеологизмы, сравнение, ирония, междометия. Такие выразительные средства позволяют авторам создать уникальный образ заголовка, обладающий значительным прагматическим потенциалом. Совокупность стилистических приемов в заголовке в сочетании с выразительной синтаксической конструкцией и (или) пунктуацией привлекает внимание аудитории, вызывает интерес и оказывает прагматическое воздействие на адресата [4, с. 207].

1. Персонификация. Этот прием предполагает приписывание неодушевленному объекту характеристик живого объекта. Газетные заголовки с элементами персонификации позволяют автору передать сообщение в краткой и лаконичной форме и привлечь внимание к своей статье [1, с. 298]:

–*Russia isn’t looking good. But it sure is feeling good* (The Times. 2015. 3 November). Использование названия Россия в данном случае обусловлено желанием автора отразить мнение русского народа   
о состоянии страны во время кризиса. В этом названии России даны характеристики живого человека, выраженные в ее внешнем облике (*look bad* – казаться, что результат будет плохим) и чувства (*feel* – находиться   
в особом состоянии в результате эмоции или физического ощущения).

2. Эпитет. Эпитет применяется для описания действий или выражения авторской оценки обсуждаемой ситуации/предмета. Стоит отметить,   
что эпитет всегда сочетается с предметом, который он определяет:

–*The awkward gifts the U.S. and Russia give each other* (The Times. 2015. 12 May). Эпитет *awkward* ‘не изящный’ используется для обозначения оценочной коннотации: автор передает отношение к своеобразным и странным, по его мнению, подаркам, которыми обмениваются между министром иностранных дел России Сергеем Лавровым и госсекретарем США Джоном Керри.

3. Метафора. Метафора обладает явными оценочными признаками: этот выразительный инструмент несет в себе коммуникативную   
и прагматическую установку отправителя, поскольку позволяет ему вербализировать свои мысли в яркой и запоминающейся форме:

–*The Islamic State is evil returned* (The Washington Post. 2014. 25 August). Эпитет *returned* усиливает напряженность лексемы *evil* (сила, которая заставляет людей совершать очень плохие и жестокие поступки) в названии, поскольку дает понять, что существует постоянная битва между силами добра и зла в нашем мире. Автор утверждает, что ИГИЛ – это вернувшееся зло.

4. Антитеза. Используемый в заголовках онлайн-газет, этот стилистический прием предназначен для создания контраста между описываемыми предметами или ситуациями, чтобы привлечь внимание аудитории к заголовку:

– *Thousands dead, few prosecuted* (The Times. 2015. 11 April). Противопоставляя количественные показатели, представлена печальная статистика людей, погибших из-за действий полиции. Лаконичная антитеза заголовка несет эмоциональный характер, воздействует на адресата и вызывает смешанные чувства как симпатии, так и неудовлетворенности.

– *How Much the Best-Performing and Worst-Performing CEOs Got Paid* [The Times. 2015. 25 June]. Противопоставление *best-performing* и *worst-performing* используется для обыгрывания ситуаций вознаграждения за выполнение работы. Противопоставление успеха и неудачи в анализируемом заголовке вызывает интерес у получателя и желание узнать о критериях оценки работы руководителей.

5. Аллюзия. Наличие аллюзии как части названия создает визуальный и осязаемый образ для читателя. Поскольку автор намерен быть правильно понятым получателем, аллюзия должна быть связана с некоторыми хорошо известными и общепринятыми фактами или событиями. В свою очередь, читатель также должен обладать базовыми знаниями, чтобы устанавливать предметно-логические связи:

– *Russia: A return to arms* (The Times. 2013. 1 October). Этот заголовок является отсылкой к роману американского писателя Эрнеста Хемингуэя «Прощание с оружием».

6. Фразеологизмы. Фразеологизмы используются в заголовках газет в качестве бросающихся в глаза элементов для привлечения интереса аудитории, поскольку они являются чрезвычайно распространенными сочетаниями и характеризуются высокой степенью стабильности и настойчивости [2, с. 21]:

– *Ready for war? Barack Obama and Vladimir Putin set to lock horns over Syria at G20 summit* (The Times. 2013. 4 September). Фразеологизм *lock horns with someone* ‘вступить в спор с кем-то’ передает напряженную атмосферу саммита, сложность решения проблем и возможную конфронтацию между лидерами России и США.

7. Сравнение – это фигура речи, состоящая из одного объекта (субъекта сравнения) явно относящегося к другому на основе их сходства (основа сравнения) для более точного и образного описания первого:

– *Scottish independence: opponents are like rabbits in SNP's headlights* (The Times. 2014. 8 February).

8. Ирония может передавать широкий спектр чувств и эмоций адресата (как положительных, так и отрицательных), не будучи слишком категоричной и прямолинейной. В заголовках печатных СМИ ирония часто выражается путем противопоставления характеристик сюжетов. Выразительный образ и эмоциональное содержание заголовков с иронией оказывают положительное влияние на адресата:

– *Obama: messiah or mess?* (The Times. 2011. 14 October). Контраст между речевыми единицами *messiah* (лидер, который, как считается, обладает властью решать мировые проблемы) и *mess* (человек, который   
не очень хорош в жизни) отражают негативную оценку действий Барака Обамы во время его президентства. Главный вопрос обращается к аудитории относительно того, сделали ли американские избиратели неправильный выбор президента в 2008 г.

В заключение следует отметить, что при переводе англоязычных заголовков, состоящих из различных стилистических приемов,   
переводчик сталкивается с проблемой сохранения прагматического потенциала оригинала. Эта проблема определяется лингвистическими   
и стилистическими особенностями языка оригинала и языка перевода. Стилистические приемы, перечисленные в статье, придают заголовку уникальный и особенно выразительный характер, который помогает привлечь внимание читателя.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Долгирева, А. Е. Газетный заголовок в прагмалингвистическом аспекте : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А. Е. Долгирева ; Таганрог. гос. пед.   
   ин-т. – Таганрог, 2002. – 26 с.
2. Зеленов, А. Н. Фразеологизм в роли газетного заголовка : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / А. Н. Зеленов ; Новгород. гос. ун-т им. Ярослава Мудрого. – В. Новгород, 2009. – 19 с.
3. Казак, М. Ю. Язык газеты : учеб. пособие / М. Ю. Казак ; Белгород. гос. нац. исслед. ун-т. – Белгород, 2012. – 118 с.
4. Коробова, Л. А. Заглавие как компонент текста: на материале газетной публицистики ГДР : дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / Л. А. Коробова. – Алма-Ата, 1982. – 207 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Л. С. КОЛЕСНИКОВИЧ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Т. А. Кальчук

**КОНТРАСТИВНЫЙ АНАЛИЗ ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОГО**

**ПОЛЯ «ПОГОДА» В НЕМЕЦКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ**

Контрастивной лингвистикой можно считать относительно новое направление в языкознании, которое развивается с 1960-х гг. Контрастивный анализ используется в лингвистике для сравнения   
двух или более языков с целью обнаружения их различий и сходств.   
Этот подход основан на убеждении, что сопоставление различных языков помогает лучше понять и прояснить особенности каждого из них.

Актуальность нашего исследования заключается в его практической значимости для изучения языков. Различия в лексическом составе   
и семантических значениях терминов, связанных с погодой, могут создавать сложности при переводе и обучении иностранным языкам. Погода не только является объектом ежедневных разговоров, но и отражает особенности климата, географии, традиций и образа жизни каждой культуры. Изучение этого явления поможет более глубоко проникнуть в культурный код и повысить межкультурную компетентность.

В данной статье мы фокусируемся на контрастивном анализе лексико-семантических полей «Погода» в немецком и английском языках.   
Цель нашего исследования – выявление сходств и различий в лексическом составе и семантическом содержании метеонимов в немецком   
и английском языках.

Для проведения контрастивного анализа лексико-семантических полей (далее – ЛСП) в немецком и английских языках был выбран набор коррелирующих метеонимов в обоих языках. Данный подход обеспечил возможность сопоставления лексических единиц и определения степени   
их эквивалентности и различий в употреблении и семантике.

Материалом исследования послужили 400 лексических единиц, объединенных единой семой das Wetter в немецком языке, которые   
были отобраны методом сплошной выборки из авторитетного лексикографического источника современного немецкого языка «Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache» [1]. Лексическими маркерами отбора материала послужили такие единицы, как *die Wolke, das Klima,   
die Kälte, die Wärme, der Regen, der Schnee, das Wetter, die Sonne, der Wind.*

Для определения лексико-семантического поля в английском языке был использован метод контрастивных пар слов. Материал для анализа английских метеонимов был отобран из авторитетного словаря английского языка «Cambridge Dictionary» [2].

Анализ отобранного материала исследования позволил установить лексические соответствия или различия немецких и английских метеонимов (таблица).

Таблица – Контрастивный анализ ЛСП «Погода» в немецком   
и английском языках

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Корреляты | Ядро | Ближняя периферия | Дальняя периферия |
| Линейные | 10 | 86 | 224 |
| Векторные | 8 | 37 | 23 |
| Лакуны | 1 | 8 | 3 |

В результате контрастивного анализа было выявлено 320 контрастивных пар с совпадающими лексическими элементами. Данные контрастивные пары относятся к линейным соответствиям. Линейные соответствия показывают в основном схожую погоду   
и одинаковое членение объективной действительности, что и отражается   
в совпадающих языковых картинах мира в обоих языках. Например,   
в группе субстантивных наименований, относящихся к ядру ЛСП «Погода», имеются следующие линейные соответствия: *der Schnee – snow*, *die Sonne – sun*. Если рассматривать ближнюю периферию, то, например, метеониму *abkühlen* соответствует только одно переводное соответствие *сool* или метеониму *nieseln* соответствует только одно переводное соответствие *to drizzle*.

В дальней периферии линейные соответствия показывают, что   
и редкие, нетипичные погодные явления время от времени встречаются   
в немецкой английской действительности как полные эквиваленты. Например: метеониму *der Schneeman* соответствует только одно переводное соответствие *snowman*.

68 пар метеонимов являются векторными соответствиями, для которых характерно лексическое расхождение, что указывает на некоторые различия погодных и климатических условий в обоих культурах. Германия имеет более континентальный климат с более заметными перепадами температур и менее равномерными осадками, в то время как Великобритания характеризуется более мягким и океаническим климатом с более интенсивными осадками и меньшими перепадами температур.   
В Англии часто говорят: «В других странах есть климат, а у нас – просто погода». Это объясняется тем, что в Англии погода меняется чаще,   
и прогнозировать ее сложнее, чем в других местах. Из-за этого англичане увлеченно обсуждают погоду и используют различные слова и выражения, в то время как в немецком культурном контексте обсуждение погоды может быть менее актуальным в повседневных беседах.

В группе субстантивных наименований, относящихся к ядру лексико-семантического поля «погода», встречаются следующие векторные соответсвия: метеоним *der Blitz* имеет три переводных соответствия в английском языке *lightning* ‘вспышка электричества между облаками   
или из облака на землю во время грозы, обычно сопровождаемая громом’, *flash* ‘быстрое появление яркого света’, *flashlight* ‘устройство, которое создает внезапный яркий свет для фотографирования’. Метеоним   
*die Kälte* имеет целых шесть переводных соответствий *chill* ‘холод’, *chillness* ‘холодность’, *cold* ‘состояние холода или ощущение холодности окружающей среды’, *coldness* ‘холодность’, *frigidity* ‘зимность’, *winterness* ‘зимность’.

С другой стороны, некоторые метеонимы, такие как *das Gewitter* ‘погода с громом и молнией’ и *das Unwetter* ‘очень плохая погода   
с дождем, штормом, градом и т. д., которая наносит ущерб’, имеют только одно переводное соответствие *strom*. Слово *strom* используется как общий термин для обозначения погодных явлений с различными атмосферными условиями, такими как дождь, шторм, град и др. Поэтому в данном случае *strom* может быть переводом, который наиболее полно охватывает   
как значение *das Gewitter*, так и значение *das Unwetter*, тогда как   
в немецком языке *das Gewitter* имеет более узкое значение, связанное   
с грозой и молнией, а *das Unwetter* описывает крайне плохую погоду, которая может включать различные атмосферные явления.

В ближней периферии метеоним *strömen*, относящийся к лексико-семантической группе «Der Niederschlag», имеет четыре переводных соответствия – *pour, stream, flock, gush*.

В дальней периферии обнаружены также некоторые векторные соответствия. Например, метеоним *der Schmutz* имеет пять переводных соответствий *dirt* ‘любое недобропорядочное вещество, такое как грязь, пыль, навоз и т. д.’, *filth* ‘что-либо очень грязное или отвратительное’, *grime* ‘грязь, которую трудно удалить’, *smut* ‘вульгарный или непристойный разговор’ и *smuttiness* ‘вульгарность’. Метеоним   
*die Prognose* имеет два соответствия – *prediction* ‘прогноз погоды’   
и *prognosis* ‘прогноз будущего’. Это отражает богатство лексики   
в английском языке и подчеркивает, что одно слово в немецком языке может иметь более широкое или узкое значение по сравнению с его английским эквивалентом.

Для 12 пар было выявлено лексическое несовпадение, т. е. лакуны в одном из языков. Например, для немецких метеонимов *die Diesigkeit, der Regenfall, der Sturzregen* не существует эквивалентов в английском языке. Эти лакуны подчеркивают языковые особенности и уникальные аспекты немецкого языка. Так, метеоним *die Diesigkeit* описывает густой туман, который более типичен для Германии, нежели для Англии. Туманы в Германии возникают по всей стране, что обусловлено различными факторами, рельефом и климатическими условиями. В Англии туманы частые, но в основном на юге осенью. Одной из особенностей немецкого языка является то, что немецкий язык известен своей способностью образовывать сложные слова, объединяя несколько корней, что позволяет наиболее точно обозначать погодные явления и усложняет перевод   
на английский язык.

Для лингвистов важно учитывать такие лакуны при работе с контекстами, чтобы обеспечить точный и полный перевод, возможно, используя объяснительные комментарии или перифразы для передачи смысла данных лексических единиц.

Отсутствие прямого соответствия также показывает, что не все явления могут быть точно переданы с одного языка на другой без потери некоторых нюансов или специфичной семантики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Spracheресурс [Elektronische Ressource] : in 10 Bänden. – Elektronisch Datei (576 Mb). – Mannheim : Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG, 2000. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
2. Cambridge Dictionary [Electronic resource]. – Режим доступа: https://dictionary.cambridge.org/. – Дата доступа: 11.04.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. В. КОНОПАЦКАЯ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – И. П. Королюк

**ЛЕКСИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ ПРЕДПОЛОЖЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ**

**ХУДОЖЕСТВЕННОМ ДИСКУРСЕ**

Одной из основных целей современной лингвистики является изучение эмоций и оценок, которые невозможно наблюдать напрямую. Предположение – одно из наиболее распространенных состояний, которые человек испытывает в повседневной жизни, и, конечно, оно должно передаваться с помощью языка.

Предположение – это оценка степени реальности какого-либо аспекта действительности на основе возможности и вероятности. Оно формируется на основе индивидуального опыта и восприятия окружающего мира, представляя собой абстрактное языковое понятие в рамках категории возможности [1, с. 43]. Люди часто не говорят что-то прямо, когда не уверены или не хотят показаться грубыми. В немецком языке для этого есть специальные слова и выражения, которые показывают, насколько человек уверен в своих словах [1, с. 43].

Существует разнообразие средств для выражения предположений в современном немецком языке, которые включают в себя грамматические, синтаксические и лексические элементы, которые активно взаимодействуют друг с другом.

К грамматическим средствам выражения предположения относится сослагательное наклонение глагола, оценивающее происходящее как потенциальное или даже ирреальное, существование которого еще более или менее не определено. Например: *Es wäre alles*. ‘Пожалуй, это все’ [2, с. 99].

К синтаксическим средствам выражения модальности относятся конструкции типа: *scheinen + zu + Infinitiv*, *glauben + zu + Infinitiv*, сложноподчиненные предложения, содержащие глаголы с модальным значением (*vermuten* ‘предполагать’, *zweifeln* ‘сомневаться’ и др.), преимущественно в главном предложении в качестве сказуемого.   
Такие конструкции выражают модальное отношение между субъектом и действием и являются довольно распространенными в немецком   
языке [3, с. 173].

Лексическими средствами выражения модальности предположения в немецком языке являются модальные частицы, модальные слова и модальные глаголы.

Данное исследование проводилось на основе художественного материала романа популярной во всем мире писательницы Керстин Гир. Ее книги переведены на более 50 языков. Произведения автора являются популярными и в нашей стране. Для анализа лексических средств предположения был взят роман «Rubinrot» – «Рубиновая книга». В романе нами было обнаружено 178 контекстуальных единиц, содержащих предположение. Данные единицы представлены такими лексическими средствами, как модальные слова, модальные частицы и модальные глаголы.

Нами был обнаружен ряд модальных слов, с помощью которых автор выражает предположение:

1. *vielleicht* (*Frag ihn, ob er vielleicht irgendwo einen Schatz vergraben hat* [4, с. 15] – 49 примеров.
2. *wahrscheinlich* (*Aber wahrscheinlich war genau das Ihre Absicht*) [4, с. 155] – 29 примеров.
3. *sicher* (*Tante Glenda hat so gebrüllt, dass es jetzt sicher auch   
   die Nachbarn wissen*) [4, с. 244] – 17 примеров.
4. *vermutlich* (*Vermutlich irgendwo in diesem Gebäude*) [4, с. 195] – 13 примеров.
5. hoffentlich (*Doch hoffentlich nicht hier im gediegenen Mayfair!*) [4,  с. 43] – 9 примеров.
6. *möglich* *(«Das ist unmöglich!», sagte Tante Glenda schrill*) [4, с. 107] – 4 примера.
7. *möglicherweise* (*Möglicherweise war das ja auch der Fall*) [4, с. 123] – 14 примеров.
8. *offensichtlich* (*Liegt offensichtlich in der Familie*) [4, с. 143] – 19 примеров.

Всего в романе «Рубиновая книга» нами было выявлено 144 контекстуальные единицы, содержащих модальное слово. Наиболее употребительными словами, выражающими категорию предположения,   
в романе «Rubinrot» являются *vielleicht*, *wahrscheinlich*, *sicher*.

Далее нами были также обнаружены модальные частицы:

1. *wohl* (*«Bis jetzt wohl nicht» Großtante Maddy hob die Schultern*) [4, с. 59] – 8 примеров.
2. etwa (*Ist das etwa Ihre Tochter*) [4, с. 103] – 1 пример.

Всего в романе «Рубиновая книга» нами было выявлено девять случаев употребления модальных частиц. Таким образом, наиболее употребительной является частица *wohl*, которая связана в предложении с другими лексемами, поясняющими высказывание автора.

Также нами были обнаружены модальные глаголы в значении предположения:

1. *müssen* (*Müsstest du nicht bei der Arbeit sein? Und Gwendolyn in der Schule?*) [4, с. 114] – 11 примеров.
2. *können* (*Wir könnten das Terrarium ins Haus schmuggeln, wenn sie nicht da ist*) [4, с. 55] – 9 примеров.
3. *sollen* (*Solltest du zufällig meinen Dad sehen, gib ihm bitte einen Kuss von mir*) [4, с. 249] – 5 примеров.

Всего в романе «Рубиновая книга» нами было рассмотрено 25 случаев употребления модальных глаголов.

Таким образом, из 178 случаев употребления лексических средств выражения категории предположения в романе К. Гир в романе «Rubinrot» подавляющее количество составляют модальные слова – 81 %.

Суммируя все вышесказанное, можно сделать следующий вывод: в немецкой языковой картине мира наблюдается целый набор языковых средств, которые выражают предположение. Для передачи предположения часто используются лексические средства.

Роман Керстин Гир «Rubinrot» достаточно полно отражает репрезентацию категории предположения. Данная категория передается   
в художественном тексте с помощью речи автора и речью персонажа.   
В романе ярко описаны эмоциональные состояния сомнений, неуверенности, надежды, т. е. различных проявлений предположения   
со стороны женщины-персонажа.

Наиболее употребительными модальными словами, выражающими категорию предположения, в романе являются *vielleicht*, *wahrscheinlich*, *sicher*. Наиболее употребительной модальной частицей является частица *wohl*. По сравнению с другими модальными словами модальные глаголы автор использует не слишком часто для выражения предположения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Медведева, Т. С. Ключевые концепты немецкой лингвокультуры / Т. С. Медведева, М. В. Опарин, Д. И. Медведева. – Ижевск : Ижев. ун-т, 2011. – 162 с.
2. Кострова, О. А. Стратегии модализации высказывания в немецкой лингвокультуре / О. А. Кострова // Вопр. когнитив. лингвистики. – 2021. – № 1. –   
   С. 89–100.
3. Hamm, D. Deutsche Grammatik / D. Hamm, U. Hasekamp, S. Junck. – Koln : Tandem Verlag, 1994. – 319 S.
4. Gier, K. Rubinrot. Liebe geht durch alle Zeiten / K. Gier. – Arena, 2009. – 345 S.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Н. В. КОТЛЯРЕНКО**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. В. Кивака

**НЕМЕЦКИЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ В РУССКОЙ**

**МУЗЫКАЛЬНОЙ ТЕРМИНОЛОГИИ**

Вопросы заимствований всегда представляли интерес для лингвистов и историков. Лингвисты отмечают, что словарный состав языка изменяется и непрерывно обновляется. Это очевидно, так как непосредственно отражая в языке действительность с ее переменами, он обязан включать новые слова для обозначения новых предметов, явлений, процессов. Настоящее исследование представляет определенный интерес, так как проблема немецких заимствований изучена к настоящему времени не до конца. В данной работе нами были выделены сферы преимущественного распространения немецкой заимствованной музыкальной терминологии, подсчитано количество, определено время проникновения немецких слов в русский язык и некоторые их изменения.

Великий вклад в развитие мировой музыки внесли музыканты и композиторы из Германии и Австрии. Узкие русско-немецкие связи, начиная со времен Петра Великого, способствовали богатому развитию русского языка и культуры. Появление немецких заимствований в русском языке стало результатом активного обмена культурой. В период Петра Великого в Россию было привезено множество популярных в Европе музыкальных инструментов, таких как арфа, валторна, горн, клавир и другие, что повлекло за собой необходимость заимствования и названий данных музыкальных инструментов, а также других музыкальных терминов. В этой связи очень актуальны слова В. Г. Белинского: «Какое бы ни было слово – свое или чужое, лишь бы выражало заключенную в нем мысль, – и если чужое лучше выражает ее, чем свое, давайте чужое,   
а свое несите в кладовую старого хлама» [1].

В «Музыкальном энциклопедическом словаре» под редакцией Г. В. Келдыша нами были выявлены 82 лексические единицы, являющиеся музыкальными терминами. Их происхождение из немецкого языка   
было проверено с использованием немецкого словаря «Duden. Herkunftswörterbuch» и «Этимологического словаря русского языка» М. Фасмера. Изучаемые термины представляют собой не только чисто немецкие заимствования, как, например, *хальбмонд* (нем. *Halbmond*) ‘пехотный рожок, разновидность сигнального рога’. В исследовательский корпус также включены слова, пришедшие в русский язык через немецкий язык (косвенные заимствования), например: *концерт* (нем. *Konzert* от итал. *concerto*) с двумя значениями: 1) ‘публичное исполнение музыкального произведения и других номеров по заранее составленной программе’, 2) ‘крупное музыкальное произведение для сольного инструмента   
в сопровождении оркестра’. В наш список вошли также заимствования спорного происхождения, например *марш* (либо из польск. *marsz*, либо из нем. *Marsch*, либо непосредственно из фр. *marche*) ‘музыкальное произведение в четком ритме, предназначенное для сопровождения торжественных шествий, походов, демонстраций’.

В процессе исследования были выявлены четыре тематические группы музыкальных терминов (82 лексические единицы – 100 %):

1) термины нотной грамоты (*акцент*, *генерал-бас*, *клавираусцуг* и др.), которые составляют 18,3 % от общего числа музыкальной терминологии;

2) названия музыкальных инструментов и их компонентов (*альт*, *арфа*, *горн* и др.) – 48,7 %;

3) наименования различных музыкальных жанров и произведений (*йодль*, *шлягер* и др.)– 13,4 % от числа лексических единиц, которые являются музыкальными терминами;

4) термины, относящиеся к профессиональной деятельности в области музыки (*альтист*, *арфист*, *горнист* и др.) – 19,5 % (рисунок).

Рисунок – Тематические группы музыкальных терминов,   
заимствованных из немецкого языка

Наибольшее количество слов немецкого происхождения в русском языке – это названия музыкальных инструментов и их частей, а также профессиональные термины, например: *арфа*, *вентиль*, *горнист*, *гриф*, *клапан*, *цитра* и *цуг*. Некоторые из них являются дериватами, образованными от слов, заимствованных из латинского и греческого языков. Примером может служить слово *вентиль* (нем. *Ventil* ‘клапан’) ‘механизм для изменения длины канала духовых мундштучных инструментов’, происходящее от лат. *ventilo* ‘дую’. В русском языке также существует музыкальная терминология, заимствованная через немецкий язык из других языков, таких как итальянский и французский. В ходе исследования встретилась группа заимствований, происхождение которых М. Фасмер в своем «Этимологическом словаре русского языка» подает   
как возможный вариант заимствования из немецкого языка, например:   
*акцент*, *бас*, *баллада*, *марш*, *музыка*. Однако этимологический словарь немецкого языка «Duden. Herkunftswörterbuch» определяет происхождение данных слов из других языков. Так, отмечается, что, например, термин *акцент* происходит от лат. *accentus* (нем.‘das An-, Beitönen’ – рус. ‘оттеночное звучание’ (перевод наш. – *Н. К.*)).

Таким образом, немецкий язык играет важную роль в обогащении музыкальной лексики русского языка. В заимствовании русским языком немецких слов отразилась история народа, экономические, политические и культурные связи страны. Наибольшую группу немецких музыкальных заимствований составляют названия музыкальных инструментов и их компонентов. Музыкальные термины, пришедшие из немецкого языка, представляют собой не только чисто немецкие, но и косвенные заимствования из латинского, французского, польского, итальянского и других языков.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Мухачева, И. В. Лексика современного русского языка [Электронный   
ресурс] / И. В. Мухачева // Филологический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова. – С. 8. – Режим доступа: <https://www.philol.msu.ru/~ruslang/pdfs/Leksika_SRYa_> MukhachevaIV.pdf. – Дата доступа: 06.05.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**О. Н. КРАГЕЛЬ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Т. А. Кальчук

**ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ «ОДЕЖДА»**

**В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

Одежда играет неотъемлемую роль в жизни человечества, выходя далеко за рамки практического предназначения. Она является главным инструментом самовыражения, позволяющим нам передавать свою индивидуальность, стиль и вкусовые предпочтения. Одежда служит первой линией коммуникации, зачастую создавая незабываемое первое впечатление. Она сигнализирует о нашем статусе, профессии или увлечениях, позволяя окружающим быстро понять, кто мы и чем занимаемся. Более того, одежда обладает способностью влиять на наше самочувствие и уверенность в себе. Наконец, одежда является неотъемлемой частью культуры и традиций народов по всему миру.   
Она отражает историю, обычаи и ценности каждой конкретной культуры. Это свидетельствует об актуальности исследования наименований предметов одежды в немецком языке. Актуальность исследования обусловлена также недостаточной изученностью категориального членения мира и способов хранения информации об объектах окружающего мира лексикой данной тематической группы.

Целью данного исследования является структурно-семантическая характеристика наименований одежды в современном немецком языке и определение ядра и периферии отобранного поля.

Материаломисследования являются 356 немецких лексических единиц, обозначающих предметы одежды, отобранных методом   
сплошной выборки из немецкого словаря «Duden – Deutsches Universal-Wörterbuch» [1]. Определяющим критерием при отборе и отнесении лексем к лексико-семантическому полю «Одежда» в немецком языке явилось наличие в их значении маркера «Kleidungsstück».

Лексико-семантические поля являются важным инструментом для анализа и понимания языка, так как помогают описать организацию лексических единиц в языке и выявить закономерности в их значениях. Изучение лексико-семантических полей позволяет лингвистам понять,   
как люди организуют свое знание о мире через язык [2, с. 182].

Лексико-семантическое поле определяется нами как иерархически организованная система языковых единиц, связанных общим семантическим признаком. Эти единицы могут относиться к различным частям речи и обладать разным лексическим значением. Что же касается его структуры, то лексические единицы, входящие в состав семантических полей, обладают различным статусом. Центральные слова образуют   
ядро поля, воплощая базовые противопоставления и выявляя наиболее существенные дифференциальные признаки. Периферийные слова, в свою очередь, проявляют периферийные дифференциальные признаки.

В нашем исследовании ядро составляют слова, обозначающие семантически самостоятельные элементы одежды. Наименования одежды, относящиеся к периферии, являются зависимыми и связаны с элементами ядра. Структура расположения периферийных элементов вокруг центральных определяется частотой их употребления и морфологической простотой (рисунок). Частотность употребления определялась нами   
по цифровому словарю немецкого языка «Digitales Wörterbuch   
der deutschen Sprache» [3], в котором используется семиступенчатая логарифмическая шкала для отображения частотного барометра. К ядру мы отнесли лексические единицы с частотностью не менее 4, к периферии – меньше 4, а также морфологически сложные лексические единицы.

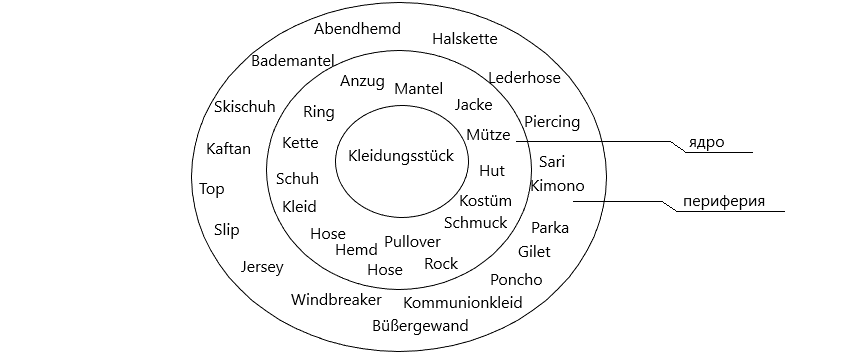


Рисунок – Ядро и периферия лексико-семантического поля «Одежда»   
в немецком языке

Разделение слов поля на ядро и периферию по частотности и морфологической простоте или сложности позволяет нам выделить основные и наиболее употребляемые элементы одежды, которые являются базовыми в немецкоязычном ареале. Например: *der Anzug, der Mantel, der Rock, das Hemd, das Kleid, die Hose, die Jacke, das Kleid, die Mütze, das Kostüm, der Schuh, das Schmuck, der Ring, der Hut, die Kette, der Pullover*. Данные единицы имеют показатель частотности 4 или 5, обладают морфологической простотой, и, чаще всего, не являются заимствованиями. Несмотря на то, что *der Mantel, das Kostüm, der Pullover* заимствованы немецким языком из латинского, французского и английского языков,   
но они уже настолько глубоко укоренились в немецкой культуре, что стали обозначать базовые предметы гардероба и поэтому могут быть отнесены   
к лексическим единицам ядра.

С другой стороны, периферия включает в себя менее употребляемые   
и сложные лексические единицы, которые обычно относятся   
к специфическим случаям или категориям одежды. Эти элементы структурируются в группы в зависимости от их функционального назначения или сочетаемости и, таким образом, представляют собой дополнительные аспекты в области одежды:

– домашняя одежда: *das Abendhemd, die Hausschuhe, der Bademantel* и др.;

– одежда для особых случаев: *der Smoking, das Coctailkleid,   
das Hochzeitskleid* и др.;

– украшения: *die Halskette, das Piercing, der Ohrstecker* и др.;

– спортивная одежда: *der Skianzug, die Tennishose, die Eislaufschuhe* и др.;

– национальная одежда: *das Dirndlkleid, der Kimono, der Sari* и др.;

– нижнее белье: *der Slip, das Leibchen, das Mieder* и др.;

– сезонная одежда: *das Winterkleid, die Flauschjacke, der Windbreaker* и др.;

– устаревшая одежда: *das Gewand, die Schaube, das Kamisol* и др.

Таким образом, учет частотности и морфологической сложности элементов лексико-семантического поля помогает глубже понять их иерархические отношения и вклад в формирование языкового образа мира.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Duden – Deutsches Universal-Wörterbuch [Elektronische Ressource]. – Zugriffsmodus: <https://www.duden.de/>. – Zugriffsdatum: 16.04.2024.
2. Покровский, М. М. Избранные работы по языкознанию / М. М. Покровский. – М. : Акад. наук СССР, 1959. – 382 с.
3. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [Elektronische Ressource]. – Zugriffsmodus: https://www.dwds.de/. – Zugriffsdatum: 16.04.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. В. КУЧКО**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. Л. Зозуля

**ПРОИЗВОДНЫЕ НЕОЛОГИЗМЫ В СОВРЕМЕННОМ**

**НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

Современный немецкий язык, как и многие другие языки, неизбежно подвергается изменениям и развитию. В этом процессе значительную роль играют творческие преобразования, способствующие появлению новых слов и выражений – неологизмов. Продолжительное время в языковой науке существует большой интерес к анализу таких новообразований и их функциональной природе, однако отдельное внимание требует изучение производных неологизмов.

В информационном обществе, где коммуникация играет ключевую роль, необходимо иметь представление о новообразованных словах,   
а также словах, которые приобрели новые смысловые оттенки, поскольку вышеупомянутые часто отражают современные явления, технологии, изменения в культурном и социальных мирах.

Этимология термина «неологизм» прослеживается до древнегреческого языка, где он звучал как «neoslogos», что переводится как «новое слово». Одним из самых полных определений данного лингвистического явления является определение И. В. Арнольд, согласно которому неологизмы –   
это «слова или фразы, которые появляются в языке в результате развития культуры и технологий, изменения общественных отношений, а также изменений в повседневной жизни людей и воспринимаются говорящими как новые» [1, с. 323].

Лексический состав языка может пополняться путем изменения смысла/значения тех слов, которые уже существуют в языке (семантическая деривация). Второй способ заключается в заимствовании из других языков. Одним из основных способов пополнения словарного состава языка является словообразование. Согласно О. С. Ахмановой, словообразование означает «образование новых слов путем соединения друг с другом корневых и аффиксальных морфем, а также основ (баз) данного языка в разных комбинациях по определенным моделям, включающим правила чередования звуков, определяющим тот или иной характер соединения и т. п.» [2, с. 424].

В современном немецком языке новые слова могут появляться путем морфологического или семантического словообразования. Однако наиболее продуктивным и широко распространенным способом формирования новых слов является словосложение. Причина этого явления в том, что составные слова, которые состоят из двух (а иногда   
и более) слов, являются удобным способом для прямого выражения сложных идей, а семантические возможности этих комбинаций практически не определены.

Активное пополнение словаря немецких слов происходит также путем сокращения или аббревиации. Например, аббревиатура *DOB – Damenoberbekleidung* ‘верхняя женская одежда’. Сокращение – способ словообразования, заключающийся в сокращении слов и создании аббревиатур. Сокращенные слова существуют параллельно с «длинными формами», и, как правило, не вытесняют их. Например: *Abitur – Abi.*

Достаточно часто в немецком языке встречаются слова, образованные путем суффиксации. Этот метод остается весьма продуктивным. Наиболее продуктивными являются такие суффиксы, как *-barkeit, -er, -ing, -isierung*: *Europäisierung* ‘европеизация’. Префиксация – метод словообразования, при котором префиксы добавляются для образования новых слов.   
В определенной степени префиксы схожи с суффиксами, однако у них есть свои отличия. Из-за того, что ударные суффиксы находятся в конце слова, они более плотно связаны с основой слова. Смысл, который передается суффиксами, более сложен и многообразен, в сравнении с префиксами; значительное количество префиксов не обладает собственными значениями. Наиболее активными префиксами считаются следующие:   
*de-, ent-, re-.* Большая часть таких неологизмов – имена существительные, далее следуют глаголы – *Entmilitarisierung* ‘демилитаризация’, *reaktivieren* ‘реактивировать’ [3, с. 144–145].

Базой для нашего исследования послужил онлайн-словарь OWID, который содержит почти 2,5 тыс. единиц слов, новых фразеологизмов   
и новых значений устоявшихся слов, вошедших в общую часть словарного запаса литературного немецкого языка в период с 1991 г. по настоящее время. Объектом исследования структурной принадлежности станут первые 25 производных неологизмов из каждого периода, поданного   
в словаре.

При выявлении словообразовательной модели слов из 90-х гг. ХХ в. было определено, что 8 производных (32 %) были образованы с помощью конверсии, 17 производных (68 %) – путем суффиксации. Слов, образованных методом префиксации, выявлено не было. Таким образом, среди словообразовательных моделей выделяется суффиксация, например, *Autoteiler* ‘каршеринговая компания’.

В следующей исследуемой категории (нулевые годы ХХI в.) префиксы имели 4 слова (16 %), у 12 лексем присутствовал суффикс (48 %), 9 слов были образованы способом конверсии (36 %). Одной из ключевых моделей словообразования в анализируемом десятилетии также является суффиксация. Например: *Aldianer* ‘кто-то, кто работает в продуктовом дискаунтере Aldi на длительный срок или регулярно совершает покупки’.

Наконец, в 10-х гг. ХХI в. в категории суффиксации и конверсии попали по 10 слов (40 %), 5 слов было образовано префиксацией (20 %). Например: *Antänzer* ‘вор-карманник’, *dampfen* ‘парить’.

Таким образом, среди словообразовательных моделей первых   
25 неологизмов из каждого периода были зафиксированы суффиксация, префиксация и конверсия. Наиболее частотны суффиксация   
(39 неологизмов) и конверсия (27 неологизмов). На долю префиксации пришлось 9 новообразованных единиц.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Арнольд, И. В. Лексикология современного английского языка : учеб. пособие / И. В. Арнольд. – М. : ФЛИНТА : Наука, 2012. – 376 с.
2. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 424 с.
3. Donalies, E. Die Wortbildung des Deutschen. Ein Überblick / E. Donalies. –   
   Tübingen : Gunter Narr, 2002. – 190 S.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**В. Ю. Матиевская**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. В. Ярошук

**ЭВФЕМИЗМЫ КАК ЯЗЫКОВОЕ ЯВЛЕНИЕ**

На разных этапах человеческого существования и развития возникали слова, которые могли считаться неприличными или неуместными в зависимости от контекста употребления. Уровень развития общества в научном плане также очень сильно влиял на появление запрещенных слов, недопустимых к произношению. Это послужило толчком к развитию эмоционально-нейтральных слов и выражений. Так как возникали запрещенные слова или слова-табу, которые употреблять в речи считалось недопустимым, то это и повлияло на формирование слов, смягчающих значение лексических единиц, находившихся под запретом. Такие слова называются эвфемизмами.

Во время древней ступени существования социума эвфемизмы употреблялись для того, чтобы избежать гнева злых духов или с целью того, чтобы не навлечь беду на себя или свою семью. Такие эвфемизмы могли заменить настоящие имена людей, животных, предметов. Особенно сильно люди того времени остерегались тем, связанных с болезнями   
и смертью, поэтому придумывали выражения, способные заменить оригинальные имена предметов реальности. Люди верили, что имена вещей и людей напрямую соотносятся друг с другом, именно поэтому   
и создавались слова, которые были способны «смягчить» значение изначального термина.

В настоящее время эвфемия используется с целью избежать неловкости   
в разговоре. Люди применяют эвфемизмы для того, чтобы взаимодействие и коммуникация в социуме были комфортными и не вызывали затруднений при попытке выразить то, что неуместно в конкретной ситуации общения. При этом эвфемистические выражения могут применяться в различных сферах деятельности. Например, в медицине для описания диагноза пациентов, так как это может вызвать страх близких. Смягчающие выражения применяются в бизнес-разговорах, таких как увольнение сотрудников. Очень часто они могут применяться в бытовых ситуациях общения, относящихся к смерти или болезням. Наиболее активно такие языковые явления употребляются в политике. Так как политическая информация направлена на всех представителей общества, необходимо соблюдать определенные языковые нормы для сообщения   
и обсуждения данных.

Эвфемизмы заменяют запрещенные слова или табуированную лексику, бранные слова, способствуют смягчению некоторых терминов.

Эвфемизмы зародились еще во времена античности. Они активно использовались на каждом этапе существования человеческого рода,   
но были проанализированы и изучены с научной точки зрения лишь   
в XIX в.

Единой трактовки термина не сформулировано, тем не менее, различные дефиниции, предложенные авторами, выражают общий смысл.

С. Г. Тер-Минасова пишет, что эвфемизм – это «политически более правильный вариант, смягчающий негативную окраску» [1, с. 187].

На основании полученных данных мы можем сделать вывод,   
что понятие эвфемизма неоднозначно, многогранно и динамично. Поскольку термин неустойчив и поддается различным изменениям,   
то нужно проводить больше исследований, затрагивающих эту тему,   
чтобы получить гораздо большее количество точных знаний   
о существующем в языке явлении.

Подобные слова-заменители применяются во многих видах речи.   
Они используются в разговорной, официально-деловой, политической видах речи. Сферы их применения многочисленны.

Эвфемизмы анализируются с точки зрения различных научных областей, таких как лингвокультурология, социолингвистика, психология, лингвопрагматика. В зависимости от области, в которой этот термин употребляется или используется, формулируются различные определения, подчеркивающие разные стороны и характеристики эвфемизмов. Из этого следует, что понятие эвфемизмов действительно многоаспектно и сложно. Это дает возможность изучать данное языковое явление с разных сторон, акцентируя внимание на наиболее значимых характеристиках.

Лингвисты, занимающиеся изучением эвфемизмов, выделяют несколько их классификаций исходя из различных сфер деятельности человека и общества и многих критериев. Единой классификации к настоящему моменту не установлено. Чтобы получить более точное представление о видах эвфемизмов, мы рассмотрим некоторые из вариантов, предложенных учеными.

С учетом проанализированной информации мы предлагаем распределить эвфемистическую лексику языка на лексику, связанную с человеком и сферами его деятельности. Все эвфемизмы, описывающие тело, состояние здоровья, болезни, принадлежат к группе, относящейся к человеку, потому что эти слова напрямую связаны с телом человека   
и его моральным состоянием. Понятия, принадлежащие к политике, медицине, образованию и т. п., относятся к группе сфер деятельности. Данная группа эвфемизмов объединена подобным образом, потому что относится к сферам жизнедеятельности и общения людей. Мы выдвигаем эту классификацию, так как, по-нашему мнению, эвфемизмы являются   
в первую очередь языковыми средствами, помогающими в создании правильной атмосферы во время коммуникации. Коммуникация присуща именно людям, поэтому мы считаем, что подразделять эвфемизмы   
на группы, связанные с человеком, является наиболее верным подходом.

Мы установили, что эвфемизмы используются в ситуации общения   
при необходимости заменить грубые или неуместные языковые единицы. Однако они применяются и с другими целями. Л. П. Крысин выделяет четыре основные цели эвфемизации речи.

Наиболее важной является стремление избежать конфликтов при коммуникации и создание дискомфорта во время общения. Эвфемизмы, соответствующие этой цели, называют объект, действие, свойство в более вежливой форме. Например, *слабослышащий* вместо *глухой* [2, с. 270].

Ко второй цели относится вуалирование истинных понятий.   
Оно возникает из-за боязни называния предметов реальности своими именами. Эвфемизмы этой цели замещают названия политических организаций, партий, государственного аппарата, терминов, связанных   
с тюремной жизнью, оборонной деятельностью [2].

Третья цель – это преподнесение информации адресату таким образом, чтобы только он был способен понять суть передаваемых сведений. Изначально сведения являются исключительно тайными. Тем не менее как только информация становится доступной для других людей, то ее самобытность теряется [2].

Кроме того, употребление эвфемизмов в речи в значительной степени зависит от использующего их человека. Это связано с воспитанностью говорящего. Если человек обучен культуре языкового общения, то он   
ни при каких условиях не станет употреблять бранную лексику или слова сленгового уровня языка в коммуникационном процессе, требующем официально-делового стиля общения.

Таким образом, основываясь на полученных данных, можно заключить, что сферы употребления эвфемизмов очень многообразны   
и сами эвфемистические выражения применяются людьми разных возрастов и социальных групп. Также эвфемизмы играют важную роль   
в коммуникации людей, помогая избегать некомфортных для общения лексем посредством применения выражений, являющихся мягкими или нейтральными по значению.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тер-Минасова, С. Г. Язык и межкультурная коммуникация / С. Г. Тер-Минасова. – М. : Слово, 2000. – 259 с.
2. Крысин, Л. П. Русское слово, свое и чужое: Исследования по современному русскому языку и социолингвистике / Л. П. Крысин. – М. : Яз. славян. культуры,   
   2004. – 888 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Ю. С. МИШУР**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – С. А. Пилипенко

**ПРЕДСТАВЛЕНИЕ КОМПЬЮТЕРНОЙ ЛЕКСИКИ**

**В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ: ФОРМАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Сегодня невозможно представить мир без информационных технологий, которые стали частью повседневности каждого человека. Появились новые понятия и профессии, связанные с компьютерной сферой, создав тем самым благоприятные условия для развития компьютерной лексики.

Компьютерная лексика возникла благодаря развитию общества   
в области технологии. Процесс перехода людей к повседневному использованию компьютерных средств способствовал появлению компьютерного языка.

Компьютерный язык/терминология – вид специального сленга, употребляемый преимущественно IT-специалистами, а также любым пользователем персонального компьютера [1].

С развитием компьютерного языка появились особенности, которые отличают его от других видов лексики. К ним относятся следующие: конкретность, обусловленная наличием всевозможных специфичных терминов, связанных с компьютерными технологиями; точность, при которой каждое слово имеет свое точное значение, обычно не имеющее синонимов; единообразие, представляющее себе использование общепринятых терминов по определенным правилам без возможности их нарушения; английский язык, из которого было заимствовано большинство технических слов; дублирование, обозначающее переход части компьютерной лексики в интернет-язык [2].

Компьютерная лексика имеет множество способов образования. Например, классификация П. А. Горшкова. Он подразделяет лексику   
на кальку (полное заимствование), полукальку (частичное заимствование), перевод с использованием стандартной лексики в особом значении,   
с использованием сленга других профессиональных групп, на фонетическую мимикрию [3, c. 8].

Также Е. А. Семак в своей работе при классифицировании структуры компьютерного сленга подразделяет его на термины, которые встречаются как одно слово, словосочетания, представляющие собой единое целое,   
и аббревиатуры, состоящие из начальных букв составного понятия [4, c. 38].

Для анализа формальной репрезентации компьютерной лексики   
в немецком языке был использован онлайн-источник «Sprachnudel. Wörterbuch der Jetztsprache» [5]. В его составе насчитывается   
1576 лексических единиц компьютерного языка. Первоначально нами были взяты для анализа 68 слов, однако в ходе исследования были обнаружены синонимы практически для каждого слова, тем самым увеличивая количество слов с 68 до 120 лексических единиц.

Мы рассмотрели всевозможные виды заимствований, исконно немецкие слова и различные их сочетания. Мы обнаружили 39 германизмов (*ausdrucken* ‘распечатывать’, *der Bildschirm* ‘экран’), 38 англицизмов (*das Tablet* ‘планшет’, *updaten* ‘обновить’), 14 латинизмов (*das Dokument* ‘документ’, *der Ordner* ‘папка’), пять галлицизмов (*programmieren* ‘программировать’, *die Plat****i****ne* ‘материнская плата’), один итальянизм (*die Tastatur* ‘клавиатура’), 19 составных по структуре слов, у которых одна основа произошла из немецкого языка, а вторая – из заимствованного (*die Festplatte* ‘жесткий диск’*, die Leertaste* ‘пробел’), два составных по структуре слова, основы которых образованы из разных иностранных языков (*die Cyberattacke* ‘кибератака’, *das Kontextmenü* ‘контекстное меню’), и две лексемы с неточно установленной этимологией (*der Virus* ‘вирус’, *rollen* ‘перемещение фрагмента изображения   
на экране’). Все полученные данные были представлены в процентах   
в виде круговой диаграммы (рисунок).

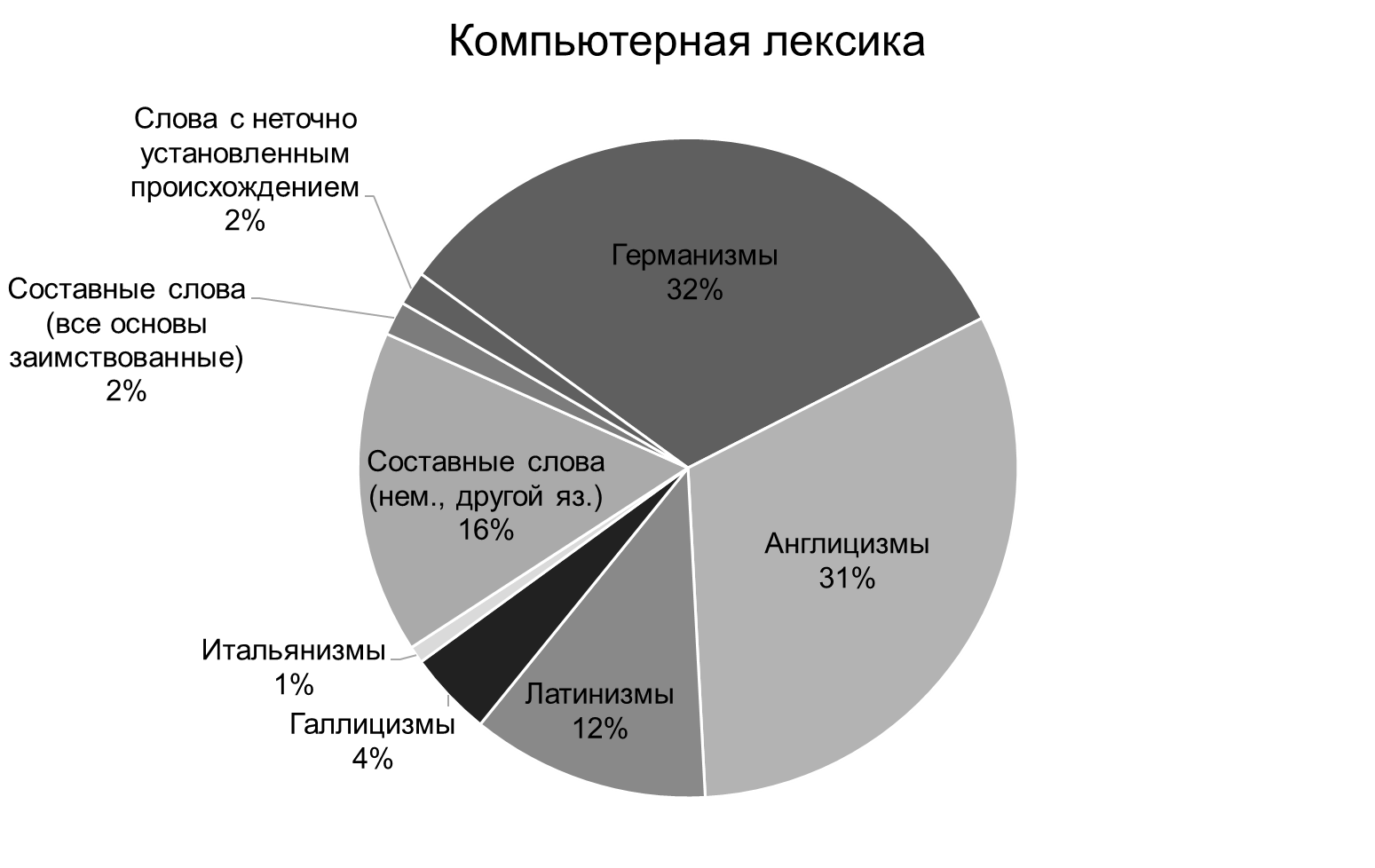


Рисунок – Виды заимствований в компьютерной лексике немецкого языка

Графико-орфографический облик лексических единиц, относящихся   
к компьютерной лексике, напрямую зависит от языка источника.   
При анализе большинства заимствованных слов мы наблюдаем изменение графического облика лексической единицы. Например, к глаголам английского происхождения *surfen, coden, uploaden, linken, scrollen, twittern, updaten* в процессе использования их в речи добавилось немецкое окончание начальной формы глагола ‑en. Та же ситуация обстоит   
с латинизмом *umformatieren* и галлицизмом *programmieren*. Заимствованные существительные также подвержены изменениям. Например, англицизм *der Scanner* (от глагола *scan*) и галлицизм *der Programmierer* при переходе в немецкий язык приобрели артикль, прописную букву и добавилось немецкое окончание мужского рода -er.

Но в то же время можно говорить о сохранении орфографического облика самой лексической единицы, который следует нормам языка-источника. Такая черта характерна для большинства английских заимствований, например: *die Homepage* ‘главная страница’, *der Computer* ‘компьютер’, *der Laptop* ‘ноутбук’. В процессе заимствования данные лексические единицы практически не изменили свою структуру, за исключением прописной буквы в начале слова и добавления артикля.

В заключение можно отметить, что формальная репрезентация компьютерной лексики напрямую зависит от языка-источника заимствования. Таким образом, компьютерная лексика в основном состоит из лексических единиц немецкого и английского, а также латинского, французского и итальянского происхождения. Полученные данные   
дали возможность определить, как изменяется структура слова иностранного происхождения под воздействием графико-орфографических норм немецкого языка. Материал исследования позволяет говорить   
о низком проценте «онемеченного» варианта орфографической стороны лексических единиц, принадлежащих полю компьютерной лексики, касаемо графического оформления компьютерной лексики – процент соответствия нормам немецкой графики достаточно высок.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Паневина, О. С. Проблема перевода и толкования компьютерной лексики /   
О. С. Паневина, Ю. А. Трофимова // Актуал. проблемы гуманитар. и естеств. наук. – 2017. – № 1–2.

2. Computersprache [Elektronische Ressource]. – Zugriffsmodus: [https://www.  
sprachnudel.de/sprachvarietaeten/soziolekt/fachsprache/computersprache](https://www.sprachnudel.de/sprachvarietaeten/soziolekt/fachsprache/computersprache). – Zugriffsdatum: 18.12.2023.

3. Горшков, П. А. Сленг хакеров и геймеров в Интернете : автореф. дис. … канд. филол. наук : 10.01.19 / П. А. Горшков ; Моск. гос. обл. ун-т. – М., 2019. – 19 с.

4. Семак, Е. А. Компьютерная лексика в современном русском языке /   
Е. А. Семак // Функционирование русского и белорусского языков в условиях информатизации общества : 55-я юбилейная науч. конф. аспирантов, магистрантов   
и студентов, Минск, 22–26 апр. 2019 г. : сб. тез. докл. / Белорус. гос. ун-т информатики и радиоэлектроники. – Минск : БГУИР, 2019. – С. 36–38.

5. Sprachnudel. Wörterbuch der Jetztsprache [Elektronische Ressource]. – Zugriffsmodus: <https://www.sprachnudel.de>. – Zugriffsdatum: 18.12.2023.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**С. В. ПОНОМАРЕНКО**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Т. А. Кальчук

**ОСОБЕННОСТИ НОМИНАЦИИ**

**В ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКОЙ ГРУППЕ   
«ТРАНСПОРТ» В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

Транспорт – ведущая отрасль экономики, осуществляющая перевозку пассажиров и грузов из одного места в другое. История транспорта насчитывает тысячелетия, начиная с первобытных способов передвижения, таких как ходьба и использование животных для тяги. С развитием технологий человечество создавало все более эффективные и быстрые средства передвижения – от колесниц и парусных кораблей до поездов, автомобилей, самолетов и космических аппаратов. Транспорт играет важную роль в жизни людей, обеспечивая мобильность, торговлю   
и экономический рост, социальное взаимодействие, доступ к основным услугам (здравоохранение, отдых), а также улучшает качество жизни,   
так как позволяет путешествовать и расширять свой кругозор.

Актуальность настоящего исследования объясняется растущим интересом к изучению специфики терминологии в области транспорта   
на немецком языке. С увеличением международных контактов и развитием транспортной инфраструктуры становится все более важным понимание особенностей номинации терминов в данной лексико-семантической группе (далее – ЛСГ). Целью нашего исследования является выявление семантических особенностей и способов пополнения лексики в ЛСГ «Транспорт» в немецком языке.

Материалом исследования являются 148 лексических единиц   
(далее – ЛЕ), отобранных методом сплошной выборки из словаря «Duden – Deutsches Universal-Wörterbuch» [1] по ключевым маркерам, которыми выступили такие единицы, как *das Transportmittel, das Verkehrsmittel,   
der Wagen, das Auto, das Fahrzeug*, так как они обозначают транспортное средство в немецком языке.

Анализ фактического материала исследования позволил разделить транспортные средства на подгруппы (рисунок 1):

– дорожный транспорт: *der Lieferwagen* ‘kleiner, meist geschlossener Lastkraftwagen zum Transport leichterer Güter’; *der Müllwagen* ‘Wagen zum Abtransport von Müll’ и др.;

– водный транспорт: *das Boot* ‘kleines, meist offenes Wasserfahrzeug’; *das Containerschiff* ‘Spezialfrachtschiff zum Transport von Containern’ и др.;

– железнодорожный транспорт: *die Lokomotive* ‘mit Strom, Dampf o. Ä. angetriebenes Fahrzeug auf Schienen zum Ziehen der Eisenbahnwagen’ и др.;

– воздушный транспорт: *der Lastensegler* ‘großes Segelflugzeug für den Transport von Truppen und Lasten’; *der Liner* (2) ‘Linien-, Passagierflugzeug’ и др.

Рисунок 1 – Подгруппы транспортных средств в ЛСГ «Транспорт»   
в немецком языке

Анализ отобранного материала исследования показал, что дорожный транспорт составляет 71 %, или 105 ЛЕ. По нашему мнению, это может быть связано с тем, что исторически дорожный транспорт был одним   
из первых видов транспорта, который использовался для перемещения людей и товаров. Дороги простираются повсюду, обеспечивая удобство перемещения людей и грузов.

Водный транспорт занимает второе место (13 %, или 19 ЛЕ). Это может быть связано с ограниченной развитостью водных путей. Развитие водного транспорта на протяжении всей истории было обусловлено такими факторами, как торговля, освоение новых территорий и военные действия.

Железнодорожный транспорт занимает третье место (11 %, или 16 ЛЕ). Он остается не менее важным звеном в транспортной системе из-за своей доступности, надежности и безопасности, хотя его доля меньше по сравнению с дорожным и водным транспортом из-за маневренности, отсутствия достаточно разветвленной сети железнодорожных путей   
и невозможности доставить груз от «двери до двери».

Воздушный транспорт занимает последнее место (5 %, или 8 ЛЕ).   
Это может быть связано с тем, что воздушный транспорт имеет несколько недостатков, которые существенно затрудняют его использование.   
Это могут быть высокие расходы, особенно по сравнению с другими видами транспорта, такими как автомобили и поезда; для воздушного транспорта необходимы аэропорты, которые требуют значительных инвестиций и технического обслуживания.

Явление номинации в лингвистике представляет собой не только процесс присвоения имени объекту, но и ключевой механизм формирования понятий и описания окружающего мира. Традиционно номинация делится на первичную и вторичную. Первичная номинация встречается довольно редко в современных языках и может рассматриваться как исходная номинация, для которой характерно простое, однозначное отношение, отражающее элементы действительности. Вторичная номинация – явление куда более распространенное и подразумевающее под собой использование уже существующих языковых форм в новой функции или форме наименования. К вторичной номинации относятся семантическая деривация, заимствование слов и словообразование.

Изучая способы пополнения наименований транспортных средств   
в немецком языке, мы выяснили, что все лексические единицы   
ЛСГ «Транспорт» были образованы путем вторичной номинации: семантической деривации, заимствования слов из других языков или словообразования (рисунок 2).

Рисунок 2 – Способы пополнения ЛСГ «Транспорт» в немецком языке

Проведенный анализ показал, что словообразование является самым распространенным способом пополнения ЛСГ «Транспорт» в немецком языке и составляет 64 % (94 ЛЕ). Слова данной группы образованы путем добавления аффиксов (приставок, суффиксов), композиции (соединения слов), конверсии (перехода слова из одной части речи   
в другую) и аббревиатуры. Например: *das Beiboot* образовано путем добавления аффикса *bei* / *у, при, около* к существительному *das Boot* / *лодка*; *das Feuerwehrfahrzeug* образовано путем сложения двух слов   
*die Feuerwehr* / *пожарная служба* и *das Fahrzeug* / *транспортное средство*; *das Floß* образовано путем безаффиксного (имплицитного) словообразования от глагола *fließen* / *течь*; *das U-Boot* сокращено   
от *das Unterseeboot* / *подводная лодка*.

Заимствование также играет важную роль в обогащении ЛСГ «Транспорт» в немецком языке и составляет 31 % (46 ЛЕ). Немецкий язык заимствовал наименования транспортных средств из следующих языков:

– английского: *der Tanker*; *der Liner*; *der Cruiser*; *das Quad*; *der Buggy*;

– французского: *das Kabriolett*; *die Limousine*; *das*/*der Taxi*;

– латинского: *die Karre* от лат. *carrus* / *повозка*; *die Quadriga* от лат. *quadrīga / квадрига*;

– итальянского: *die Rakete*;

– нидерландского: *die Schute* от нид. *schūte* / *баржа, лихтер*;

– русского: *die Droschke* от рус. *dróžki* / *дрожки*;

– японского: *die Rikscha*.

В большинстве случаев языком-донором новообразований выступает английский, что подтверждает его роль не только как языка международного общения, но и доминирующего языка транспортной терминосферы.

Семантическая деривация составила только 5 % (8 ЛЕ). Путем метафорического переноса возникли пять наименований транспортных средств в немецком языке. В нашей работе мы выделили продуктивные модели метафорического переноса:

– сходство по внешнему виду: *die Rostlaube* ‘Verrostetes Fass’ → ‘altes, verrostetes Auto’;

– сходство по функции: *die Schrottmühle* ‘Abfallmühle, Abfallverarbeitungsanlage’ → ‘altes schrottreifes Auto’;

– сходство по форме: *die Kiste* ‘größerer, rechteckiger, aus festem Material bestehender [oben verschließbarer] Behälter für Waren’ → ‘Fahrzeug, in das sich jemand setzen kann’;

– сходство по внутреннему признаку: *der Eimer* ‘dem Aufbewahren, Transportieren besonders von Flüssigkeiten dienendes, hohes, zylindrisches oder kegelstumpfförmiges Gefäß mit beweglichem Henkel’ → ‘[altes oder unzuverlässiges] Schiff, Auto’.

Путем метонимического переноса возникли три наименования транспортных средств в немецком языке. В нашем случае наименования переносятся:

– с имени создателя на его изобретение: *der Kremser* ‘Berliner Fuhrunternehmer M. Kremser, der die ersten Wagen dieser Art 1825 in Betrieb nahm’ → ‘von Pferden gezogener, vielsitziger, an den Seiten offener Mietwagen mit Verdeck’;

– с части на целое: *der Diesel* ‘deutscher Ingenieur R. Diesel’ → ‘Verbrennungsmotor’ → ‘Fahrzeug mit Dieselmotor’.

Таким образом, лексика в области транспорта в немецком языке продолжает расширяться благодаря вторичной номинации. Словообразование является самым распространенным способом пополнения ЛСГ «Транспорт». Словообразование позволяет создавать новые слова с очень точным и описательным значением, что особенно важно для транспортной лексики.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Duden – Deutsches Universal-Wörterbuch [Elektronische Ressource]. – Zugriffsmodus: https://www.duden.de/. – Zugriffsdatum: 16.04.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Е. Р. РЕЗЮК**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – С. А. Пилипенко

**ЯДЕРНАЯ И ОКОЛОЯДЕРНАЯ ЗОНА КОНЦЕПТА**

**SEHNSUCHT В НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

В ХХI в. активно обсуждаются вопросы, связанные с изучением процессов восприятия, категоризации и толкования окружающего мира человеком, и исследуются как отечественными лингвистами, так   
и учеными из-за рубежа. В рамках когнитивной лингвистики ученые изучают язык как часть когнитивной системы, которую человек использует для шифрования и расшифровки информации, а также обращают внимание на взаимодействие языка и культуры, мышления и сознания, изучая языковые представления о мире у различных народов. В настоящее время популярна тема исследования в области формально-структурного анализа концептов.

В каждой культуре имеются слова-концепты, передающие опыт, культуру, национальное сознание, менталитет предыдущих поколений, которые формируют концептосферу языка и рисуют национальную картину мира. Для немецкой культуры можно выделить такие, как страх, порядок, пунктуальность, идеализм, потребность в чувстве безопасности, тяга-тоска, глубина, стремление к бездне [1, с. 18–24].

Лексикографический анализ считается в лингвистике одним   
из наиболее важных и продуктивных методов исследования концептов.  
Лексикографический метод представляет собой систематическое   
изучение языковых единиц через их формальность. Большинство лингвистов считает, что сущность данного метода заключается не только   
в упорядочении языковых единиц по определенному критерию,   
но в возможности углубленного анализа объектов, таких как синонимия, антонимия и фразеология [2, с. 53–54].

Используя в ходе исследования лексикографический анализ и опираясь на данные толковых словарей, словарей этимологии, синонимов и антонимов, а также на данные онлайн-корпусов, была установлена полевая структура концепта SEHNSUCHT. Построена структурная оболочка концепта SEHNSUCHT, опираясь на мнение З. Д. Поповой   
и И. А. Стернина, которые считали, что концепт имеет сложное строение   
и может быть представлен в виде ядра и периферии: на первом слое находится ядро полевого устройства, затем следует второй слой – околоядерная зона, последний слой – периферия [3, c. 115] (рисунок).



Рисунок – Полевое устройство концепта SEHNSUCHT

Доминантой ядра является лексема *die Sehensucht*, которая наиболее часто употребляется в словарях и имеет общее значение без экспрессивных компонентов.

Околоядерная зона данного образования содержит слова, близкие   
по значению к дефиниции данного ментального образования, например, *das Heimweh, die Einsamkeit, das Fernweh, die Melancholie*.

На ближней периферии структуры концепта располагаются слова, значения которые зависят от контекста и частоты употребления: *das Bedürfnis, die Begierde, die Gier, die Lust, der Traum, der Wunsch,   
der Sinn, die Sucht, die Hoffnung, die Erfüllung, das Verlangen, die Nostalgie, der Drang, die Wehmut, der Durst, der Trieb, der Wunschtraum, die Ungeduld, der Hunger, die Leidenschaft, die Herzensangelegenheit, der Liebeskummer,   
die Neigung, das Streben, der Appetit, der Hang, die Schwäche,   
die Befriedigungssucht, der Überdruss.*

На дальней периферии структуры концепта располагаются слова   
с невысокой частотностью употребления, в основном используемые   
в разговорной лексике, паремии *die Angst, die Zeitlang, die Langezeit,   
die Sehnlichkeit, die Todessehnlichkeit, das Sehnen, der Freiheitsdrang,   
die Fernsucht, der Abschiedsschmerz, das Begehren, der Sehnsuchtsort,   
das Sehnsuchtslied, das Sehnsuchtsgefühl, der Sehnsuchtstourismus,   
der Sehnsuchtsschrei, das Sehnsuchtsseufer, die Irrealität, die Unwirklichkeit, die Aufgeregtheit, das Herbeisehnen, das Schmachten*.

Таким образом, схема концепта позволяет говорить о том, что в периферийный слой входит большее число элементов, чем в ядро и околоядерный слой. Исходя из анализа 77 элементов, можно отметить, что концепт ТОСКА обладает более отрицательными характеристиками, чем положительными, и является для немецкого народа чувством, которое может быть как болезненным, так и вдохновляющим.

СПИСОК использованной ЛИТЕРАТУРЫ

1. Чеснокова, Л. В Метафизический страх и тоска в немецкой и русской культурах : автореф. дис. … канд. филол. наук : 07.04.16 / Л. В. Чеснокова ; Омский гос. пед. ун-т. – Омск, 2016. – С. 18–24.

2. Гавар, М. Э. Лексикографический метод и его применение в исследовании диалектной синонимии [Электронный ресурс] / М. Э. Гавар. – Режим   
доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/leksikograficheskiy-metod-iegoprimeneniev-issledovanii-dialektnoy-sinonimii>. – Дата доступа: 15.04.2024.

3. Попова, З. Д. Очерки по когнитивной лингвистике [Электронный ресурс] / З. Д. Попова, И. А. Стернин. – Режим доступа: <https://djvu.online/file/cI3oRsOodZlB4>. – Дата доступа: 04.04.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Д. В. СЕНКЕВИЧ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – А. Е. Саиди

**Причины и особенности возникновения**

**сокращений в современном английском языке**

Язык эволюционирует под влиянием времени, культуры, технологий и социальных факторов, что отражает динамику развития общества. В настоящее время английский язык активно развивается, пополняясь новыми словами благодаря глобализации, технологическим изменениям и культурным влияниям. Эти процессы демонстрируют адаптивность языка к изменениям и его обогащение новыми лексическими единицами. Подобные изменения характерны для всех языков, включая русский.

Основной механизм расширения словарного состава английского языка – словообразование, которое позволяет языку адаптироваться   
к новым условиям и социокультурным трендам. Словообразование включает образование новых слов из существующих элементов языка через аффиксацию, сложение, конверсию, обратное словообразование   
и сокращение.

Каждая языковая система стремится к упрощению. Лексика – это языковая система, наиболее быстро и адекватно реагирующая на изменения в обществе путем новообразований [1, c. 27]. Распространение сокращений в языковом составе языка связано с появлением в нем сложных денотатов, требующих для своего обозначения словосочетаний или сложных слов.

Формирование сокращений обусловлено развитием различных сфер деятельности и общества в целом. Современные языковые исследования показывают, что сокращения тесно связаны со специальной лексикой, хотя их применение широко распространено во всех областях человеческой деятельности. Специалисты предпочитают заменять длинные слова   
и словосочетания сокращенными формами.

Отечественные и зарубежные исследователи выделяют различные причины создания сокращений, часто подразделяя их на экстралингвальные (внешние) и внутрилингвальные (внутренние) факторы.

Экстралингвальные причины возникновения сокращений могут быть связаны с внешними обстоятельствами, не связанными непосредственно   
с языковой системой. Некоторые из них могут включать:

1. Технологические изменения и развитие. С развитием технологий   
   и новых отраслей промышленности могут появляться новые технические термины и сокращения, чтобы обозначать новые понятия и процессы.
2. Экономические факторы. В условиях быстрого темпа жизни   
   и конкуренции за внимание потребителей сокращения могут использоваться для создания более заметных или запоминающихся брендов и названий продуктов.
3. Модныетенденции. В мире моды и дизайна сокращения могут использоваться для создания стилизованных или трендовых имен, которые быстро становятся популярными.
4. Глобализация. В условиях глобальной коммуникации и обмена информацией сокращения могут быть использованы для облегчения взаимопонимания между различными культурами и языками [2, с. 192].

Таким образом, экстралингвальные факторы могут влиять   
на формирование сокращений в языке, отражая изменения в обществе, экономике и культуре. Внешние причины, как правило, способствуют реализации внутриязыковых изменений, включая процессы вторичной номинации, семантические инновации и преобразования, а также развитие дополнительных коннотаций.

Возникновение сокращений также связано со строем конкретных языков. По мнению М. Шлауха, сокращенные единицы в английском языке менее распространены, чем в немецком или русском, т. е. в языках с развитой флексией. Это связано с тем, что окончания зачастую несут в себе значительную смысловую нагрузку. Скорость появления новых сокращенных номинаций в современном английском языке невероятно высока. Сокращения все глубже проникают в лексику языка, что делает их не случайными словами, а полноправными лексическими единицами, регистрируемыми в словарях сокращений [3, c. 25].

Исследователи выделяют следующие причины возникновения сокращений:

1. *Экономия времени и усилий.* Использование сокращений позволяет сэкономить время и усилия при записи или передаче информации, особенно в условиях ограниченного пространства или времени.
2. *Удобство и эффективность.* Сокращения делают текст более компактным и удобным для чтения, позволяя быстро передавать информацию без излишних деталей.
3. *Привычка и удобство использования.* Многие сокращения стали широко используемыми в речи и письме, что делает их более удобными и привычными для общения.
4. *Социокультурные исторические факторы.* Некоторые сокращения могут возникнуть из-за исторически сложившихся обстоятельств или социокультурных факторов, таких как изменения в языке, технологии   
   или обычаях общения.
5. *Специфика языковой среды.* Некоторые языки имеют тенденцию   
   к образованию сокращений в словах из-за своей грамматической   
   или фонетической структуры, что также может быть причиной их возникновения [4, c. 83].

Процесс возникновения сокращений неконтролируемый и невозможно полностью учесть все новые номинации, создаваемые с их помощью. Традиционные лексикографические источники не охватывают все генерируемые аббревиатуры. Наиболее полный и обновляемый список сокращений можно найти в электронных словарях, которые регулярно пополняются пользователями. Эти источники позволяют отслеживать развитие сокращений и анализировать языковую деятельность сообщества.

Изменения в лексической системе языка можно наблюдать при массовом и регулярном употреблении новых лексических единиц. Постоянное пополнение словарей новыми сокращениями свидетельствует о том, что многие из них становятся частью общего словарного состава. Таким образом, сокращения занимают значительное место в современном английском языке как с точки зрения употребления, так и с точки зрения их изучения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Варина, В. Г. Лексическая семантика и внутренняя форма языковых единиц / В. Г. Варина // Принципы и методы семантических исследований : сб. ст. / редкол.:   
   В. Н. Ярцева [и др.]. – М., 2004.
2. Дубенец, Э. М. Современный английский язык. Лексикология / Э. М. Дубенец. – М. : Феникс, 2010. – С. 192.
3. Баринова, С. О. Классификация сокращений в языке Интернета (на материале английского языка) / С. О. Баринова. – СПб., 2007. – С. 24–30.
4. Коровушкин, В. П. О типологии сокращений в английском и русском военных жаргонах / В. П. Коровушкин // Языковые проблемы подготовки военного специалиста. – М., 2015. – С. 83–95.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. В. СИМОНОВИЧ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – И. П. Королюк

**ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ КАТЕГОРИИ ОТРИЦАНИЯ**

**В АВТОРСКОМ ТЕКСТЕ Г. БЁЛЛЯ**

Отрицание является универсальным понятием, пронизывающим различные сферы человеческой деятельности и мышления. В общем смысле данное понятие представляет собой процесс или акт выражения негативной концепции или идеи. Это может включать в себя отказ   
от признания истинности чего-либо, отвержение существования определенного явления или отрицание определенных утверждений.   
В плане мышления отрицание позволяет человеку отвергать неверные представления или неприемлемые идеи, что способствует развитию новых утверждений и концепций. В философии отрицание рассматривается как основной элемент диалектики и мышления, позволяющий анализировать   
и обсуждать противоположные концепции и точки зрения. В языке отрицание используется для выражения отрицательных суждений   
или идей, что имеет значимость в коммуникации и передаче   
мыслей. Рассмотрим подробнее понятие отрицания в свете различных дисциплин.

В контексте философии отрицание представляет собой процесс отвержения или противоположности. Оно играет ключевую роль в диалектическом мышлении и позволяет понять природу противоречий в мире. Отрицание не просто отказ от чего-то, а активный процесс, проникающий в суть вещей и их противоположности [1, с. 180].

В философии существует множество подходов к пониманию отрицания. Некоторые исследователи подчеркивают роль отрицания   
в процессе индивидуализации – развития личности. Они утверждают, что отрицание необходимо для разрешения внутренних конфликтов   
и достижения гармонии. С другой стороны, для некоторых философов отрицание является источником противоречий и трагедий. Марксистская философия также придает важное значение отрицанию, особенно   
в контексте социальных противоречий.

Таким образом, отрицание – философская категория, выражающая определенный тип отношения между двумя последовательными стадиями, состояниями развивающегося объекта. Иначе, чем философией, отрицание воспринимается логикой. Отрицание – фундаментальное понятие в логике, которое играет важную роль в анализе утверждений, построении аргументов и формализации рассуждений.

С точки зрения формальной логики отрицание представляет собой   
«…логическую операцию, противопоставляющую истинному суждению неистинное, ложному суждению неложное суждение, указывающую   
на несоответствие предиката субъекту или образующую дополнение   
к данному классу…» [2, с. 56].

В современной лингвистике отрицание все также привлекает особое внимание. Данным термином обозначают ту смысловую часть предложения, которая отвергается говорящим как ложная или связь   
с реальными фактами которой не установлена. Отрицание высказывается   
в ситуации, когда утверждение было сделано ранее или оно подразумевается как общепринятое. Отрицание является одной из неотъемлемых семантических категорий, присущих всем языкам мира,   
и не может быть разложено на более простые семантические элементы. Таким образом, отрицание – это выражение при помощи лексических, фразеологических, синтаксических и других средств языка того, что связь, установленная между элементами высказывания, реально не существует (или мыслится как реально не существующая) [3, с. 302].

Сторонники психологической концепции (О. Есперсен, А. Ф. Потебня и др.) трактуют отрицание как чисто субъективное проявление человеческой психики. В современных исследованиях изучение отрицания в языке последовательно связывается с антропоцентричностью языка,   
с культурой и с социумом, с языковой картиной мира. Н. Д. Арутюнова отмечает, что из нормативных представлений о мире по негласному уговору исключается все отрицательное, чего можно избежать [4, с. 200].

В немецкой лингвистике категория отрицания играет значительную роль в построении предложений и выражении отрицательных суждений. Возможности немецкой грамматики, словообразования и собственно лексики раскрывают все богатство языка и речи и позволяют использовать всевозможные средства для выражения отрицания как маркированного члена оппозиции данной категории. Подробную классификацию языковых средств выражения отрицания в немецком языке предлагает В. Гейнеманн. Автор в своей работе описывает разделение на синтаксические, грамматические, имплицитные и эксплицитные лексемы как средства выражения отрицания в языке и речи [5, с. 191].

Одним из наиболее употребительных грамматических средств выражения отрицания в немецком языке выступает Konjunktiv II.   
Он придает оттенок отрицания высказываниям посредством того, что выражает нереальные желания и условия, сравнивает качества или состояния. Konjunktiv II используется для выражения нереальных, гипотетических действий и состояний: *Wenn ich Zeit hätte, würde ich nach Spanien fahren*. ‘Если бы у меня было время, я бы поехал в Испанию’.   
*Er wäre glücklicher, wenn er mehr Geld hätte.* ‘Он был бы счастливее, если бы у него было больше денег’. Также данную конструкцию используют для сообщения желаний и мечтаний, т. е. когда говорится о том, чего   
не существует в реальности: *Wäre ich doch nur reicher!* ‘Если бы я был богаче!’ Еще одна сфера употребления Konjunktiv II – это выражение предположений и сомнений, что тоже подчеркивает отрицание истинности факта или высказывания: *Sie könnte Recht haben.* ‘Возможно, она права’. *Das dürfte stimmen.* ‘Вероятно, это правда’.

Конструкция *nicht so... wie*... ‘не такой... как…’ с прилагательным   
в положительной степени также создает сравнительное отрицание: *Er ist nicht so groß wie sein Vater.* ‘Он не такой высокий, как его отец.’ *Das Essen war nicht so lecker wie erwartet.* ‘Еда была не такой вкусной, как ожидалось.’

Среди грамматических средств, представленных в тексте произведения Г. Белля, в ходе исследования была выявлена форма Konjunktiv II:

*Es wäre besser für mich gewesen, wenn ich hätte absagen können, telegrafisch ‘Auftritt wegen schwerer Knieverletzung unmöglich.’*

*Sicher hatte er geglaubt, es wäre aus pädagogischen Gründen besser, mir keinen zu bringen, und hatte der christlichen Sache damit sieben Mark fünfzig gespart.*

Также были обнаружены примеры использования сослагательного наклонения и сравнения в тексте произведения, которые придают высказыванию отрицательный смысл:

*Ich bin nicht seßhaft, werde es nie sein – und Marie ist noch weniger seßhaft als ich, und scheint sich doch entschlossen zu haben, es endgültig zu werden.*

*Tatsächlich war ich in Bochum mehr oder weniger absichtlich ausgerutscht, hatte mich aufs Knie fallen lassen, um die begonnene Tournee abbrechen und nach Bonn fahren zu können.*

*Daß er nicht so aussah, wie ich ihn mir vorgestellt habe, macht mich vielleicht so ungerecht ihm gegenüber.*

Отобранные из текста произведения «Глазами клоуна» и рассмотренные примеры выражения отрицания при помощи грамматических конструкций свидетельствуют о том, что данная категория широко представлена в немецком языке и имеет множество конструкций реализации в тексте   
и в речи.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Философский энциклопедический словарь / ред.-сост. Е. Ф. Губский [и др.] –   
М. : ИНФРА-М, 2009. – 569 с.

2. Кондаков, Н. И. Лингвистический словарь / Н. И. Кондаков – М. : Наука,   
1971. – 367 с.

3. Ахманова О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – 2-е изд., стер. – М. : УРСС : Едиториал УРСС, 2004. – 571 с.

4. Арутюнова, Н. Д. Типы языковых значений: Оценка. Событие. Факт. / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1988. – 341 с.

5. Heinemann, W. Negation und Negierung / W. Heinemann // Handlungstheoretische Aspekte einer linguistischen Kategorie. – Leipzig : 1983. – 286 S.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. О. ТУРОБОВА**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Т. А. Кальчук

**НЕМЕЦКИЕ АДЪЕКТИВНЫЕ ЦВЕТООБОЗНАЧЕНИЯ**

**В ЯЗЫКЕ МОДЫ**

Цвет играет важную роль в жизни и языке человека, позволяя воспринимать и оценивать окружающую действительность. Особенно ощутимо значение цвета в моде, где он служит средством самовыражения, отражения настроения и отношения к миру. Мода не стоит на месте, модные тенденции меняются постоянно в связи с различными факторами действительности: с временем, сезонами года и др. В связи с новыми тенденциями в моде базовых цветообозначений недостаточно для характеристики предметов одежды, поэтому число цветообозначений в языке постоянно пополняется. Как итог, возникают новые наименования цветообозначений, являющиеся оттенками уже имеющихся цветов.

Актуальность настоящего исследования объясняется научной потребностью в изучении немецких цветообозначений и их оттенков в контексте современного этапа развития общества и тенденций в области моды, а целью исследования – структурно-семантическая характеристика немецких адъективных цветообозначений в языке моды.

Материалом исследования являются 446 немецких адъективных цветообозначений, отобранных методом сплошной выборки из немецких журналов моды Quelle и Heine.

Номинация представляет собой акт наречения, словесного обозначения тех или иных фрагментов действительности. Это – языковой феномен, лежащий в основе создания новых лексических единиц и пополнения словарного состава языка. Благодаря номинации мы можем именовать все, что нас окружает, закрепляя определенные понятия за конкретными звукобуквенными комплексами [1].

В лингвистике выделяют несколько типов номинаций, среди которых наиболее распространенной является лексическая номинация – создание новых слов. Она может быть первичной и вторичной.

Первичная номинация является изначальным наименованием, которое напрямую отражает сущность объекта или явления. Такие номинации обычно состоят из простых, однозначных слов, обозначающих конкретные элементы действительности, например, *der Freund / друг.* Первичная номинация рассматривается как исходная или прямая номинация [1].

Языковые единицы, созданные путем первичной номинации, доступны для исследования только с помощью этимологического анализа. Примерами первичной номинации являются слова *das Haus* / *дом*,   
*die Tür*/ *дверь*, *rot*/ *красный* в немецком языке. Их производность может быть определена только путем обращения к этимологии и истории [2].

Вторичная номинация, также известная как производная, представляет собой использование уже имеющихся в языке номинативных единиц в новой функции или форме наименования. Она подразумевает использование слов с исходными значениями в качестве основы   
для образования новых слов или выражений, обозначающих другие понятия или свойства, например, путем словообразования возникли   
*die Freundschaft / дружба, das Sommerhaus / дача,* *hellrot* / *светло-красный.*

Основными способами номинации лексики в немецком языке являются: словообразование, заимствование и семантическая деривация.

Цвет в языке как явление естественное и культурное, неизменно привлекает внимание исследователей. В 1969 г. лингвисты Б. Берлин и П. Кэй опубликовали труд «Основные термины цветообозначения: их универсальность и эволюция». Лингвисты обнаружили, что восприятие цветов у людей одинаково, независимо от места рождения, возраста или родного языка и выделили группу «базовых» цветообозначений, которые оказались универсальными для всех языков: *белый, черный, красный, зеленый, желтый, синий, коричневый, фиолетовый, розовый, оранжевый и серый* [3].

На сегодняшний день можно заметить огромное разнообразие цветообозначений, причиной этому служит постоянное изменение и развитие действительности и языка. Мы можем наблюдать, как развитие человеческих знаний и опыта отражается на количестве и смысле, заложенном в цветообозначении [3].

Отобранные 446 цветообозначений были распределены нами   
на «основной и оттеночный цвет». К основным цветообозначениям мы отнесли *weiß, schwarz, rot, grün, gelb, blau, braun, lila, rosa, orange, grau*. Остальные же цветообозначения являются оттеночными и представляют собой оттенки основных цветообозначений:

*– weiß*: *wollweiß / белый как шерсть, rohweiß / сырой белый, elfenbein / цвета слоновой кости* и др.;

*– schwarz*: *anthrazit / антрацитовый, gletscher / цвет ледника* и др.;

*– rot*: *kirschrot / вишнево-красный, rubin / rubinrot / рубиновый* и др.;

*– grün*: *lindgrün / цвет зеленой липы, apfelgrün / цвет зеленого   
яблока* и др.;

*– gelb*: *senf / senfgelb / горчичный, maisgelb / кукурузно-желтый* и др.;

*– blau*: *azurblau / лазурно-синий, marine / морской, ozean / цвет   
океана* и др.;

– braun: *cognak / коньячный, burgund / бургундский, kaffee /  
кофейный* и др.;

– lila: *flieder / сиреневый, hell-lila / светло-фиолетовый, pflaume / сливовый* и др.;

*– rosa*: *malve / цвет мальвы, fuchsia / цвет фуксии, pink / розовый* и др.;

*– orange*: *koralle / коралловый, bambus / цвет бамбука* и др.;

*– grau*: *schiefergrau / шиферно-серый, hellgrau / светло-серый* и др.

Среди представленных оттенков цветов в количественном отношении выделяются оттенки зеленого цвета. По нашему мнению, данный цвет используется чаще в язык моды, чем в остальные, так как он ассоциируется с природой, свежестью и гармонией, что может быть актуально в связи с повышенным интересом к экологически чистым и устойчивым тенденциям, а также он может быть популярен в определенный сезон, а именно летом из-за обилия зелени.

Исследование цветовых обозначений в немецких модных журналах позволило выявить широкую палитру используемых цветов. Основные   
и оттеночные цвета формируют основу цветовой гаммы в моде, а сложные цветовые обозначения дополняют ее, обеспечивая более точную   
и разнообразную передачу оттенков. Традиционные оттенки уступили дорогу новым, а мода превратила цвет в культурную единицу технического прогресса. Сегодня дизайнеры используют широкий спектр цветов, которые выходят за рамки основных тонов. Они экспериментируют   
с несочетаемыми ранее комбинациями, создавая смелые и неожиданные образы. Расширение цветовой палитры свидетельствует об отказе   
от прежних ограничений и открытости к самовыражению [4].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тумашевич, М. М. Проблемы теории номинации [Электронный ресурс] / М. М. Тумашевич // Идеи. Поиски. Решения : XV междунар. науч.-практ. конф., Минск, 23 нояб. 2021 г. – Режим доступа: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/273641/4/  
Идеи.%20Поиски.%20Решения.Т.%201.pdf. – Дата доступа: 01.04.2024.

2. Ягафарова, Г. Н. Основные ономасиологические понятия / Г. Н. Ягафарова // Вестн. Челяб. гос. ун-та. – 2010. – № 13. – С. 172–177.

3. Иксанова, Р. В. Символика цвета в поэтических текстах Джима Моррисона [Электронный ресурс] / Р. В. Иксанова. – Режим доступа: <http://elib.sfu-kras.ru/> bitstream/handle/2311/32602/iuz\_ixanova.pdf?sequence=1& ysclid= luik17pab4951595399. – Дата доступа: 07.03.2024.

4. Косых, Е. А. Русская Ономасиология : учеб. пособие / Е. А. Косых. – Барнаул : Алтай. гос. пед. ун-т, 2016. – 101 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Т. В. ХЛЕБОВЕЦ**

Брест, БрГУ им. А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. В. Ярошук

**КЛАССИФИКАЦИЯ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА**

**В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ МУЗЫКЕ**

В современной лингвистике выделяются различные виды сленгизмов, которые классифицируются на основе определенных критериев. Если говорить о характерных чертах молодежного сленга, то одной из главных является его проницаемость: сленговая лексика проникает во все сферы деятельности и в человеческую жизнь, что обусловливает значительное количество разновидностей сленга. Но при всем этом не существует более или менее удовлетворительного определения термина «сленг», так   
и классификация сленга порождает много споров. Термин «сленг» является неоднозначным лингвистическим понятием, по мнению многих   
ученых, но, с другой стороны, самым живописным, юмористическим   
и экспрессивным. Многие ученые разработали свои собственные классификации, основанные на различных принципах, но вряд ли можно найти универсальную классификацию, учитывающую все его наиболее существенные особенности.

Первым критерием для классификации видов сленга является сфера его употребления. Здесь выделяются такие виды сленга, как военный, компьютерный, сетевой, молодежный сленг, сленг футбольных болельщиков и др. [1, с. 184].

Второй критерий для классификации сленга определяется понятийной сферой. Здесь выделяется две разновидности:

1. Групповой сленг, использующийся людьми, объединенными   
   в группы по интересам (не профессиональным, а исключительно в связи   
   со сферой увлечений носителей), например, сленг авиамоделистов, сленг картежников;
2. Профессиональный сленг, который используется в профессиональной сфере, например, сленг столяров, медицинский сленг [2, с. 13].

Согласно третьему критерию, сленг можно подразделять на отдельные виды, исходя из семантики его единиц – сленгизмов. А. Н. Колесниченко в такой классификации выделяет следующие группы сленгизмов:

1. наименования лиц (обозначение психического и физического состояния человека, особенности его поведения, оценки лиц, обращения);
2. наименования предметов и явлений (одежды и ее деталей, частей тела, жилья и предметов быта, оценки предметов и явлений);
3. отношения между людьми (слова со значением «бить», «обманывать», «производить впечатление»);
4. деньги (наименования денег и соответствующие операции);
5. студенческая жизнь (сленгизмы с преобладающим значением «быть исключенным»);
6. алкоголь;
7. интимные отношения [3, с. 14].

Еще одним критерием классификации сленга является способ его образования. По мнению А. Н. Колесниченко, необходимо выделять две главные группы средств образования сленга и, следовательно, две его разновидности:

1. сленг, образованный по лексико-семантической модели;
2. сленг, образованный по словообразовательной модели [3, с. 6].

Лексико-семантическая модель предполагает метафоризацию, выделение отдельного значения литературного слова. Словообразовательные модели для образования сленга используются довольно разнообразные.

Наиболее продуктивными способами образования сленгизмов,   
по мнению Е. Е. Матюшенко, являются:

1. суффиксация и префиксация как от русских, так и заимствованных лексем: воркер – рабочий, воркать – работать; безмазовый – бессмысленный;
2. семантическая деривация (метафорический перенос): вертолет (головокружение), раздеть (обокрасть);
3. сокращения: дутик – дутая куртка;
4. заимствования: изи – от англ. *easy* ‘легко’ [2, c. 16].

Помимо того, некоторые современные исследователи, занимающиеся проблемами американского молодежного сленга, выделяют следующие семантические группы сленгизмов:

1. Сленгизмы, обозначающие части тела.

2. Сленгизмы, характеризующие человека:

а) с положительной стороны;

б) с отрицательной стороны;

в) нейтрально.

3. Сленгизмы, характеризующие ощущения и состояния человека.

4. Сленгизмы, описывающие социальные отношения.

5. Сленгизмы с эмоциональной коннотацией.

6. Сленгизмы тюремной тематики.

7. Сленгизмы, связанные с материальными средствами и деньгами в частности.

8. Сленгизмы, связанные с алкоголем.

9. Сленгизмы, описывающие досуг и времяпровождение человека [4].

Таким образом, сленг можно классифицировать по месту сленгизмов   
в семантической системе словарного запаса (лексики); сфере употребления; особой структуре слова; его функциональным и стилистическим особенностям. Тем не менее следует отметить, что не существует универсальной классификации сленга, которая бы учитывала все важные параметры этого лексического пласта языка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Раренко, М. Б. Сленг как повышение и понижение социального статуса / М. Б. Раренко // Яз. бытие человека и этноса. – 2017. – № 19. – С. 183–189.
2. Матюшенко, Е. Е. Современный молодежный сленг: формирование   
   и функционирование : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.01 / Е. Е. Матюшенко ; Волгогр. гос. пед. ун-т. – Волгоград, 2007. – 29 с.
3. Колесниченко, А. Н. Сленг в английском и русском языках: структурно-семантический, этимологический, функциональный и стилистический аспекты   
   (на материале произведений Д. Сэлинджера «Над пропастью во ржи» и Д. Гуцко «Русскоговорящий») : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.12.22 / А. Н. Колесниченко ; Юж. федер. ун-т. – Ростов н/Д., 2008. – 24 с.
4. Семантическая классификация сленгизмов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://inyaz.bobrodobro.ru/9056. – Дата доступа: 15.05.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Д. В. ЧИБОТАРУ, О. Л. ЗОЗУЛЯ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. Л. Зозуля

**Продуктивные суффиксы имен прилагательных**

**в немецком языке**

Лексическая система языка пребывает в постоянном движении   
и развитии, что обусловлено непрерывными изменениями в различных сферах жизни общества. Это находит отражение, например, в появлении новых лексем, служащих для наименования возникающих понятий, предметов и явлений. В современном немецком языке новые слова возникают почти только как производные на основе уже существующих слов и морфем. К основным способам их образования относят словосложение и аффиксацию. Хотя у прилагательных словосложение играет гораздо меньшую роль, чем у существительных, суффиксация все еще остается основным способом образования прилагательных  
[1, с. 162–182].

Объектами данного исследования являются производные имена прилагательные с шестью суффиксами -*bar*, -*los*, -*haft*, -*ig*, -*lich*, -*isch*, выделенными в практикуме по лексикологии немецкого языка Н. В. Фурашовой как наиболее продуктивные [2, с. 54–57]. По мнению лингвиста, знание словообразовательных моделей с этими суффиксами является важным аспектом успешного овладения немецким языком как иностранным [2, с. 3].

С целью выявления особенностей словообразования имен прилагательных, в частности суффиксации прилагательных в современном немецком языке, мы использовали онлайн-словарь немецкого языка Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [3], содержащий обширные сведения о словарном составе языка. Анализ данных указанного словаря позволил определить, какие суффиксы наиболее часто используются для образования прилагательных в немецком языке. Общее количество лексических единиц составило 6309, что равняется 100 %. Результаты анализа представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Частотность использования суффиксов для образования прилагательных на основе данных онлайн-словаря DWDS

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Суффикс | Количество единиц (вхождений в словарь) | Процентное соотношение |
| *-ig* | 2526 | 40 |
| *-isch* | 1625 | 26 |
| *-lich* | 791 | 13 |
| *-bar* | 588 | 9 |
| *-los* | 436 | 7 |
| *-haft* | 343 | 5 |
| Всего | 6309 | 100 |

Согласно таблице 1, суффиксы *-ig* и *-isch* являются наиболее продуктивными при образовании прилагательных. На долю суффикса *-ig* приходится 40 % от общего числа словарных единиц,на суффикс *-isch* приходится почти 1/3 лексем от общего числа. В то время как суффикс   
*-haft* встречается значительно реже и составляет всего 5 % от общего числа.

Для получения более полного представления о продуктивности суффиксов прилагательных нами был проведен сравнительный анализ суффиксов на основе данных в трех источниках: практикуме   
по лексикологии Н. В. Фурашовой [2], электронных словарях DWDS [3]   
и Duden [4]. Для всех суффиксов в каждом источнике указаны производящие основы слов различных частей речи и их количество значений.

Таблица 2 – Продуктивность суффиксов прилагательных в немецком языке

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Суф- фикс | Практикум Н. В. Фурашовой | | Словарь DWDS | | Словарь Duden | |
| Основа | Кол-во значе-ний | Основа | Кол-во значе-ний | Основа | Кол-во значе-ний |
| *-lich* | Существи-тельное  Глагол  Прилагатель- ное | 5 | Существи-тельное  Глагол  Прилагатель- ное | 5 | Существи-тельное  Глагол  Прилагатель- ное | 5 |
| *-ig* | Существи-тельное  Глагол  Наречие | 5 | Существи-тельное  Глагол | 3 | Существи-тельное  Глагол | 3 |
| *-haft* | Существи-тельное  Глагол (реже) | 2 | Существи-тельное | 1 | Существи-тельное | 1 |
| *-bar* | Глагол | 2 | Глагол  (с существи-тельными больше непродуктивно) | 3 | Глагол | 3 |
| *-isch* | Существи-тельное | 1 | Существи-тельное | 1 | Существи-тельное | 1 |
| *-los* | Существи-тельное | 1 | Не указано | 1 | Существи-тельное | 1 |

Таким образом, мы определили, что наиболее продуктивным суффиксом прилагательных является -*ig*, который может присоединяться к основам трех частей речи и обладать пятью значениями. При этом информация о данном суффиксе в источниках несколько различается. Везде указываются две словообразовательные модели с существительным и глаголом, вместе с тем в практикуме Н. В. Фурашовой выделяется еще одна словообразовательная модель с наречием.

Прилагательные, образованные по модели «существительное + суффикс *-ig*», могут выражать сходство, например, *freakig* (чудаковатый) или наличие, владение чем-либо, например, *durstig* (испытывающий жажду), или, если образованы от существительных, обозначающих время, могут выражать длительность действия или состояния, например, *halbjährig* (полугодовой).

Прилагательные, образованные по модели «основа глагола +   
суффикс *-ig*», могут служить для выражения сходства, кроме этого,   
в практикуме Н. В. Фурашовой отмечается, что в данных прилагательных суффикс -*ig* может указывать на склонность к определенному действию или состоянию, обозначаемому глаголом, например, *auffällig* (бросающийся в глаза).

В практикуме Н. В. Фурашовой также указано, что суффикс -*ig* часто используется для образования прилагательных и от наречий, например, *baldig* (скорый (по времени)), таким образом приводится третья модель «наречие + суффикс -*ig*».

С целью более подробного рассмотрения суффикса -*ig* были отобраны первые сто слов из электронного словаря DWDS для сравнения их словопроизводящих основ и значений. В результате анализа выбранных лексем можно заметить, что подавляющее большинство образуются   
от основ существительных, их количество составляет 82 % от общего числа словарных единиц, например, *abergläubig* (суеверный), *angriffslustig* (воинственный, агрессивный). Следует обратить внимание на то, что почти половину этих слов (41 %) составили сложнопроизводные слова   
или сращения, которые представляют собой результат взаимодействия двух способов словообразования: словосложения и словопроизводства   
[5, с. 48], в частности, словосложения и суффиксации, например, *alterssichtig* (страдающий старческой дальнозоркостью), *anderthalbstündig* (полуторачасовой), *achtklassig* (восьмиклассный).

Гораздо меньшую долю от этих слов составляют прилагательные, образованные от наречий – 11 % от общего числа слов, например, *alsbaldig* (скорейший), *abermalig* (вторичный, повторный).

К основе глагола суффикс присоединяется в 7 % случаев, например, *anhängig* (находящийся на рассмотрении в суде), *abschätzig* (пренебрежительный).

Таким образом, большинство проанализированных единиц электронного словаря (82 %) образованы от существительных, в том числе в результате сращений (41 %), в то время как производные от других частей речи малочисленны, что может свидетельствовать о том, что количество основ не является определяющим фактором продуктивности суффиксов прилагательных.

Изучение семантических характеристик ста лексических единиц показало, что большинство рассмотренных слов (86 %) обладают словарной дефиницией, 68 % из них имеют одно значение, например, *anstößig* (возмутительный, неподобающий), *aberwitzig* (сумасбродный, безрассудный). Двузначными являются 18 % от общего количества   
лексем, например, *alleinig* 1. (единственный, исключительный) ‘einzig, ausschließlich’, 2. (одинокий) ‘[österreichisch] alleinstehend’; *abseitig* 1. (лежащий в стороне, отдаленный) ‘abseits liegend, abgelegen’, 2. (необычный, ошибочный) ‘übertragen: ausgefallen, abwegig’ и т. д.

Таким образом, анализ ста словарных единиц – имен прилагательных   
с суффиксом -*ig* из онлайн-словаря DWDS – демонстрирует преобладание однозначных лексем, тогда как меньшая доля приходится на слова, обладающие двумя значениями. При этом большинство слов имеют словарную дефиницию, когда у чуть более 10 % слов дефиниции отсутствуют.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Зиндер, Л. Р. Современный немецкий язык. Теоретический курс / Л. Р. Зиндер, Т. В. Строева-Сокольская. – Изд. 2-е. – Л. : Учпедгиз, 1941. – 362 с.
2. Фурашова, Н. В. Практикум по лексикологии немецкого языка / Н. В. Фурашова. – Минск : МГЛУ, 2015. – 116 с.
3. Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache [Elektronische Ressource]. – Zugriffsmodus: <https://www.dwds.de/>. – Zugriffsdatum: 15.05.2024.
4. Duden. Das große Wörterbuch der deutschen Sprache [Elektronische Ressource]. – Zugriffsmodus: <https://www.duden.de/>. – Zugriffsdatum: 15.05.2024.
5. Искоз, А. М. Лексикология немецкого языка / А. М. Искоз, А. Ф. Ленкова. – Изд. 3-е, испр. и доп. – Л. : Просвещение, 1970. – 296 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Г. А. ШТУКЕРТ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. Л. Зозуля

**СУБСТАНТИВНОЕ СЛОВОСЛОЖЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ**

**НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКЕ**

Словосложение представляет собой один из древнейших и наиболее эффективных методов образования существительных в современном языке. Большое количество новых слов постоянно возникают из-за изменений   
в общественных отношениях, развития производства, техники, науки и других областей. Словосложение – процесс образования сложных слов, а также результат этого процесса – сложное слово. Изучение сложных слов не только помогает улучшить языковые навыки, но и способствует расширению знаний, культурному пониманию и профессиональному развитию.

Объектомисследования стали сложные имена существительные. Материалом для исследования послужили данные немецкого журнала   
для изучения немецкого языка как иностранного «Deutsch Perfekt» (№ 1   
за 2023) [1]. Журнал освещает наиболее актуальные и интересующие   
темы: бизнес, культура, путешествия, спорт и повседневная жизнь   
в немецкоязычных странах, что позволило нам анализировать современную лексику из различных областей. Предмет исследования – структурно-семантические особенности сложных имен существительных.

Создание сложных слов является эффективным способом формирования существительных, характеризующихся случайным характером и отражающих индивидуальное творчество. Разнообразие типов сложных существительных, их различные структурные, грамматические, семантические и стилистические особенности, а также различное происхождение словообразовательных моделей делают их классификацию сложной задачей. В немецкой филологической литературе представлены различные виды классификации.

Так, А. М. Искоз и А. Ф. Ленкова классифицируют сложные слова исходя из двух принципов [2, с. 39]:

1) принадлежности слова к той или иной категории частей речи (морфологическая классификация),

2) семантических и синтаксических отношений между компонентами сложного слова (семантико-синтаксическая классификация).

М. Д. Степанова добавляет еще один принцип – на основе происхождения и структуры (структурно-генетическая классификация) [3, с. 109].

Позднее в своей работе «Теоретические основы словообразования немецкого языка» М. Д. Степанова и Ф. Фляйшер указывают на очередную классификацию [4, с. 115]:

1) копулятивные композиты;

2) определительные композиты.

В данной работе за основу мы взяли морфологическую классификацию.

Так, согласно А. М. Искоз и А. Ф. Ленковой, составные существительные могут иметь следующую морфологическую структуру:

– существительное + существительное, например, *Silbermünze, Hofhund*;

– прилагательное + существительное, например, *Schwarzbrot, Graukopf*;

– глагольная основа + существительное, например, *Schreibtisch, Bindelaut*;

– числительное + существительное, например, *Dreieck, Zweikampf*;

– местоимение + существительное, например, *Ichform, Selbstgespräch*;

– наречие + существительное, например, *Zusammenkunft, Voraussage*;

– предлог + существительное, например, *Fürwort, Umwelt*.

Методом сплошной выборки нами были отобраны все сложные существительные на первых 30 страницах журнала. В общей сложности нами было отобрано 467 сложных существительных.

Первичный анализ отобранных единиц показал, что среди них   
есть сложные имена существительные, которые являются именами собственными, сокращения, а также англицизмы. Эти лексемы не были включены в корпус анализируемого материала, корпус анализируемого материала составил 345 единиц.

Проведенный анализ 345 сложных существительных, зафиксированных в журнале, показал следующее. В современном немецком языке наблюдается явное влияние английского языка, что проявляется в увеличении использования англицизмов, *Live-Classroom*, *Uncontrollability*, и гибридных слов, *Takeaway-Kultur*, *Lieferservice-Kultur*, *Meditationsworkshop*. Слова   
с английскими компонентами составляют небольшую, но заметную часть рассмотренного матреиала (8 %).

Подавляющее большинство проанализированных композитов представляют собой двусоставные слова (99 %), большинство из которых образованы по модели «существительное + существительное» (77 %) (таблица 1).

Таблица 1 – Двухкомпонентные сложные имена существительные

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Модель | Количество лексем | Процентное соотношение (%) |
| существительное + существительное | 264 | 77 % |
| глагол + существительное | 30 | 9 % |
| прилагательное + существительное | 17 | 5 % |
| аффикс + существительное | 10 | 3 % |
| предлог + существительное | 4 | 1 % |
| наречие + существительное | 3 | 1 % |
| местоимение + существительное | 2 | 0,6 % |
| прилагательное + глагол | 2 | 0,6 % |
| числительное + существительное | 1 | 0,3 % |
| Всего | 345 | 100 % |

Сочетания существительного с глаголом (9 %), прилагательным (5 %)   
и другими частями речи (менее 3 %) встречаются реже. 1 % слов составили существительные, состоящие из трех компонентов: *Bundesnetzagentur* ‘федеральное агентство ФРГ’, *Nachsendeservice* ‘служба доставки’, *Selbstlerntraining* ‘самообучение’*.*

Слова, образованные по модели «прилагательное + субстантивированный глагол» в немецком языке представляют собой интересный случай словообразования. Например, слово *Krankwerden* образовано от прилагательного *krank* ‘больной’ и субстантивированного глагола *werden* ‘становиться’, что в переводе означает «заболевание» или «становление больным». Аналогично, слово *Langsamerwerden* состоит из прилагательного *langsamer* ‘медленный’ и субстантивированного глагола *werden*, что можно перевести как ‘замедление’.

Отмечаются изменения в немецкой орфографии. Многие слова имеют два варианта написания – слитное и через дефис: *Guinness-Weltrekord* или *Guinnessweltrekord*, *Corona-Pandemie* или *Coronapandemie*, *Gas-Verbrauch* или *Gasverbrauch*.Этот факт открывает возможности для дальнейшего изучения изменений в языке и его развития в контексте современной мультикультурной среды.

В рамках рассматриваемого нами материала мы выявили, что большинство изученных лексем употребляются в контекстах, связанных   
с образованием (20 %) – *Selbstlerner, Übungsbuch, Lerntempo*, природой   
и окружающей средой (13 %) – *Seepferdchen*, *Wasservogel,* а также трудовыми отношениями (12 %) – *Arbeitskräftepotenzial, Arbeitsverdichtung* (таблица 2).

Таблица 2 – Тематическая классификация сложных имен существительных

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Тематическая группа | Количество лексем | Процентное соотношение (%) |
| образование и язык | 70 | 20 % |
| природа и окружающая среда | 44 | 13 % |
| профессии и трудовые отношения | 42 | 12 % |
| коммуникация и связь | 31 | 9 % |
| дом, быт и предметы | 31 | 9 % |
| активность | 19 | 6 % |
| праздники и религия | 18 | 5 % |
| экономика и финансы | 17 | 5 % |
| медицина и биология | 17 | 5 % |
| транспорт и логистика | 13 | 4 % |
| технологии | 10 | 3 % |
| еда и напитки | 2 | 1 % |
| прочее | 31 | 9 % |
| Всего | 345 | 100 % |

Таким образом, результаты проведенного исследования подтверждают, что преобладающее количество производных имен существительных образованы по модели «существительное + существительное». Исследование позволило более глубоко понять особенности словосложения в современном немецком языке и выявить специфические черты сложных слов и области их применения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Vitamin de. – 2014. – № 63. – 38 S.
2. Iskos, A. Deutsche Lexikologie / A. Iskos, A. Lenkowa. – М. : Высш. шк.,   
   1970 – 295 с.
3. Степанова, М. Д. Словообразование современного немецкого языка / М. Д. Степанова. – М. : Изд-во лит. на иностр. яз., 1953. – 376 c.
4. Степанова, М. Д. Теоретические основы словообразования в немецком языке / М. Д. Степанова, В. Фляйшер. – М. : Высш. шк., 1984. – 264 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Актуальные проблемы лингвистических исследований: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА ПЕРЕВОДА**

**Д. Ю. Борисевич**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. В. Ярошук

**ПРОБЛЕМА И СПОСОБЫ ПЕРЕВОДА ИМЕН СОБСТВЕННЫХ**

Имена собственные всегда играли особенную роль в языке человека. Это проявляется и в основном отличии от имени нарицательного,   
а именно: имя собственное всегда стремится к универсальности.   
В переходе на другой язык человек будет использовать соответствующие нарицательные имена, относя их как к знакомой, так и к незнакомой природе. Ситуация с именами собственными значительно отличается, так как известного нам человека мы будем называть так же, в независимости   
от того, на каком языке ведется речь. Это создало обманную уверенность   
в том, что при переходе с одного языка на другой они не будут представлять никакой сложности, что является ошибочным. Может показаться, что процесс перехода имени собственного из одного языка   
в другой очень прост и не требует особых усилий, сохраняя внешнюю форму и при использовании в другом языке. Тем не менее при пересечении межъязыкового барьера могут возникнуть трудности. В первую очередь это связано с изменением в значении имени, что сразу нарушает их функционирование в языковой среде. Это приводит к проблемам   
в понимании иноязычных текстов и неточности их восприятия.

Процесс перехода имени собственного из одного языка в другой даже нельзя назвать переводом в полном понимании этого слова (как правило, они транслитерируются или транскрибируются).

При переводе английского текста возникает проблема правильной передачи имени собственного на русский язык. Для того чтобы достичь общности и единообразия в передаче, требуется установить некоторые закономерности и базовые положения, которые будут приняты во внимание переводчиком при переводе письменного текста.

Для передачи на другой язык имени собственного переводчик нередко обращается к одному из последующих способов:

1. *Транскрипция* традиционно представляет собой фонетический, наиболее часто встречаемый способ передачи имени собственного. К данному способу перевода обращаются в случае существенного сходства между двумя языками и их алфавитами. Правда в том, что нельзя найти абсолютное сходство между двумя языками и их фонетическими системами. Тогда выбор делается на основе компромисса между звучанием и написанием. И при переводе широко известных и используемых имен собственных сам переводчик обращается к традиции в независимости   
от того, насколько итоговый вариант отличается от оригинального образца. Поэтому пишется «Гамбург», а не «Хамбург», «Париж», а не «Пари», «Рим», а не «Рома» [1, с. 179]. Подобная ситуация иногда наблюдается даже при сопоставлении близкородственных языков. Так, в болгарском языке есть специфическая фонема [ъ], к которой невозможно подобрать отдельного соответствия в русском языке. Она передается то как [о] (България – Болгария), то как [ы] (Търново – Тырново), то как [е]   
(Сидър – Сидер).

И все же транскрибированные имена собственные наряду с остальными реалиями являются теми немногими элементами перевода, которые сохраняют определенное национальное своеобразие в своей словесной звуковой форме [2, с. 152].

2. Еще одним способом перевода имени собственного считается *транслитерация*, или «формальное побуквенное воссоздание исходной токсической единицы с помощью алфавита переводящего языка; буквенная имитация формы исходного слова». Она отличается от традиционно принятой транскрипции и имеет место быть в случае, когда перевод производится между языками, имеющими различные графические системы, такими как русский, армянский, греческий. Ключевым условием является способность находить аналоги знаков одной системы в другой.   
К примеру, буквы латиницы и кириллицы могут быть противопоставлены друг другу, исходя из звуков, которые они обозначают. Главным преимуществом данного способа можно отметить тот факт, что письменная форма не изменяется, т. е. остается читаемой и легко узнаваемой: *Кольцин* на русском и *Coltsin* на английском и французском. Транслитерация как таковая не используется в настоящее время. Причиной этому служит то, что знаки различных алфавитов хоть и сохранили свое формальное сходство, однако произносятся совершенно по-разному [3, с. 98].

Одним из основных минусов данного способа является невозможность определить при использовании письменного варианта, как произносится то или иное слово. Примером может служить швейцарский населенный пункт под названием *Pully*. Англоговорящий человек, следуя правилам своего языка, произнесет его [пулли], в то время как на французском, одном   
из государственных языков Швейцарии, оно звучит [пьюи], что зачастую создает недопонимание для туристов при объявлении названия   
по громкоговорителю.

Перенося имя в неизменной форме, носители принимающего языка нередко навязывают имени произношение, соответствующее правилам чтения на их родном языке. Например, французы произносят имя Моцарта (*Mozart*) так, как если бы это было французское именование [*mozar*].   
В английском языке широко распространено чтение немецкого имени собственного *Munchhausen* (Мюнхгаузен) как [mn’to:zn] [3, с. 125].

В настоящее время также нередка и практика переноса слова с помощью той же формы, в которой оно существует в родном языке. «Как высказывался Brown в своих работах…» Поначалу данный способ не вызывал особой симпатии. Однако стал применяться все чаще с конца ХХ в.

3. Помимо двух ранее упомянутых способов для перевода имени собственного используется так называемая «калька». По определению В. Н. Комиссарова, *калькирование* – это «способ перевода лексической единицы оригинала путем замены ее составных частей – морфем или слов (в случае устойчивых словосочетаний) их лексическими соответствиями   
в переводящем языке» [4, с. 173]. Передача имени калькированием происходит, когда транскрибирование или транслитерация не соответствуют эстетическим или смысловым нормам. Калькирование зачастую   
не ограничивается простым переходом из одной формы в другую,   
а требует некоторых изменений, чтобы понятие соответствовало нормам языка-цели. Это включает в себя как грамматические, так и синтаксические преобразования. Зачастую переводчикам приходится прибегать к таким преобразованиям, как изменение количества слов в выражении или их порядка, аффиксация, а также к переходу из одной синтаксической или же морфологической позиции в другую.

Из всего вышеизложенного можно сделать вывод, что перевод имен собственных требует особого подхода и учета множества деталей.   
В большинстве случаев выбор между тремя способами передачи задается словарем. Однако случаются моменты, когда перед переводчиком стоит сложная задача, а потому требуют самостоятельного решения переводчика, а также обусловливается традицией, с которой не могут не считаться переводчики даже в тех случаях, когда они встречаются с именами вымышленными или прозвищами, хотя здесь колебания значительно часты.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Семенов, А. Л. Теория перевода : учеб. для студентов учреждений высш. профил. образования / А. Л. Семенов. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Академия, 2003. – 217 с.

2. Борисевич, Д. Ю. Непереводимое в языке: данность или миф? / Д. Ю. Борисевич // Материалы международной научно-практической конференции, Кизляр, 8 дек. 2023 г. / под ред. Э. К. Алиевой. – Кизляр : Фил. ДГУ, 2023. – С. 17–20.

3. Федоров, А. В. Основы общей теории перевода (лингвистические проблемы) : учеб. пособие / А. В. Федоров. – М. : Высш. шк., 1983. – 303 с.

4. Комиссаров, В. Н. Теория перевода. Лингвистические аспекты : учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз / В. Н. Комиссаров. – М. : Высш. шк., 1990. – 251 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Е. С. БУЛЫНЯ**

Витебск, ВГУ имени П. М. Машерова

Научный руководитель – Г. Ш. Бочкова

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛИЙСКИХ ПОСЛОВИЦ**

**И ПОГОВОРОК НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

Перевод пословиц и поговорок – задача, требующая особого внимания и тщательного подхода, поскольку они являются важной частью культурного наследия и могут быть сложными для понимания и перевода на другие языки. Одной из основных проблем перевода пословиц и поговорок является то, что они выражают сложные и глубокие понятия, облаченные в краткую и запоминающуюся форму. Актуальность данной работы объясняется тем, что анализ и правильный перевод английских пословиц и поговорок на русский язык позволяет глубже проникнуть   
в суть и специфику культуры и менталитета другой страны. Изучение и адекватный перевод данных лингвистических единиц помогают   
не только расширить лексический запас иностранного языка, но и лучше понять особенности мышления и традиций народа, что способствует гармоничному взаимодействию между представителями различных культурных сред.

Материалом для исследования послужили пословицы и поговорки, размещенные в сборнике Владимира Даля «Пословицы и поговорки русского народа» [1] и сборнике английских пословиц и поговорок А. И. Григорьевой [2]. Для анализа полученного материала использовались описательно-аналитический и сравнительно-сопоставительный методы. Цель исследовавания – анализ различных способов перевода английских пословиц и поговорок на русский язык.

Многие пословицы основаны на игре слов, являются эмоционально насыщенными и принадлежат к определенному стилю речи, имея выраженный национальный характер. Зачастую трудно перевести пословицы и поговорки, содержащие местные названия (например, названия местностей, имена людей, рек и т. д.), которые легко понимаются носителями языка. Более того, многие из этих выражений являются многозначными, что усложняет их перевод. Пословицы и поговорки несут в себе историческую значимость и целостность, что делает каждый язык уникальным и оригинальным в своей совокупности фразеологических выражений.

Согласно С. К. Куйбашичевой, при переводе фразеологизмов в первую очередь передается образная, а не языковая составляющая выражения [3]. Важно отметить, что множество английских пословиц и поговорок отличаются от существующих русских эквивалентов, частично или полностью. Хотя общий смысл сохраняется, для передачи этого смысла часто используются совершенно разные лексические единицы, что помогает русскоязычным людям более ярко представить содержание пословицы или поговорки. Основная цель переводчика заключается в создании легко понимаемого перевода, подбирая наилучший эквивалент   
для передаваемой идеи.

Существует ряд классификаций, касающихся перевода пословиц и поговорок.

Лингвист А. В. Кунин приводит следующую классификацию способов перевода пословиц и поговорок [4]:

1. Полные эквиваленты – когда русские пословицы и поговорки полностью соответствуют их английским вариантам *(«My home is my castle» – «Мой дом – моя крепость»; «The apple doesn’t fall far from the tree» – «Яблоко от яблони недалеко падает»)*.

2. Частичные эквиваленты – когда русские пословицы и поговорки содержат лексические, грамматические или лексико-грамматические расхождения от английских *(«There’s no place like home» – «Нет места лучше дома»; «East or West – home is best». – «В гостях хорошо, а дома лучше»)*.

3. Калькирование – дословный перевод устойчивого сочетания, который используется в тех случаях, когда образ, заключающийся   
в пословице или поговорке, важен для понимания смысла текста, а замена его другим образом не дает достаточного эффекта *(«Like father, kike son» – «Каков батька, таков и сынок»; «Never put off until tomorrow what you can do today» – «Не откладывай на завтра то, что можешь сделать сегодня»)*.

4. Буквализм – неоправданный дословный перевод, который искажает смысл переводимого высказывания, в отличие от калькирования *(«Blood is thicker than water»* – буквальный перевод *«Кровь гуще воды»*, русский аналог *«Своя рубашка – ближе к телу»*; *«With time and patience the leaf   
of the mulberry becomes satin»* – буквальный перевод *«Со временем   
и терпением и тутовый лист станет атласом»*, русский аналог *«Терпение и труд все перетрут»).*

5. Описательный перевод – пословицы и поговорки одного языка, которые не имеют соответствующих вариантов в другом языке, нуждаются в специальном разборе, объяснении, сравнении, описании. При их переводе используются все средства, которые передают содержание пословицы в максимально понятной и краткой форме *(«Practice makes perfect» – «Дело мастера боится»; «Work conjuers all» – «Без труда ничего не делается»).*

В свою очередь, Н. М. Жалгасов и В. Усенова предлагают свою классификацию [5]:

1. Перевод при помощи эквивалентов, в котором выделяют моноэквиваленты и полиэквиваленты.

Моноэквивалент – постоянное равнозначное соответствие русской и английской пословицы, которое является единственно возможным переводом и не зависит от контекста:

*No bees no honey, no work no money (рус. Без труда меду не едят).*

*He works best who knows his trade (рус. Дело мастера боится).*

Полиэквивалент – несколько возможных вариантов перевода пословицы, из которых выбирается лучший для данного контекста:

*A cat in gloves catches no mice (рус. Без труда не вытащишь и рыбки из пруда / Не замочив рук, не умоешься / Будешь белоручкой, никакого дела не сделаешь).*

2. Перевод при помощи калькирования – полного или частичного.

При полном калькировании все компоненты оригинала переводятся буквально: *As the tree, so the fruit (рус. Каково дерево, таков и плод)*, при частичном – лишь некоторые: *Choose your wife on Saturday, not on Sunday (рус. Выбирай жену не в хороводе, а в огороде).*

3. Перевод при помощи аналога, когда пословице или поговорке английского языка по смыслу соответствует пословица или поговорка на русском языке, но при этом отличается от нее по лексическому составу: *Every family has a skeleton in the cupboard (рус. У всякой избушки свои погремушки (свой скелет в шкафу)).*

4. Использование описательного перевода, который зачастую разъясняет значение элементов и образов чисто национального характера: *Every Jack must have his Jill (рус. Всякая невеста для своего жениха родится)*.

Итак, перевод фразеологических выражений каждого отдельного языка является сложной задачей в связи с наличием национальных особенностей, на которые следует обращать внимание при работе над их переводом. Существует несколько методов перевода английских пословиц   
и поговорок на русский язык. В классификациях, предложенных различными авторами, учитывается степень передачи смысла, подбор соответствия в переводящем языке и использование трансформационного метода. Таким образом, основная задача переводчика – понять, проанализировать и переосмыслить пословицу или поговорку перед выбором адекватного и точного способа ее перевода. От этого напрямую зависит то, как воспримут и оценят ее получатели перевода.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Даль, В. И. Пословицы и поговорки русского народа : в 2 т. / В. И. Даль. – М. : Худ. лит., 1989. – Т. 1. – 431 с.
2. Григорьева, А. И. 1000 русских и английских пословиц и поговорок / А. И. Григорьева. – М. : АСТ, 2009. – 221 с.
3. Куйбашичева, С. К. К вопросу о передаче идиоматических выражений с английского языка / Вестн. Адыг. гос. ун-та. Сер. 2 : Филология и искусствоведение. –2013. – № 4. – С. 47–52.
4. Кунин, А. В. Курс фразеологии современного английского языка : учеб.   
   для ин-тов и фак. иностр. яз. / А. В. Кунин. – М. : Дубна, 1996. – 488 с.
5. Жалгасов, Н. М. Некоторые особенности перевода пословиц и поговорок   
   с английского на русский язык [Электронный ресурс] / Н. М. Жалгасов, В. Усенова. –Режим достура: <https://textarchive.ru/c-2835336-p19.html>. – Дата доступа: 22.04.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. В. Горщарик**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – А. А. Буров

**Использование приема компенсации**

**в художественном переводе (на примере**

**романа Э. М. Ремарка «Жизнь взаймы»)**

В настоящее время можно утверждать, что изучение лингвистических аспектов межъязыковой речевой деятельности, таких как перевод   
и переводческая практика, является важной областью современной лингвистики. Перевод представляет собой процесс передачи смысла текста с одного языка на другой с сохранением его содержания, стиля   
и контекста. В процессе перевода применяются различные трансформации, включая генерализацию, конкретизацию, лексические замены и др.   
В данной статье рассматривается прием компенсации на примере романа Э. М. Ремарка «Жизнь взаймы» и его художественного перевода.

Компенсация в переводе представляет собой замену непередаваемого элемента исходного языка иным средством, которое передает ту же информацию, хотя и не обязательно в том же месте текста, что   
и в оригинале. Этот прием часто используется для передачи специфических лингвистических характеристик оригинала, таких как диалектная окраска, грамматические особенности, индивидуальные особенности речи, каламбуры, игра слов и пр.

Прием **компенсации** применяется, когда в тексте встречаются эллиптические предложения, т. е. односоставные предложения, в которых отсутствует сказуемое. Если в предложении отсутствует семантическая избыточность, переводчик может восстановить не только сказуемое,   
но и другие члены предложения. В случаях, когда удается подобрать эллиптические предложения, не искажающие смысл языковой ситуации, их использование можно считать оптимальным решением для перевода. Например, *«****Im Gegenteil****. Nur macabre Erfahrungen»* [1, с. 10] – *«****Фантазия****? У меня мрачный опыт»* [2, с. 16]. В немецком варианте романа предложение «*Im Gegenteil»* – эллиптическое. На русский язык, применяя дословный перевод, его можно было перевести как *«Наоборот, напротив»*. Для усиления эмоциональной окраски предложения, а также для ясности языковой ситуации, переводчиком был применен прием компенсации и произведена замена эллиптического предложения   
в исходном тексте на эллиптическое предложение с другим значением.

Прием компенсации в переводе романа «Жизнь взаймы» Эриха Марии Ремарка также заключается в добавлении дополнительных описаний или эмоциональных нюансов, которые могут не присутствовать в оригинале, но помогают передать ту же эмоциональную или смысловую нагрузку. Данный прием использован при переводе предложения: *«Es war ein großer Trost, und sie wollte es nie vergessen, und sosollte ihr* ***Leben*** *sein, das, was ihr noch an Tagen gehörte, fühlte sie, so wie dieses hier, ein* ***Bienenkorb****, gefüllt mit dem leichtesten Strahlen – Honig der Welt – Licht ohne Schatten, Leben ohne Bedauern, Verbrennen ohne Asche»* [1, с. 187], которое получило несколько расширенное описательное содержание, помогающее читателю сильнее воссоздать окружающую героя действительность: *«То было великое утешение, она никогда не забудет этот день, пусть ее жизнь, все, что ей еще предстоит прожить, станет таким же,* ***как этот зал, похожий   
на улей****, полный легчайшего меда лучей, пусть ее жизнь будет подобна свету без тени, счастью без сожаления, горению без пепла»* [2, с. 152].   
В данном примере оригинала используется метафора *«Leben – Bienenkorb»*, однако переводчик передал ее как сравнение *«как этот зал, похожий»   
на улей*», чтобы создать образ красивого места, где люди наслаждаются безмятежным времяпрепровождением.

Таким образом, использование переводческих трансформаций обусловлено необходимостью передачи исходного содержания и выражения мыслей оригинала. Задача переводчика не заключается в том, чтобы стремиться сохранить оригинальный текст в неизменном виде. Трансформации необходимы для соблюдения языковых норм, чтобы речь переводчика воспринималась как грамотная.

Эти трансформации помогают адаптировать текст с исходного языка на целевой, учитывая различия в лексике и грамматике между языками. Они позволяют добиться более точного и естественного перевода.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Remarque, E. M. Der Himmel kennt keine Günstlinge / E. M. Remarque – Köln : Verlag Kiepenheuer & Witsch, 1961. – 311 S.
2. Ремарк, Э. М. Жизнь взаймы / Э. М. Ремарк – М. : АСТ, 2014. – 254 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. А. ДОРОГОКУПЕЦ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель − А. А. Буров

**прием опущения в переводе романа**

**Г. Гессе «Демиан» на русский язык**

Роман «Демиан» Германа Гессе – это произведение, которое привлекает внимание своей глубокой философией и литературным мастерством. При переводе такого типа текстов на другой язык, в данном случае на русский, переводчики зачастую для достижения эквивалентности сталкиваются с необходимостью преобразования текста оригинала,   
т. е. используют переводческие трансформации.

Переводческие трансформации представляют собой изменения, которые переводчик вносит для преобразования единиц оригинала   
в коммуникативно эквивалентные единицы языка перевода, особенно в тех случаях, когда использование стандартных соответствий затруднено контекстом.

Единой классификации типов переводческих трансформаций   
не существует. Разные лингвисты выделяют разные виды таких трансформаций. Рассмотрим классификацию Л. С. Бархударова, который выделил четыре категории трансформаций:

1) перестановки (изменение порядка расположения компонентов сложного предложения, а также изменение места слов и словосочетаний);

2) замены (компенсация, синтаксические замены в структуре сложного предложения, замена частей речи, компонентов предложения и словоформ, конкретизация и генерализация, членение и объединение предложений, замена причины следствием и наоборот, антонимический перевод);

3) опущения (опущение);

4) добавления (добавление) [1, с. 190].

Опущение, как один из видов переводческих трансформаций, выделяемых Л. С. Бархударовым, представляет собой явление, противоположное добавлению. В процессе перевода чаще всего опускаются слова, которые являются семантически избыточными,   
т. е. выражают значения, которые можно понять из контекста без их использования. Лексико-грамматические трансформации, включающие опущение слов или предложений, наблюдаются и в переводах С. К. Апта.

В предложении *«Ich beginne meine Geschichte mit einem Erlebnisse der Zeit, wo ich etwa zehn* ***bis elf*** *Jahre alt war»* [2] использован прием опущения, когда из исходного предложения на немецком языке при переводе на русский язык были опущены слова *«bis elf»*. Это позволило сократить предложение, сохранив при этом основной смысл и сделав перевод более лаконичным: *«Я начну свою историю с одного происшествия той поры, когда мне было десять лет»* [3].

В исходном немецком предложении *«Nun stand sie* ***da*** *und hielt mir* ***das Stückchen*** *Schokolade hin»* [2] присутствует несколько слов, которые были опущены при переводе на русский язык: 1. Опущено слово *«da»* (там),   
т. к. оно не несет принципиального смыслового значения и его отсутствие не влияет на общий смысл предложения. 2. Опущено словосочетание *«das Stückchen»* (кусочек), замена на слово *«шоколадка»*. Это позволило сократить предложение, оставив только самую суть – девушка протягивает шоколад. В результате получилось более краткое, но при этом передающее тот же смысл русское предложение: *«И вот сейчас она стояла   
и протягивала мне шоколадку»* [3]. Таким образом, прием опущения помог сделать перевод более лаконичным без потери ключевой информации.

В оригинальном немецком предложении *«Mit dieser Minute war zwischen Demian und mir* ***wieder*** *eine Verbindung da»* [2] присутствует элемент, который был опущен в русском переводе: опущено указание   
на то, что связь *«снова»* (wieder) установилась между Демианом и автором. Это уточнение было опущено, т. к. оно не является принципиально важным для передачи основного смысла. Таким образом, в русском переводе предложение звучит более лаконично: *«С этой минуты между Демианом и мною установилась какая-то связь»* [3]. Прием опущения позволил сократить исходное предложение, сохранив при этом основной смысл. Это сделало перевод более компактным и естественным для восприятия на русском языке.

В оригинальном немецком предложении *«Franz Kromer war mir wohl bekannt,* ***ich hatte Furcht vor ihm****, und es gefiel mir nicht, als er jetzt zu uns stieß»* [2] присутствует деталь, которая была опущена в русском переводе: опущено уточнение *«ich hatte Furcht vor ihm»* (и мне было страшно перед ним). Это эмоциональное состояние автора было опущено, оставлен только факт знакомства с Кромером. В результате русское предложение звучит более сжато и лаконично: *«Франц Кромер был мне хорошо известен, и мне не понравилось, что он присоединился к нам»* [3]. Прием опущения позволил устранить некоторые подробности и эмоциональные оттенки,   
не являющиеся критически важными для передачи основного смысла. Это сделало перевод более компактным и естественным для русского языка.

Таким образом, мы приходим к выводу, что процесс перевода является достаточно сложным и неизбежно включает применение различных преобразований, называемых в переводоведении трансформациями. Разные авторы по-разному определяют этот термин и предлагают различные классификации трансформаций. Одним из наиболее комплексных преобразований являются замены, которые могут быть как грамматическими, так и лексическими. Они включают замены форм слова, частей речи, форм числа, членов предложения, формы залога, времени, степеней сравнения и других элементов. Эти замены обусловлены грамматическими и лексическими различиями между двумя языками. Каждый конкретный пример применения этих преобразований имеет свои сложности и нюансы. Использование данных трансформаций обеспечивает адекватный и эквивалентный перевод.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бархударов, Л. С. Язык и перевод: вопросы общей и частной теории перевода / Л. С. Бархударов. – М. : Междунар. отношения, 1975. – 240 с.
2. Hesse, H. Demian: Die Geschichte von Emil Sinclairs Jugend [Elektronische Ressource] : The Project Gutenberg eBook. / H. Hesse. − Zugriffsmodus: https://www. gutenberg.org/cache/epub/41907/pg41907-images.html. – Zugriffsdatum: 15.05.2024.
3. Гессе, Г. Демиан [Электронный ресурс] / Г. Гессе ; пер. С. К. Апт // Азбука. − Режим доступа: <http://loveread.ec/read_book.php?id=17201&p=1>. − Дата доступа: 15.05.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Д. А. Капуза**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. В. Ярошук

**ПРИЕМЫ ПЕРЕДАЧИ ОБРАЩЕНИЙ В ПЕРЕВОДЕ**

Исходя из понимания языка как одного из элементов культуры, перевод обычно рассматривается как акт межкультурной коммуникации,   
а также как единого социально-культурного образования. Перевод выступает в качестве способа общения между людьми разных национальностей, а также служит средством межкультурной коммуникации.

Согласно мнению исследователя А. Д. Швейцера, перевод представляет собой «однонаправленный и двухфазный процесс межкультурной и межъязыковой коммуникации, который подвергся целенаправленному, т. е. («переводческому») анализу первичного текста, что впоследствии формирует вторичный текст (метатекст), который заменяет первичный в другой культурной и языковой среде» [1, с. 75].

Перевод в качестве акта межкультурной коммуникации владеет всеми компонентами ее структуры, а именно коммуникантами, которые участвуют в процессе обмена информацией и взаимодействуют между всеми участниками коммуникации, языковыми кодами, функциями   
и результатом. Кроме всего прочего, для перевода характерен ряд отличительных ему характеристик:

1. Как правило, при переводе сравниваются два разноязычных   
   текста и совершается обмен информацией, где два языковых кода лежат   
   в основе.
2. Перевод – это вид коммуникации, в котором переводчик выступает в качестве посредника, который передает информацию из одного языка   
   в другой, пользуясь при этом первичным и вторичным языком, и, в свою очередь, в процессе данной переводческой деятельности формируется вторичный текст, который является результатом деятельности переводчика.
3. Для перевода присуще наличие общественного предназначения, потому что его задача состоит в удовлетворении потребностей общества   
   в двуязычной коммуникации [2, с. 354].

Процесс перевода представляет собой два аспекта – культуру и язык вследствие их взаимосвязанности. Язык не только является инструментом выражения культурной реальности, но также придает ей форму. Если посмотреть с другой стороны, то значение лингвистического элемента становится понятным лишь тогда, когда он согласовывается с культурным контекстом, где употребляется. Перевод подразумевает собой не только лингвистический акт коммуникации, но в том числе и акт коммуникации на границе культур.

Вследствие этого при осуществлении перевода контактируют   
не только два языка, но и соприкасаются две культуры. Если мы рассмотрим перевод в качестве коммуникативной деятельности, то нельзя не заметить, что он способствует общению между двумя культурными сообществами. Переводчик обязан не только произвести перевод предложений, но также быть осведомленным о культуре страны иностранного языка.

Стоит отметить, что наличие представления о культуре других народов является одной из немаловажных социальных функций перевода,   
т. к. при переводе коммуникативного текста должны быть сохранены его культурные особенности.

Термин «перевод» сам по себе не имеет точного определения. Данный термин в соответствии с коммуникативным подходом может использоваться в значении деятельности переводчика, результате этой деятельности   
и в общей совокупности. Семиотический подход строится на основании того, что перевод заменяет знаки одного языка знаками другого [3, с. 110]. Существуют также и другие подходы к изучению термина «перевод»,   
при этом самыми теоретически обоснованными и распространенными считаются семиотический и коммуникативный подход.

Если мы рассмотрим перевод в роли конкретной деятельности переводчика, то он может подразделяться на письменный и устный.   
В свою очередь, устный перевод разделяется на последовательный   
(т. е. произнесение своего перевода после прослушивания отрывка речи оратора) и синхронный (сравнительно молодой вид перевода, который подразумевает практически одновременное с речью оратора произнесение переведенного текста) [1, с. 124]. Перевод как результат такой деятельности может быть определен как письменный или устный выходной текст, который довольно точно передает на другом языке содержание оригинального текста [4].

Согласно коммуникативному подходу, перевод представляет собой коммуникативную ситуацию, в которой объединяются два речевых акта   
на разных языках: автор текста создает оригинальный текст, переводчик воспринимает его и воспроизводит эквивалентный текст на языке перевода, который, в свою очередь, воспринимает его адресат. Такое межъязыковое общение имитирует процесс естественной речевой коммуникации и обмена информацией между людьми, но включает в себя посредника – переводчика. Переводчик при этом должен осознавать, что его работа будет тем совершеннее, чем меньше она будет заметна и чем естественней окажется коммуникативный акт перевода, поэтому необходимо быть крайне осторожным при выборе стиля и эквивалентов   
[3, с. 113].

Следует отметить, что самым оптимальным подходом к переводу лексических единиц является выявление в языке, на который осуществляется перевод, эквивалента языку оригинала. Данный способ актуален, когда оба языка относятся к странам, достигшим одинакового уровня промышленного и экономического развития. Однако в случае, если подбор эквивалента невозможен, переводчик обращается к другим способам перевода, например, к трансформации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Швейцер, А. Д. Теория перевода / А. Д. Швейцер. – М. : Либроком, 2009. – 215 с.
2. Изотова, Л. А. Особенности перевода как акта межкультурной коммуникации / Л. А. Изотова, В. Г. Мартынович // Банковская система: устойчивость и перспективы развития : сб. науч. ст. IX Междунар. науч.-практ. конф. по вопр. банк. экономики. – Пинск : ПолесГУ, 2018. – С. 352–355.
3. Шадрин, В. И. Университетское переводоведение : учебник / В. И. Шадрин. – СПб. : ВВМ, 2017. – 292 с.
4. Комиссаров, В. Н. Лингвистика перевода / В. Н. Комиссаров. – М. : ЛКИ,   
   2007. – 165 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**К. В. МАМНЕВА**

Витебск, ВГУ имени П. М. Машерова

Научный руководитель – Т. Н. Петрашко

**ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНЫХ**

**ЗАИМСТВОВАНИЙ СФЕРЫ ОБЩЕНИЯ**

**В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА РУССКИЙ ЯЗЫК**

Развитие социальных сетей в последние годы произвело революцию   
в том, как мы общаемся и взаимодействуем друг с другом. Они стали неотъемлемой частью повседневной жизни миллионов людей по всему миру, предоставляя нам возможность общаться, находить новых друзей   
и поддерживать связи с уже существующими.

«Социальная сеть – это сообщество людей, объединенных общими интересами, общим делом или имеющих другие причины для непосредственного общения между собой» [1, с. 651].

Английский язык стал доминирующим языком в Интернете   
и социальных сетях, что привело к распространению английских заимствований, в частности в русском языке. Такие заимствования называют англицизмами.

Согласно определению из толкового словаря под редакцией А. П. Евгеньевой, «англицизм – это слово или оборот речи, заимствованные из английского языка» [2, с. 37].

Так как англицизмы очень распространены в сфере общения   
в социальных сетях, встает вопрос о проблеме перевода англицизмов   
на русский язык. Нами было проведено исследование для выявления наиболее оптимальных способов перевода. Мы взяли 80 наиболее распространенных слов-англицизмов и на их основе выявили основные способы перевода англицизмов сферы общения в социальных сетях. Были получены следующие результаты.

80 % исследуемых нами англицизмов были переведены транскрипцией. Транскрипция представляет собой процесс заимствования иностранных слов с сохранением их первоначального звучания, которое может   
быть слегка изменено в соответствии с фонетическими правилами принимающего языка.

Например:

– *Feed* «фид» – поток публикаций, отображаемый на главной странице пользователя.

– *Selfie* «селфи» – фотография себя самого.

– *Hype* «хайп» – активное продвижение или ажиотаж вокруг чего-либо.

11,25 % англицизмов были переведены транслитерацией.

Транслитерация – это метод заимствования, при котором оригинальное написание слова заменяется на написание принимающего языка, и слово произносится согласно правилам чтения этого языка.

Например:

– *Dashboard* «дашборд» – панель управления на сайте.

– *Profile* «профиль» – информация о пользователе в социальной сети, включающая общую информацию, фотографии, посты и другие данные.

– *Flood* «флуд» – большое количество бессмысленных сообщений   
в интернет-общении.

5 % англицизмов сферы общения – это побуквенный перевод сокращений.

Побуквенной перевод сокращений – это метод перевода, при котором каждая буква исходного сокращения заменяется соответствующей буквой в алфавите целевого языка, сохраняя при этом исходную структуру   
и порядок букв.

Например:

– *E-book* «и-бук» – электронная книга.

– *GIF* «гиф» – формат для изображений, поддерживающий анимацию.

– *DM (Direct Message)* «директ» – личное сообщение, которое отправляет один пользователь социальной сети другому.

3,75 % англицизмов сферы общения являются результатом поморфемного перевода.

Поморфемный перевод – перевод, выполненный на уровне отдельных морфем без учета их структурных связей.

Например:

– *Sponsorship* «спонсорство» – финансовая поддержка в обмен на рекламу.

– *Monetization* «монетизация» – процесс получения дохода от контента в Интернете.

В процессе исследования были выявлены немаловажные особенности, которые помогают нам глубже разобраться в специфике данной темы. Например, глагол «форсить», произошедший от английского глагола   
«to force», отличается по значению от английского варианта.

Глагол *«to force»* в английском языке обычно означает принудительное действие, принуждение к чему-либо. Например, *«He forced the door open»* – *«Он распахнул дверь»*. В данном контексте «force» обозначает физическое воздействие для достижения цели.

Слово *«форсить»* в русском языке, особенно в современном интернет-жаргоне, имеет другое значение. Оно обычно означает активное продвижение, например, *«Сервис стримингового видео пытается форсить новые сериалы и фильмы, чтобы привлечь больше подписчиков»* – это значит, что сервис активно пытается рекламировать новые фильмы   
и сериалы.

Следовательно, можно сделать вывод, что процесс заимствования слова из английского языка в русский язык приводит к постепенному включению данного слова в лексикон русского языка и часто сопровождается изменением лексического значения слова.

Такой феномен называется семантическим заимствованием или семантической адаптацией. Это процесс, при котором слово или выражение из одного языка переосмысливается или приобретает новое значение в другом языке.

Таким образом, наиболее популярным способом перевода английских заимствований в сфере общения в социальных сетях является транскрипция. Она позволяет сохранить звучание и произношение оригинального слова в русском языке. Это особенно важно в процессе использования слов и терминов, перевод которых может вызывать затруднения, ведь часто английские заимствования не имеют точного эквивалента в русском языке. В процессе заимствования некоторые заимствованные слова могут приобретать новое лексическое значение   
в русском языке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Воронкин, А. С. Социальные сети: эволюция, структура, анализ / А. С. Воронкин // ОТО. – 2014. – № 1. – C. 650–675.

2. Словарь русского языка : в 4 т. / РАН, Ин-т лингвист. исслед. ; под ред.   
А. П. Евгеньевой. – 4-е изд., стер. – М. : Полиграфресурсы, 1999. – Т. 1. – 696 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. С. САРЖЕНКО**

Минск, МГЛУ

Научный руководитель – Е. В. Зуевская

**ПЕРЕДАЧА ВИДОВРЕМЕННЫХ ОТНОШЕНИЙ ПРИ ПОМОЩИ**

**ОТНОСИТЕЛЬНЫХ ВРЕМЕН КАК ЧАСТНОЕ ПРОЯВЛЕНИЕ**

**ИНТЕРФЕРЕНЦИИ В АСПЕКТЕ РУССКО-НЕМЕЦКОГО**

**ПЕРЕВОДА**

Одним из способов передачи видовой дифференциации русского языка в немецком, как может показаться при изучении последнего в качестве иностранного, являются относительные времена. Параллель между русскими видами и немецкими относительными временами, однако, многогранна и требует особого внимания к компонентам обоих грамматических явлений и их смежности. К. Г. Крушельницкая обозначает требующие внимания обстоятельства так: «1) сложность значения относительных времен и связь его с предельностью; 2) ограниченность употребления относительных времен особыми условиями» [1, с. 106].

Рассматривая первое обстоятельство, необходимо отметить, что сложность значения относительных времен заключается в том, что оно содержит в себе отношение и к моменту речи (абсолютное значение),   
и к прочим упомянутым в речи действиям (относительное значение). Место же непосредственного грамматического соприкосновения русского и немецкого языков – связь абсолютного временного значения предельных глаголов и их семы совершенности действия, выражаемой в русском языке при помощи категории вида [2, c. 74]. Таким образом, относительные времена предельных глаголов, думается, соответствуют русскому совершенному виду.

Тем не менее первое обстоятельство не является единственным. Представляется, что «ограниченность употребления особыми условиями» объясняется прежде всего природой и функцией относительных времен. Для нас же имеет значение прежде всего тот факт, что природа и функция категории вида отличны от оных у относительных времен, что и является причиной следующему положению. К. Г. Крушельницкая выражает его так: «...видовое значение совершенности, которое в русском языке выражается во всех формах предельного глагола по отношению к моменту речи, т. е. *абсолютно*, в немецком языке может выражаться только   
в сочетании с предшествованием по отношению к другому действию,   
т. е. *относительно*. Абсолютное, вне предшествования, выражение совершенности действия при помощи относительных времен в немецком языке возможно только факультативно – для особого подчеркивания законченности действия (часто со значением результативности)»   
[1, с. 108]. Говоря иначе, употребление относительного времени с целью показать исключительно завершенность действия, что стало бы полноценным отражением совершенного вида, в немецком языке   
не распространено; в большинстве случаев абсолютное временное значение неразрывно связано со значением относительным, а относительное время употребляется для показания семантически многокомпонентного отношения – к моменту речи и к другому действию – и исключительно при необходимости подчеркнуть второе (ввести сему предшествования), являясь факультативным в случаях контекстуальной прозрачности   
[3, c. 28].

Причем стоит оговориться, что речь здесь идет лишь о предельных глаголах. Непредельные же глаголы в контексте относительных времен   
не рассматриваются вовсе ввиду полного отсутствия соприкосновения   
с немецким языком: те не имеют в своей семантике совершенности,   
что является причиной неочевидности предшествования, которая компенсируется в русском языке лексическими средствами. Разница   
в соотношении лексических и грамматических средств в русском   
и немецком языках, участвующих в формировании плана выражения,   
и представляет сложность при переводе: лексически подкрепленное предшествование в русском языке требует конвертации в грамматическую плоскость относительных времен в языке немецком [4, c. 198].

Таким образом, категория вида русского глагола находит свое отражение лишь в одном из двух семантических компонентов относительных времен немецкого языка. Исходя из всего описанного, определенное выше место грамматического соприкосновения двух языков можно назвать случайным, а рассмотренную возможность выражения видовой дифференциации в немецком языке лишь условной [5, c. 7].

Об отсутствии корреляции перфектного значения временных форм   
в немецком языке и совершенного вида в языке русском свидетельствуют и результаты проведенного в рамках исследования анализа относительно плюсквамперфекта. Предполагалось, что благодаря наличию относительного компонента значения эта временная форма будет применяться чаще при передаче глаголов совершенного вида. Анализ, однако, показал обратное: для передачи глаголов совершенного вида плюсквамперфект применяется в 6 примерах из 184, что составляет 3 % выборки, в то время как глаголы несовершенного вида он передает в 19 примерах из 210, в 9 % выборки.

Такие результаты позволяют заключить, что применение плюсквамперфекта при переводе русского глагола не имеет своей причиной его совершенный вид, а основывается лишь на необходимости передать предшествование в прошедшем времени, что реализуется благодаря относительному значению плюсквамперфекта. Ср. *А впереди были кочки с ягодами шиповника, и голубики, и брусники… Мы* ***видели*** *эти кочки давно. – Doch vor uns lagen Erdhöcker mit Hagebutten, mit Heidelbeeren, mit Preiselbeeren… Wir* ***hatten*** *diese Höcker längst* ***gesehen****.*Ср. также *Женя шла к метро через тот самый парк, где когда-то познакомилась пострадавшая девочка Маша с выдающейся дамой, пятьдесят лет преподававшей русскую поэзию, и пыталась понять, почему она это* ***сделала****. – Shenja ging zur Metro durch den Park, in dem   
die enttäuschte Mascha die außergewöhnliche Dame kennengelernt hatte,   
die fünfzig Jahre lang russische Literatur unterrichtet hatte, und versuchte zu verstehen, warum sie das* ***getan******hatte****.*

Таким образом, из вышеописанного не может следовать, что видовые значения русского глагола при переводе как-либо влияют на выбор временной формы в немецком языке – определяющим здесь является вид речи, – а всякие подобного рода предположения можно считать интерферентным влиянием языков, временные формы которых способны на это. Таковым является, например, английский язык, который имеет разветвленную систему временных форм, отражающих характер протекания действия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Крушельницкая, К. Г. Очерки по сопоставительной грамматике немецкого и русского языков / К. Г. Крушельницкая. – М. : Изд-во лит. на иностр. яз., 1961. – 261 с.

2. Анохина, С. П. Сравнительная типология немецкого и русского языков : учеб. пособие / С. П. Анохина, О. А. Кострова. – М. : ФЛИНТА, 2012. – 208 с.

3. Маслов, Ю. С. Вопросы глагольного вида в современном зарубежном языкознании / Ю. С. Маслов // Вопросы глагольного вида. – М., 1962. – С. 32.

4. Бондарко, А. В. Предельность и глагольный вид (на материале русского языка) / А. В. Бондарко // Изв. АН СССР. Сер. лит. и яз. – 1991. – Т. 50, №. 3. – С. 195–207.

5. Ревзина, О. Г. Общая теория грамматических категорий / О. Г. Резвина // Структурно-типологические исследования в области грамматики славянских языков. – М., 1973. – С. 5–39.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Е. В. ТАРАСЕНКО**

Минск, МГЛУ

Научный руководитель – Е. В. Зуевская

**ОСОБЕННОСТИ ВЫРАЖЕНИЯ КАТЕГОРИИ**

**КОМПАРАТИВНОСТИ В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ**

**ПРОИЗВЕДЕНИЯХ ЭКСПРЕССИОНИЗМА**

Под термином «компаративность» понимаются разнообразные типы   
и случаи сравнения. Сравнение – многоаспектное понятие,   
не ограничивающееся исключительно областью лингвистики. Данный феномен также рассматривался в трудах исследователей различных гуманитарных наук – философии, логики, психологии. Сравнение является одним из методов познания окружающей действительности, наряду с такими логическими операциями, как анализ, синтез, аналогия, индукция, дедукция и пр., с помощью которых субъект получает и перерабатывает информацию о внешнем мире. С. Л. Рубинштейн в своем труде   
«Бытие и познание» определял место логической операции сравнения в познавательной деятельности следующим образом: «На начальных стадиях ознакомления с окружающим миром вещи познаются прежде всего путем сравнения» [1, c. 138].

В процессе сравнения сопоставляются два или более предмета либо явления и выявляются их сходства и различия. При этом в первую очередь обращается внимание именно на общие черты, нежели отличительные. Элементарный состав сравнения включает следующие три компонента: предмет – то, что сравнивается, образ – то, с чем сравнивается, и признак – то, на основании чего сравнивается одно с другим.

В лингвистике термину «компаративность» отдается большее предпочтение, т. к. термин «сравнение» обычно «применяют к грамматически выраженным степеням сравнения прилагательных и наречий, либо   
к сравнительным оборотам. Компаративность же понимается значительно шире» [2, с. 107].

Семантическая категория компаративности, формируясь в языке путем систематического отображения процессов сопоставления характеристик   
и атрибутов объектов реального мира, выражается в языке   
единицами функционально-семантического поля сравнения. Основными элементами данного поля являются отношения сходства и различия. М. И. Конюшкевич, в свою очередь, предложила следующую градацию отношений функционально-семантического поля сравнения: «экватив,   
т. е. тождество – сходство – эквивалентность (приравнивание) – подобие   
(в том числе и уподобление) – соответствие – временное равновесие сходного и разного – несоответствие – неравенство – доминирование –преимущество – превосходство (суперлатив) – уникальность (абсолютив)» [3, с. 89].

Функционально-семантическое поле сравнения может выражаться единицами различных языковых уровней: морфологического, лексического, синтаксического. Ядром данного поля является грамматическая категория сравнения – степени сравнения имен прилагательных и наречий. Удаляясь от центральных элементов поля, семантика сравнения постепенно размывается.

В ходе данного исследования было проанализировано   
по 15 000 словоупотреблений (около 50 страниц) из двух немецкоязычных произведений экспрессионизма – «Das Schloss» Франца Кафки и «Berlin Alexanderplatz» Альфреда Деблина. Количество отобранных единиц   
со значением компаративности составило число 777. В результате было выявлено, что единицы лексического языкового уровня (47 %) превалируют над единицами синтаксического (34 %) и морфологического (19 %) уровней.

Проанализированные данные показали, что на лексическом уровне наиболее частотными единицами оказались имена прилагательные   
и наречия-интенсификаторы, например: *Er stand schon ganz fest auf seinen Beinen in Berlin […]. Aus der Richtung vom Schlosse her kamen zwei junge Männer von mittlerer Größe, beide sehr schlank, in engen Kleidern, auch im Gesicht einander sehr ähnlich.* Это объясняется тем, что экспрессионизм как литературное направление не склонен к отражению объективной реальности, а заинтересован выражением эмоционального состояния автора.

К наиболее частотным средствам выражения значения компаративности на данном уровне также можно отнести прилагательные *gleich, ungleich, verschieden, unterschiedlich, ganz, anders, gleichmäßig, ähnlich*: *[…] das rote müde, schmale Gesicht mit irgendwie verschiedenen Wangen […]. Und nach einer Pause sagte die gleiche Stimme mit dem gleichen Sprachfehler und war doch wie eine andere tiefere, achtungswertere Stimme […].*

Что же касается единиц синтаксического уровня, то наиболее частотными здесь являются сравнительные группы с *wie* исложносочиненные предложения с союзами *aber, sondern, doch, zwar … aber, dagegen, demgegenüber u. a.*: *Da war er unschuldig wie ein zwitscherndes Vöglein. Hier reichte der Schnee bis zu den Fenstern der Hütten und lastete gleich wieder auf dem niedrigen Dach, aber oben auf dem Berg ragte alles frei und leicht empor, wenigstens schien es so von hier aus*.   
Это объясняется тем, что, как уже упоминалось ранее, отношения сходства и различия являются основными для функционально-семантического поля сравнения, а указанные единицы служат стандартными средствами выражения данных отношений.

Морфологический уровень представлен ядерными элементами функционально-семантического поля сравнения – степенями сравнения имен прилагательных и наречий: *Matter schien ihm sein Lächeln, unscheinbarer er selbst. Und seht, er hat so wenig Angst vor der Welt gehabt: die größten, gewaltigsten Menschen, die es gab, die fürchterlichsten waren seine Freunde: der sächsische Kurfürst, der Kronprinz von Preußen, der später ein großer Kriegsheld war […].*

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Рубинштейн, С. Л. Бытие и сознание / С. Л. Рубинштейн. – М. : АН СССР,   
   1957. – 590 с.
2. Бондарко, А. В. Теория функциональной грамматики: Качественность. Количественность / А. В. Бондарко. – СПб. : Наука, 1996. – 264 с.
3. Конюшкевич, М. И. Категория сравнения и ее место в системе языка / М. И. Конюшкевич // Вопр. функцион. грамматики : сб. науч. тр. / под ред. М. И. Конюшкевич. – Вып. 4. – Гродно : ГрГУ, 2001. – С. 82–94.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Актуальные проблемы лингвистических исследований: МЕЖЪЯЗЫКОВАЯ И МЕЖКУЛЬТУРНАЯ КОММУНИКАЦИЯ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

**Я. С. АНКУДОВИЧ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. А. Калита

**ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ   
АНГЛИЙСКИХ АНЕКДОТОВ**

Большая советская энциклопедия дает следующее определение понятию «юмор»: «юмор – особый вид комического; отношение сознания к объекту, к отдельным явлениям и к миру в целом, сочетающее внешне комическую трактовку с внутренней серьезностью» [1].

В более простом понимании, юмор – это умение шутить. Психологи считают, что чувство юмора помогает налаживать отношения, укреплять связи и даже в некоторых случаях снижать напряжение во время конфликтов. Чувство юмора является неотъемлемой чертой человека разумного. Некоторые шутки не имеют границ – над ними смеются люди по всему миру. Однако зачастую чувство юмора обладает национальным характером, который понятен далеко не всем.

Одно из самых неоднозначных отношений к юмору в мире – это   
к юмору британцев. Английский юмор может показаться несмешным   
и даже обидным. Сами же британцы считают себя прекрасными юмористами. Прежде всего они любят самоиронию. Именно умение посмеяться над собой считается достоинством и показателем тонкого ума. Объектами шуток и анекдотов может выступать кто угодно и что угодно.

Безупречное знание иностранного языка не всегда дает возможность воспринимать юмор чужой культуры, поскольку он связан с социальным менталитетом [2, с. 570]. Русскоговорящий человек, который хорошо владеет английским языком, но недостаточно знаком с культурными нормами и правилами Великобритании, не сможет воспринять английский анекдот так, как воспримет его сам британец. Британские шутки довольно сухие, саркастичные и могут казаться мрачными. Как правило, британцы шутят без ярких эмоций, поэтому суть спрятана глубоко.

Английские шутки подразделяются на [3, с. 69–70]:

*– Black humour –* «черный юмор», где главным объектом шуток является феномен смерти [4, с. 127]. Также в шутках и анекдотах могут высмеиваться болезни, физические недостатки, внешность человека, социальный статус. Естественный интерес к смерти и другим «черным» сторонам жизни являлся и остается одним из способов освоения действительности, а смех позволяет отстраниться от пугающих событий, преодолеть страх перед ними, почувствовать себя при этом более сильным, смелым и неуязвимым. Следовательно, возникновение черного юмора можно вполне объяснить потребностью человека отстраниться   
от трагических событий в жизни через их осмеяние: *«My doctor called me fat. I told him I wanted a second opinion and he said, “OK, you’re ugly too”». – «Мой врач назвал меня толстой. Я сказала ему, что хочу услышать еще одно мнение, а он ответил: “Ладно, ты еще и уродливая”»*.

*– The Elephant Jokes* – «слоновьи шутки», где главный объект анекдота – это слон: *«What do you call elephants who ride on planes? – Passengers»*. – *«Как вы называете слонов, которые летают   
на самолетах? – Пассажиры».*

*– Dry sense of humour* – «сухое чувство юмора» – юмор, граничащий   
с сарказмом или иронией, представляемый с невозмутимым выражением лица: *«Do you want some cake?* – *No way, who would want cake?» – «Хочешь торт? – Ни в коем случае, кто вообще захочет торт?»*

*– Banana skin sense of humour* – «чувство юмора с банановой кожурой» – достаточно примитивные шутки, аналогично ситуации, когда кто-то поскользнется на банановой кожуре и всем смешно.

*– Shaggy-dog stories* – шутки, в которых смешное основывается на нелогичности, нелепости высказывания.

Зачастую в английском юморе используется прием *«play of words»* – игра слов. Именно на этой особенности строятся английские *«knock-knock»* анекдоты, представляющие собой игру слов, организованную по заданной схеме и приводящую к возникновению двусмысленности, которая порождает комический эффект. Наиболее распространенная версия *«knock-knock»* анекдота – это диалог, состоящий из пяти реплик:

1. *«Knock, knock!»*

2. *«Who’s there?»*

3. Дается ответ, содержащий, например, имя *«Toby».*

4. Уточняются имя или имена, названные в третьей реплике:   
*«Toby who*?»

5. Кульминация анекдота, как правило, – фраза, в которой ранее названное имя становится частью языковой игры, т. е. становится псевдоименем и повторяется уже совсем в ином значении: *«To be (Toby)   
or not to be»*.

Комический эффект данного анекдота строится на оппозиции двух смыслов, появление которых обусловлено сходством звучания имени *Toby* и сочетания частицы и глагола *to be*.

Таким образом, стандартная версия *«knock-knock»* анекдота представляет собой языковую игру, организованную по заданной схеме   
и приводящую к возникновению двусмысленности, которая и порождает комический эффект.

Существуют отклонения от стандартной версии, касающейся   
в основном изменения количества реплик. Главным механизмом создания *«knock-knock»* анекдотов является паронимия – использование схожих   
по звучанию слов. Пример использования лексической паронимии: *«Ann who? – Ann Easter bunny (An Easter bunny)».* В данном случае имеет место частичное сходство звучания двух лексических единиц имени *Ann* [æn]   
и неопределенного артикля *an* [ən][5,с. 5–7].

Таким образом, можно сделать вывод, что английские шутки зачастую могут остаться непонятыми по нескольким причинам:

– слабое знание культурных норм и правил, принятых в Великобритании;

– отсутствие «фоновых знаний», т. е. информации, которая известна жителям Великобритании, но не всегда известна иностранцам;

– непонимание игры слов, на которой держится большинство английских шуток.

Анекдот, шутка, идиома, тонкий каламбур, неожиданная игра слов – они ярко демонстрируют всю красоту языка, все грани значений слова и фразы. Переводя шутки с английского языка, нужно не только знать этот язык, но и иметь чувство юмора, понимать национальный менталитет.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Большая советская энциклопедия : в 30 т. / гл. ред. А. М. Прохоров. – 3-е изд. – М. : Совет. энцикл., 1969–1978. – Режим доступа: [https://www.booksite.ru/fulltext/ 1/001/008/127/761.htm](https://www.booksite.ru/fulltext/%201/001/008/127/761.htm). – Дата доступа: 11.05.2024.
2. Болдырева, О. Н. Юмор как социокультурное явление в русском и китайском языках / О. Н. Болдырева, Ао Линлу, Сунь Жаньжань // Коммуникатив. исслед. –   
   2020. – Т. 7, № 3. – С. 568–581.
3. Симакова, А. В. Национальные черты английского юмора / А. В. Симакова, Д. Е. Шмырева, Н. А. Еремеева // Academy. – 2019. – № 3. – C. 69–71.
4. Эпштейн, О. В. Лингвокультурный феномен черного юмора / О. В. Эпштейн // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2013. – С. 126–130.
5. Александрова, Е. М. Лингвистическая обусловленность создания языковых анекдотов / Е. М. Александрова // Вестн. ЧелГУ. – 2013. – С. 5–7.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. А. БРЕЧКО**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – И. Ф. Нестерук

**СПОСОБЫ ОТРАЖЕНИЯ ЖЕСТИКУЛЯЦИИ**

**В ХУДОЖЕСТВЕННОЙ СКАЗКЕ О. ПРОЙСЛЕРА**

**«DER RÄUBER HOTZENPLOTZ»**

Мимика, жесты и интонация как паралингвистические концепты являются важнейшими невербальными средствами, организующими речевую коммуникацию и во многом определяющими характер протекания общения, эмоциональное состояние коммуникантов и их поведение. Именно невербальное общение изучается в рамках паралингвистики. Паралингвистика как наука, сформировавшаяся в 50-е гг. ХХ в., трактуется в Большой российской энциклопедии как «раздел языкознания, изучающий невербальные (неязыковые) средства, включенные в речевое сообщение и передающие, вместе с вербальными средствами, смысловую информацию о говорящем (пишущем)» [1], а также как «совокупность невербальных средств, участвующих в речевой коммуникации» [1].

Первоначальные исследования в рамках паралингвистики были проведены американскими лингвистами Дж. Л. Трейгером и Г. Л. Смитом в 1962 г., которые определили общие принципы, послужившие в дальнейшем базой для многих программ и перспективных направлений исследования.

Паралингвистика исследует невербальные способы коммуникации,   
так называемый параязык, который состоит из средств, сопровождающих   
и дополняющих речь. Данные средства уникальны для каждого   
общества и отражают его культуру, историю и психологию   
[2, с. 7]. Паралингвистические средства дополняют речь эмоциональной   
и эстетической информацией, сообщают об этнокультурных, психологических и других особенностях коммуниканта.

Средства параязыка, по мнению Н. И. Паниной, подразделяют на биологические (врожденные) и семиотические (знаковые) средства [3, с. 15]. Так, к биологическим средствам относят мимику, телодвижения и жесты. К семиотическим средствам, которые возникают вместе с развитием общества и языка, в том числе национальных культур, относятся общепринятые жесты, невербальные символы для регулирования движения, направляющие движение транспорта жесты (например,   
сигналы регулировщика), а также невербальные символы, используемые   
для передачи коммерческой информации.

Кинесика (от греч. kinesis ‘движение’) – это «наука, изучающая   
всю совокупность телодвижений (жестов и мимики), участвующих   
в человеческом общении и являющихся дополнительными выразительными средствами коммуникации, за исключением движений речевого аппарата» [4, с. 115]. Главной особенностью языка телодвижений и мимики считается его проявление посредством подсознательных импульсов и его неподдельность.

Так, под мимикой понимают движение лицевых мышц, отражающее внутренние состояния, переживания, эмоции и настроение. Она возникает в результате возбуждения двигательной зоны коры головного мозга   
и активизации симпатической нервной системы, что придает ей непроизвольный характер [5, с. 15].

В свою очередь, жестами являются «телодвижения, сопровождающие или заменяющие слова индивида и служащие для уточнения речевого общения, придания ему усиленной эмоциональной окраски. Также   
важно учитывать, что в разных культурах один и тот же жест может трактоваться по-разному» [6, с. 135]. Так, благодаря жестам участники коммуникативного акта могут считать психо-эмоциональное состояние друг друга, отношение к обсуждаемой теме / проблеме, к эмоционально значимой информации.

В художественной сказке «Der Räuber Hotzenplotz», созданной детским немецким писателем Отфридом Пройслером, нами отобраны 49 единиц, представляющих однолексемные и полилексемные единицы невербального поведения персонажей, которые были систематизированы по преобладающим движениям рук, головы, торса и ног с целью определения наиболее задействованных частей тела при осуществлении жестов.

Так, группа кинем рук представлена 33 примерами, например: auf einen Lehnstuhl zeigen ‘указывать на кресло’, in die leere Luft griffen ‘выхватить что-либо в воздухе’, mit den Fingern schnackeln ‘щелкнуть пальцами’, sich die nassen Hände an den Hosen abwischen ‘вытереть мокрые руки о штаны’.

В свою очередь, группа кинем головы насчитывает 10 примеров, среди них: ausspucken ‘выплюнуть’, auf seinen Zeigefinger spucken ‘плюнуть на указательный палец’, nicken ‘кивать’, die Zähne zusammenbeißen ‘стиснуть зубы’, die Augen verdrehen ‘закатывать глаза’.

В группу кинем торса было отнесено три языковые единицы, а именно: frösteln ‘дрожать’, sich ducken ‘нагнуться’, sich zuwenden ‘повернуться’.

Группа кинем ног содержит только три примера, к которым относятся mit dem Fuß aufstampfen ‘топнуть ногой’, auf und ab rennen ‘бежать вперед-назад’, zurücktreten ‘отходить назад’ (рисунок).

Рисунок **–**Отражение жестикуляции в художественной сказке О. Preußler «Der Räuber Hotzenplotz»

Таким образом, результаты анализа наиболее активно используемых частей тела в коммуникативном пространстве сказки показали, что наиболее распространенными являются кинемы рук (67,4 %) и головы (20,4 %). В свою очередь, кинемы торса и ног в тексте сказки практически не используются автором, что наглядно представлено на рисунке выше. Данные показатели можно объяснить сюжетом художественной сказки, который основывается на воровстве кофемолки, выдумке и сооружении руками различных ловушек по поимке вора, а также волшебстве, осуществляемом без специальных волшебных атрибутов, только при помощи щелчка пальцев.

# СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Паралингвистика [Электронный ресурс] // Большая Российская   
энциклопедия. – Режим доступа: <https://old.bigenc.ru/linguistics/text/2706859?ysc-lid=lv69sbno7e555239819>. – Дата доступа: 15.03.2024.

2. Крылов, А. А. Социолингвистические, лингвокультурологические и функционально- прагматические особенности речевого поведения носителей арабского и русского языков : дис. … канд. филол. наук : 10.02.20 / А. А. Крылов. – М., 2017. – 23 с.

3. Панина, Н. И. Паралингвистика / Н. И. Панина. – Кострома : КГТУ, 2003. – 35 с.

4. Леонтьев, А. А. Язык, речь, речевая деятельность / А. А. Леонтьев. – М. : Просвещение, 1969. – 214 с.

5. Степаненко, А. В. Лицо человека / А. В. Степаненко. – М. : Знание, 1992. – 150 с.

6. Капанадзе, Л. А. Роль жеста в разговорной речи / Л. А. Капанадзе, Е. В. Красильникова // Рус. разговор. речь. – 1973. – № 2. – С. 135–142.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Е. А. ВАСИЛЁНОК**

Витебск, ВГУ им. П. М. Машерова

Научный руководитель – А. Н. Береснева

**синтаксические средства выражения**

**эмотивности в английском языке на примере**

**произведения джоджо мойес «до встречи с тобой»**

Эмотивные синтаксические конструкции представляют собой важную составляющую современного английского языка, играющую значительную роль в речевой коммуникации. Они отражают не только смысловую информацию, но и эмоциональную окраску высказывания, что делает их объектом интереса для лингвистов и специалистов в области коммуникации.

Современная лингвистическая наука постоянно стремится расширить наши знания о механизмах языковой коммуникации. В связи с этим изучение эмотивных синтаксических идиом становится особенно актуальным, поскольку они являются неотъемлемой частью языковой практики и важным средством передачи эмоций и чувств.

Цель исследования – изучить эмотивные синтаксические идиомы современного английского языка, проанализировать, какие эмоции и чувства выражаются посредством эмотивных синтаксических идиом, как они влияют на эмоциональный тон коммуникации на примере произведения Джоджо Мойес «До встречи с тобой».

Материалами для данного исследования послужили различные статьи на тему эмотивных синтаксических конструкций. Интерпретация материалов исследования проводилась с использованием методов анализа теоретического и эмпирического материала, метода сплошной выборки, дескриптивного метода.

Тема эмотивности в лингвистике стала активно изучаться относительно недавно. Первые исследования в данной области впервые появились в 50-х гг. ХХ в. Эмоциональная адаптация также важна   
для успешной коммуникации в межкультурной среде, где понимание   
и умение выражать эмоции на языке могут сделать общение более эффективным и гармоничным, они играют существенную роль   
в лингвистике, поскольку влияют на процесс коммуникации, а также   
на формирование и понимание культурных и языковых норм и ценностей. Они также являются важным аспектом категории эмотивности в языке, помогая передать эмоциональное отношение говорящего к высказыванию.

А. В. Кунин определяет эмотивность как эмоциональность в языковом преломлении, т. е. чувственная оценка объекта, выражение языковыми или речевыми средствами чувств, настроений, переживаний человека [1].

Синтаксические средства выражения эмоционального состояния представляют собой важную область исследования в рамках лингвистической науки. Их изучение позволяет лучше понять механизмы выражения эмоций   
и чувств в языке, а также их влияние на процесс коммуникации. Один   
из исследователей явления эмотивности В. И. Шаховский в своих исследованиях говорил, что чем выше степень эмоционального напряжения, тем выше степень дезорганизации синтаксической структуры текста [2].

В настоящем исследовании эмотивности литературных произведений XIX в. и XXI в. исследуются три типа синтаксических выразительных средств – восклицательные предложения, повторы и частичные конструкции.

Рассмотрим некоторые синтактические средства выражения эмотивности на примере произведения Джоджо Мойес «До встречи с тобой». В нем повествуется о непростых романтических отношениях между студенткой   
и миллионером, который находится в инвалидной коляске из-за несчастного случая. Данное произведение относится к современной британской литературе и отличается своей эмоциональностью, в связи с этим служит отличным примером для рассмотрения явления эмотивности.

Чаще всего эмотивность на синтаксическом уровне проявляется   
в восклицательных предложениях. Произведение Джоджо Мойес   
не является исключением. Восклицательные предложения призваны усиливать эмоциональное напряжение. Отметим следующую классификацию и приведем примеры из вышеуказанного произведения:

1. What + Noun!, например:

*– «What a gentleman!”, they would say, for a good hour after he had gone»*.

2. What + Adjective + Noun!

*– «What a bloody mess!».*

*– «What a terrible way to live!»*

3. How + Adjective!, например:

*– «How lovely!»*

Все вышеприведенные примеры показывают нам эмоции удивления: некоторые, соответственно, связаны с печалью и огорчением, а некоторые с восхищением и радостью.

Менее частотными способами является использование параллельных конструкций. Их основная функция – выражение неуверенности.   
Но в рассматриваемом произведении они используются для выражения усталости от всего происходящего. Например:

*– «I have done everything, I hissed. I have done everything I can think of».*

*– «I’ve come up with ideas, got him out, talked to him, read to him, looked after him».*

*– «I’ve cleaned up after him. I’ve changed his bloody catheter. I’ve made him laugh. I’ve done more than your bloody family have done».*

Следующим способом передачи эмотивности на синтаксическом уровне является использование повторов. Повторы часто призваны показывать указать мгновенность или длительность эмоции.

Он также используется реже восклицательных предложений. Приведем несколько примеров:

*– «I do care about him, Mummy. I do».* – Данное выражение используется в тексте главной героиней в диалоге с матерью и показывает высокую степень уверенности в своем выборе.

*– «Six months, I repeated under my breath, when it felt unbearable. Six months».* – Этой фразой героиня успокаивает саму себя, т. к. ей пришлось встретиться с трудностями на работе.

Таким образом, синтаксические средства выражения эмотивности играют значимую роль в речевой коммуникации, усиливая эмоциональное воздействие высказываний и способствуя более глубокому пониманию эмоциональных состояний говорящего. В произведении Джоджо Мойес «До встречи с тобой» эти средства эффективно используются для создания ярких и трогательных образов, что позволяет читателям глубже проникнуться переживаниями героев. Благодаря параллельным конструкциям, повторам и восклицательным предложениям и т. д., автор достигает высокой степени эмоциональной выразительности, делая текст живым и насыщенным, что в свою очередь усиливает эмоциональную связь между произведением и его аудиторией.

СПИСОК использованной ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кунин, А. В. Англо-русский фразеологический словарь / А. В. Кунин. – М. : Рус. яз., 1984. – 944 с.
2. Шаховский, В. И. Значение и эмотивная валентность единиц языка и речи / В. И. Шаховский // Вопр. языкознания. – 1984. – № 6.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Д. О. ИЛЬЯНКОВА**

Минск, МГЛУ

Научный руководитель – Е. В. Зуевская

**ПОЛЕ ПЕРСОНАЛЬНОСТИ И КАТЕГОРИЯ АВТОРИЗАЦИИ**

**В НЕМЕЦКОЯЗЫЧНОЙ ПОЛИТИЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ**

Понятия «личность», «субъектность», «персонализация» рассматриваются многими науками, включая философию, психологию, а с некоторого времени и лингвистику. Особенно важны эти понятия для рекламного дискурса, который предполагает соответствующую организацию содержания в зависимости от круга реципиентов.

Следует отметить различие между персонализацией в лингвистике, которая предполагает обозначение средствами языка участников коммуникации, и маркетинговой стратегией персонализации, под которой понимается некоторый набор тактик для более персонализированного обслуживания клиентов и ориентацию на персональные предпочтения и опыт каждого конкретного покупателя. Общим здесь будет то, что за речевой стратегией персонализации скрываются те же мотивы,   
что лежат в основе маркетинговой: «подготовка сообщения, направленного на определенного клиента … нацелена на формирование и поддержание лояльности клиента» [1]. Именно этой ориентированностью персонализацию можно отличать от авторизации, хотя четкого разделения между речевой стратегией персонализации и авторизации в лингвистике не выработано. Первое понятие охватывает более широкий круг средств, т. к. речь идет   
о репрезентации в высказываниях всех субъектов коммуникации: персональность в лингвистике представляет собой отдельное функционально- семантическое поле, включающее разноуровневые средства выражения лица в предложении [2].

Под авторизацией понимается прагмасемантическая категория, которая связана с отражением в тексте образа автора. Изначально авторизация рассматривалась в рамках анализа художественных произведений, однако со временем «категория образа/точки зрения автора» получила терминологическое оформление – категория авторизации [3]. Важно понимать, что субъектная позиция человека выражается в используемых им языковых средствах, которые он сознательно или бессознательно решит употреблять при формулировании высказываний, т. е. будет создаваться определенный языковой портрет личности, т. к. всякий текст «отражает особенности языковой личности» [4], которая его произвела. Современные исследователи при определении термина «языковая личность» обычно приводят дефиницию Ю. Н. Караулова, который под языковой личностью понимал «совокупность способностей и характеристик человека, обусловливающих создание и восприятие им речевых произведении» [5, с. 3]. Интерес к изучению реализации категории авторизации особенно возрастает, когда речь заходит о политическом рекламном дискурсе с явно выраженным персуазивным и часто суггестивным характером. Эти два понятия, персуазивность и суггестия, рассматриваются в рамках речевого воздействия как набора целого ряда разноуровневых средств для достижения определенных целей в коммуникации. Под персуазивностью при этом понимается влияние адресанта на адресата, проявляющееся   
в убеждении [6], а под суггестией – скрытое словесное влияние   
на адресата, «сознательное неаргументированное воздействие на человека или группу людей, имеющее своей целью изменение их состояния, отношения к чему-либо» [7, с. 15].

Среди средств авторизации некоторые лингвисты выделяют:   
эго-номинации (слова, маркирующие автора текста); номинации ментальных состояний (помогают отразить степень уверенности   
и эмоциональные / рациональные переживания продуцента текста); номинации речевой рефлексии (попытка автора объективизировать высказывание, когда автор как бы комментирует свой текст) [8]. Ввиду того, что в основе политической рекламы лежит принцип редукционизма, предвыборные лозунги/слоганы не содержат средств речевой рефлексии, также редко используются средства передачи ментальных состояний, что может также объясняться стремлением к объективизации высказываний, такому их формулированию, при котором автор не эксплицирует степень своей уверенности в высказывании или же свое отношение к предмету речи. Отсюда следует гипотеза, что категория авторизации будет проявляться больше не на лексическом, а грамматическом уровне: использование определенных личных и притяжательных местоимений, глаголов, императивых форм, а также в определенном оформлении предвыборных плакатов – целостных текстов, компонентами которых являются как вербальные, так и невербальные, образующие единое смысловое целое.

С целью подтверждения данной гипотезы было проанализировано 157 простых предложений и 23 сложных предложения со 100 плакатов пяти партий (Die Grünen, die Linken, AfD, CDU, FDP) с выборов 2017   
и 2021 гг., и выявлены следующие особенности реализации категорий персональности и авторизации.

Конкретный персональный дейксис, заключающийся в указании   
на конкретное лицо или предмет, реализуется в форме собственно-личного дейксиса в 6 % предложений: *Ich steh’ mehr auf Burgunder!* Следует отметить, что личное местоимение *wir*/*uns* превалирует, составляя 5 %: *Wir müssen für sie (Meinungsfreiheit) kämpfen; Mit uns.* Здесь следует говорить об относительной авторизованности текста, т. к. адресант выражен лишь в случаях употребления местоимения *wir*, что отражает стремление к идентификации избираемого и избирателей, а также притяжательного местоимения *unser* в 12 % случаев: *Unser Land, unsere Regeln! (AfD), Unser Land kann viel, wenn man es lässt (Die Grünen)*. Местоимение *ich* в вышеприведенном примере будет отражать избирателя, трех девушек в национальных костюмах на плакате, а не автора текста. При этом использование личных местоимений в объектном падеже (1 %) нивелирует координационную функцию лица, которая «характерна для глагола-сказуемого в его отношении к подлежащему» [2, с. 16] при сравнении местоимения-объекта и местоимения-подлежащего: «Фактически выражение лица в объекте дополняет и поддерживает то выражение семантики лица, которое дано в субъекте» [2, с. 16]. Также «в “мы” определенность лица размывается, потому что “мы” – это множество лиц, включающее “я”   
и еще кого-то (из лиц, участвующих и не участвующих в речевом акте)»   
[2, с. 8]. В 3 % предложений адресат и адресант сливаются посредством использования неопределенных местоимений: *Kinderarmut kann man kleinreden., Von weniger Europa hat keiner mehr*. При этом лишь   
в 1 % случаев автор текста номинируется существительным   
с поддерживающей визуальной составляющей: *Soziale Gerechtigkeit wählen: DIE LINKE.; Zwei für Deutschland*.

Таким образом, здесь можно говорить 1) об определенной степени идентификации адресата и адресанта, 2) хеджирующей стратегии деавторизации, когда продуцент высказывания представляется расширенно и диффузно, снимая с себя определенную степень ответственности. Также обращает на себя внимание тот факт, что среди лозунгов с выраженным конкретным персональным дейксисом превалируют лозунги/слоганы, принадлежащие рекламной предвыборной кампании партии Die Grünen, сделавшей свою рекламу 2021 г. более персоноориентированной: *Wir machen sie (die Zukunft).* Здесь же следует отметить такую особенность предвыборных лозунгов, как редукционизм. В соответствии с ней среди лозунгов и слоганов немецкоязычной политической рекламы явно превалируют формально неполные предложения. Это отражается и в реализации поля персональности, когда личное местоимение вербально отсутствует, однако имплицитно подразумевается: *(Wir sind) Bereit, weil Ihr es seid*. Данную тенденцию можно рассматривать в рамках реализации стратегий деперсонализации   
и деавторизации, когда фокус явно смещается с адресанта на адресата, что подчеркивается еще и нетипичным для немецкого языка написанием местоимения *ihr* с большой буквы. Лишь подразумевается участник коммуникации также в предложениях с императивом. При этом интересен выбор формы императива: радикальные партии в своих слоганах обращаются к одной личности (*Zeig Stärke.; Hol dir dein Land zurück*.), в то время как те же Die Grünen предпочитают обращение к некоторой группе лиц: *Kommt, wir bauen das neue Europa.; Kommt, wir ändern die Politik*,   
а CDU/CSU вообще избегает императивных форм.

В 85 % предложений поле персональности, а соответственно   
и стратегия персональности, грамматически вербально не реализуется, однако «персональность как актуализационная категория так или иначе выявляется в любом высказывании» [2, с. 10]. Даже при отсутствии выражения поля персональности посредством системы личных местоимений единицы персональной ситуации (в данном случае лозунги / слоганы) следует рассматривать в контексте и совокупности лингвистических и экстралингвистических факторов, поскольку, например, участники коммуникативной ситуации могут маркироваться другими средствами, среди которых притяжательные местоимения *unser*, *mein* (*Für unsere Kinder*.), неопределенные местоимениями *alle*, *niemand* (*ALLE STIMMEN FÜR DIE FREIHEIT; Sonst niemand*.), наречия *gemeinsam*, *solidarisch*, *zusammen* (*Solidarisch aus der Krise.; Gemeinsam für ein modernes Deutschland*). В большинстве предложений все же адресат   
с адресантом остаются прямо невыраженными: *Züge, Schulen, Internet – Ein Land, das einfach funktioniert.*, т. е. о какой стране и соответственно о каком адресате идет речь в данном предложении мы можем лишь догадываться, анализируя контекст высказывания.

Экстралингвистическими средствами (здесь визуальная составляющая) участники речевой ситуации репрезентированы в 67 % случаев, а (со)автор / (со)продуцент идеи и, предполагается, текста отражается на плакатах в 37 % случаев, что свидетельствует об общей тенденции к невербальной репрезентации производителя текста.

Таким образом, анализ предложений с предвыборных плакатов немецких партий позволяет выявить некоторые особенности немецкоязычной политической рекламы: редукционизм как признак политического рекламного дискурса приводит к стремлению к импликации участников коммуникации в общий контекст высказывания, диалогичность вместе со сниженной степенью институциональности позволяет вступать в диалог с реципиентом, обращаясь к нему достаточно конкретно посредством системы личных местоимений (имплицитно и эксплицитно выраженных) и разных форм глагола. Разнообразные средства (лингвистические и экстралингвистические) поля персональности позволяют вносить оттенок личностной ориентированности в большинство высказываний, реализуя стратегии персонализации. Относительно системно-языковых средств, в лозунгах превалирует все же стратегия деперсонализации, которая позволяет придать высказываниям оттенок нейтральности и объективности. Текст на немецкоязычных политических рекламных плакатах в большей степени деавторизован, а процент предложений с вербально-выраженными эгономинациями составляет лишь 20 %, что свидетельствует об общей текстовой языковой деавторизованности, что может объясняться принципом редукционизма и стремлением к более нейтральному оформлению высказываний, т. к. «авторизовать» рекламу   
в данном случае помогает визуальное оформление.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Давыденко, Е. А. Персонализация предложения бренда как один из основных трендов современного маркетинга / Е. А. Давыденко // Бренд-менеджмент. – 2020. – № 4. – С. 294–301.

2. Теория функциональной грамматики: Залоговость, Персональность / А. В. Бондарко [и др.] – СПб. : Наука, 1991. – 365 с.

3. Новохатняя, И. Категория авторизации в диахроническом аспекте / И. Новохатняя // Материалы ежегодной научной конференции студентов   
и магистрантов университета, Минск, 25–26 апр. 2012 г. : в 3 ч. / Мин. гос. лингвист. ун-т ; отв. ред. Н. П. Баранова. – Минск, 2012. – Ч. 2. – С. 136–137.

4. Болотнова, Н. С. Филологический анализ текста : учеб. пособие / Н. С. Болотнова. – 3-е изд., доп. – М. : Флинта: Наука, 2007. – 520 с.

5. Караулов, Ю. Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения / Ю. Н. Караулов // Язык и личность. – М. : Наука, 1989. – С. 3–8.

6. Рюкова, Е. А. Языковые способы реализации персуазивности / Е. А. Рюкова // Вестн. Башкир. ун-та. – 2016. – T. 21, № 2. – С. 23–26.

7. Сидоренко, Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию / Е. В. Сидоренко. – СПб. : Речь, 2002. – 256 с.

8. Леонтьева, В. В. Средства авторизации в политической интернет-коммуникации / В. В. Леонтьева // Материалы ежегодной научной конференции преподавателей   
и аспирантов университета, 25–26 апр. 2012 г. : в 5 ч. / Мин. гос. лингвист. ун-т ; редкол.: Н. П. Баранова (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2012. – Ч. 4. – С. 18–21.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. Р. КАПУСТА**

Минск, МГЛУ

Научный руководитель – Е. В. Зуевская

**СТРУКТУРНО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ**

**ОСОБЕННОСТИ ЗАГОЛОВКОВ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ**

**ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ**

**И ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОМ ДИСКУРСАХ**

Публицистический текст обладает установленной структурно-композиционной формой, проявляющей в каждом отдельном случае определенные особенности. Очевидными категориями такой формы являются заголовок и вводка. Зачастую вводка может опускаться авторами статей, вследствие чего данный элемент структуры считается факультативным. Заголовок же всегда предваряет все тексты-новости, почему и является «первой, начальной категорией схемы» [1, с. 256].

Заголовок относится к одной из структурных частей публицистического текста, и, несмотря на достаточно лаконичный вид, его справедливо можно считать одним из главных организующих элементов статьи. Во-первых, он выполняет информативную функцию, т. е. несет в себе определенную информацию о содержании [2, с. 15]. С другой стороны, именно заголовок выступает тем решающим фактором, будет ли прочитан весь текст статьи, ведь читатель выбирает только то, что его интересует, и руководствуется при этом в первую очередь названиями публикаций.

Исследование структурно-семантических особенностей заголовков предполагает их анализ по нескольким критериям: коммуникативная цель высказывания, синтаксис, наличие знаков препинания. Особенный интерес представляет рассмотрение специфики заглавий двух различных жанров публицистического текста – аналитических и информационных. Информационные тексты отражают факты действительности, освещают разнообразные предметные ситуации, действия, процессы, в то время как аналитические статьи направлены на объяснение ряда взаимосвязанных явлений, установление тенденций, закономерностей их развития, на прогнозирование развития ситуаций, процессов, явлений [3]. Таким образом, составление текстов двух вышеописанных жанров предполагает не только наличие различий в смысловой и структурной схемах публикаций, но и в оформлении заголовков.

Как показал анализ, в информационных и аналитических жанрах публицистических текстов как экономической, так и общественно-политической тематики предпочтение отдается именно повествовательным заголовкам, например: *Stimmung in ostdeutscher Wirtschaft verschlechtert sich; Antirassismusbeauftragte warnt vor Spaltung in Gesellschaft.* Для текстов информационных жанров не характерны вопросительные и восклицательные виды заголовков, в то время как в статьях аналитических жанров такие примеры были выделены, например: *Ist der Abschwung schon vorbei?   
Zu den Waffen!* Такие результаты можно объяснить тем, что главной задачей заголовков публицистических текстов является информирование, т. е. сжатое изложение той информации, которая раскрывается в самой статье. Выполнению данной задачи и способствуют повествовательные заголовки. Восклицательные и вопросительные же заголовки часто нацелены на побуждение читателя к размышлению и действию, что   
и характерно для концепции аналитических жанров статей.

Что касается синтаксической структуры заголовков, наиболее часто встречаемым видом заголовка в публицистических текстах является простое полное распространенное предложение – как в аналитических,   
так и в информативных жанрах, например: *Hoher Krankenstand kostet Unternehmen bis zu 90 Milliarden Euro, Was kann ausgerechnet ich für die Demokratie tun?.*

Процент встречаемости заголовков, выраженных эллиптичными предложениями, невелик. Наиболее часто опускаемым членом предложения является глагол *sein*, используемый в предложении   
в качестве глагола-связки или вспомогательного глагола, а смысловую нагрузку несет непосредственно вторая часть составного именного сказуемого или простого глагольного (если речь идет об употреблении предложения в стативе). Вторая составляющая таких видов сказуемого выражена, как правило, прилагательным (в случае составного именного сказуемого) или причастием (при простом глагольном сказуемом), например: *Fachkräftemangel für Wirtschaft problematisch, Zehntausende bei Demo gegen Rechtsextremismus erwartet.*

Что же касается одно- и двусоставных заголовков, то в ходе анализа были получены следующие результаты: среди информационных текстов как экономической, так и общественно-политической тематики преобладают заголовки, выраженные двусоставными предложениями, например: *Bundestag beschließt Paket zum Ankurbeln der Wirtschaft, Vertrauen in den Staat sinkt auf neuen Tiefstand.* Заголовки с такой структурой направлены главным образом на передачу читателям информации, представленной в более развернутом виде в самой статье. Главная задача автора – донести определенные сведения. Односоставные же заголовки ориентированы на то, чтобы заинтересовать читателя, побудить его к прочтению всей статьи. Так как аналитические тексты,   
как правило, достаточно объемны, их составители нередко прибегают   
к заголовкам, выраженным односоставным назывным предложением, например: *Sternfahrt nach Berlin, Ruf nach Arbeitspflicht, Mut zur Freiheit.* Такого рода заголовки, вне всякого сомнения, порождают интерес   
у читателя, поскольку только после ознакомления с целой статьей можно быть полностью уверенным, о чем идет речь.

Особенностью немецкоязычных заголовков, выделенной в ходе анализа, выступил тот факт, что большинство заголовков не располагают знаками препинания, поскольку представлены простыми предложениями, для которых их употребление в значительной мере не свойственно. Одним из наиболее часто используемых знаков препинания являются кавычки   
для передачи главным образом чужой речи, а также цитирования.   
С их помощью авторам удается сохранить объективность статьи   
и остаться беспристрастным, например: «*Die Grundrente ist ungerecht», Familienministerin Lisa Paus: «Die Gesellschaft ist viel weiter als die Politik».*

Употребление двоеточия и тире объясняется их активным использованием в сложных предложениях с целью отделения их частей, например: *Frauen verdienen weiter weniger: Kritik aus Politik, Sigmar Gabriel wird jetzt Banker – na und? Wasserstoff ist selten, teuer und unwirtschaftlich – Berlin will ihn trotzdem.*

Таким образом, рассматривая структуру заголовков немецкоязычных публицистических текстов в экономическом и общественно-политическом дискурсе, можно сделать вывод о том, что главной задачей информационных заголовков является передача в краткой форме определенных сведений читателям, с которыми более детально можно ознакомиться в самой статье. С этой целью авторы предпочитают использовать заголовки, выраженные простыми полными двусоставными распространенными предложениями. Авторы же аналитических статей, обладающих, как правило, большим объемом и поэтому занимающих больше времени при прочтении, стремятся любым способом привлечь читателей, для чего часто используют в качестве заголовков простые односоставные предложения. Тем самым они заинтересовывают читателей, предоставляют им возможность поразмыслить и предположить, о чем же идет речь в самой статье, и впоследствии убедиться в правильности своих догадок, прочитав весь текст.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Дейк, Т. А. ван. Язык. Познание. Коммуникация / Т. А. ван Дейк. – Благовещенск : БГК им. И. А. Бодуэна де Куртенэ, 2000. – 308 с.
2. Пешкова, Ю. В. Роль и функции новостных заголовков в современной немецкоязычной прессе : автореф. дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04 / В. Ю. Пешкова. – М., 2012. – 21 с.
3. Тертычный, А. А. Жанры периодической печати [Электронный ресурс] / А. А. Тертычный. – Режим доступа: <https://clck.ru/3Aga9r>. – Дата доступа: 17.05.24.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. В. КОСТЮЧИК**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – В. А. Захарова

**КОНЦЕПТ «ДРУЖБА» В КИТАЙСКОЙ   
И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ**

Слово «дружба» в русской и китайской лингвокультурах обладает глубоким культурным и историческим контекстом. Оба языка отражают уникальную перспективу на понятие дружбы, предоставляя возможность для интересного контраста и сравнения. В данной статье концепт «дружба» рассматривается через систему паремий, а также через культурные особенности двух языков.

В китайской лингвокультуре концепт дружбы и образ друга занимают центральное место и берут начало в древних философских текстах, таких как концепции Конфуция о взаимоотношениях и социальной гармонии. Это необходимо для понимания дружбы в контексте общественных связей и поддержки. Особое место занимают традиционные ценности: вежливость по отношению к старшим, уважение к преподавателям, различные обращения и отношения между учениками в школах, студентами в вузах, коллегами на работе, ведь все вышеперечисленное помогает сформировать и поддерживать дружеские отношения. Важно учитывать концепцию группового взаимодействия и коллективного сознания, где дружба тесно связана с общественными ожиданиями и интересами.

В китайском языке существует несколько слов и иероглифов, которые могут передать смысл дружбы в различных контекстах. Основным иероглифом является *朋友 ‘друг’*,который состоит из нескольких элементов: *月 ‘луна’* и *友 ‘дружба’*. Также существуют и другие иероглифы, которые обозначают понятие дружбы: *友谊 ‘дружба’, ‘товарищество’*.

Особой категорией являются обращения между студентами, учениками в школах, например, иероглиф *师哥* *‘сестра/брат по учебе’*. У учеников в Китае исторически принято обращаться друг к другу как к братьям и сестрам – эта традиция осталась со времен глубокой древности. Также данный иероглиф играет важную роль в деловых отношениях на работе: если твой друг из университета в будущем становится твоим коллегой или же начальником, то такое обращение в студенческие годы поможет тебе   
в продвижении по карьерной лестнице. Также иероглиф *同學 ‘одноклассник’*, *‘друг по учебе’*, *‘товарищ’*.

В русском языке слово «дружба» также обладает богатым семантическим содержанием и широким кругом ассоциаций. Оно олицетворяет взаимопонимание, преданность, доверительные отношения между людьми, ценности и идеалы. Русская лингвокультура часто выражает важность дружбы через поговорки, пословицы, подчеркивая ее роль в жизни каждого человека.

Среди поговорок со словом «дружба» можно отметить *‘птицы сильны крыльями, а люди – дружбой’*, *‘человек без дружбы – что дерево без корня’*, *‘друг познается в беде’*. Эти пословицы символизируют поддержку, готовность быть рядом в трудные моменты, а также важность данного социального явления.

В русских сказках дружба часто является одним из важных мотивов, который отражает ценности и идеалы русской культуры. Например,   
в сказке «Иван Царевич и Серый Волк» главные герои становятся друзьями, оказывают помощь в различных испытаниях. Их дружба основана на взаимопомощи, доверии и преданности, несмотря на то, что главные герои – человек и волк.

В русской лингвокультуре дружба может рассматриваться как близкие, семейные отношения между людьми, которые могут стать опорой   
и поддержкой. Хотя в русском языке нет такого разнообразия лексических эквивалентов в контексте отношений между коллегами/студентами, люди часто могут обращаться друг к другу «брат» или «сестра».

Таким образом, в обеих культурах слово «дружба» становится зеркалом, отражающим особенности социокультурного контекста. Китайская и русская культуры подчеркивают важность дружбы как составной части человеческой жизни. Несмотря на различия в языках, дружба олицетворяет глубокие и теплые чувства между людьми, что делает ее одним из самых ценных аспектов человеческой жизни.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Задоенко, Т. П. Начальный курс китайского языка : учеб. для вузов : в 3 ч. / Т. П. Задоенко, Хуан Шуин. – М. : Муравей, 2004.

2. Ларионова, Ю. А. Фразеологический словарь современного русского языка / Ю. А. Ларионова. – М. : Аделант, 2014. – 512 с.

3. Электронный словарь Китайского языка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://dictionary.laoshi.ru/同學/>. – Дата доступа: 09.05.2024.

4. Кондрашевский, А. Ф. Современный китайско-русский словарь : более 4500 гнездовых иероглифов и более 20 000 словарных статей / А. Ф. Кондрашевский, М. В. Румянцева, М. Г. Фролова. – М. : Восток – ЗападТверь : АСТ, печ. 2006. – 714 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. В. КОСТЮЧИК**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – В. А. Захарова

**КОНЦЕПТ «ЛЮБОВЬ» В КИТАЙСКОЙ**

**И РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРАХ**

Традиционные национальные представления о любви, взаимоотношениях влюбленных, сюжеты о завоевании взаимности и образы возлюбленных   
во многом схожи в различных культурах, но при очевидном сходстве отношения к любви заметны и определенные межкультурные различия   
в иерархии ценностей человеческой жизни. Данная статья посвящена исследованию концепта «любовь» в русской и китайской языковых картинах мира с целью выявления точек культурно-языкового соприкосновения двух народов.

Объектом исследования стали традиционные представления китайцев и русских о любви, выраженные в лексических значениях слов, фразеологии, прецедентных мифологических текстах – мифах, легендах   
и текстах. Из числа прецедентных текстов русской и китайской культуры для сопоставления были выбраны те, которые содержат некоторые сходства в сюжетных линиях или образах: два текста китайской культуры – легенда о «Погонщике мулов и Ткаче», легенда «Юэ Лао и красная нить судьбы» и два текста русской культуры – «Сказка о царе Салтане», «Легенда о невидимой нити».

В легендах «Погонщик мулов и Ткач» и «Сказка о царе Салтане» сюжетные сходства прослеживаются в наличии преодоления общественных и культурных преград во имя любви. Герои обоих произведений сталкиваются с различными испытаниями и препятствиями на пути к своей любви, подчеркивая важность истинных чувств. Благодаря своей верности друг другу, они обретают истинное счастье, несмотря   
на разницу в социальном статусе. В обеих историях встречаются необычные персонажи – Змей Горыныч и Погонщик мулов, что добавляет элемент фольклора. Однако следует отметить, что «Сказка о царе Салтане» носит более фантастический характер, в то время как легенда   
о «Погонщике мулов и Ткаче» более реалистичная.

В легенде «Юэ Лао и красная нить судьбы» и «Легенде о невидимой нити» прослеживается концепция идеи о «невидимой нити», которая связывает сердца двух людей, предназначенных быть вместе. В двух легендах рассказывается о том, как судьба сплетает невидимую,   
чаще красного цвета, нить между двумя сердцами еще до их рождения. Нить символизирует неразрывную связь между душами. Невидимая нить судьбы может быть изгибистой и сложной, но она всегда приводит   
два сердца к встрече. В этих легендах подчеркивается идея, что даже если две души находятся далеко друг от друга, в конце концов им суждено встретиться.

Традиционные образы любви китайской и русской культуры запечатлены в многочисленных фразеологизмах, идиомах, поговорках, лексических эквивалентах, которые представлены в словарях.

Китайские пословицы: *执子之手, 与子偕老* *‘держа твою руку, состаримся вместе с тобой’; 在天愿作比翼鸟, 在地愿为连理枝   
‘на небесах мы будем птицами, летящими бок о бок, а на земле мы будем двойниками, цветущими веточками на одном дереве’* схожи с русскими пословицами: *‘для милого не жаль потерять и многого’, ‘осилит разлуку нашу горсть сырой земли*’.В этих пословицах отражается образ любви – верной, крепкой, вечной; и в горе, и в радости. Все эти пословицы несут в себе положительную характеристику любви. Существуют также аналоги русских фраз в китайском языке: *一見鍾情/一见钟情*, что означает *‘любовь с первого взгляда*’, *有情飲水飽，無情食飯飢/有情饮水饱，无情食饭饥*   
*‘не мил и свет, когда милого нет’, ‘без тебя не цветно цветы цветут, не красно дубы растут в дубровушке’.*

Однако существуют и негативные стороны отражения любви   
в китайских фразеологизмах, связанные с изменой, непостоянством мужчины и женщины: *青梅竹* *‘зеленые сливы и бамбуковая лошадь’*. Этот фразеологизм описывает детскую дружбу или романтические отношения, которые могут оказаться неверными или неудачными в будущем. *偷天换日* *‘украсть небо и заменить солнце’*, что означает коварство и обман в отношениях, а также измену.

В русской культуре тоже существуют фразеологизмы, пословицы   
с негативным окрасом любви, которые указывают на непостоянную, неудачную любовь: *‘злого любить – себя губить’, ‘чужого мужа полюбить – себя погубить’, ‘он любит в чужих дачах охотиться’*. Народные русские пословицы и поговорки иногда носят иронический характер: *‘муж да жена – одна сатана’, ‘злая жена сведет мужа с ума’.*

Таким образом, можно сделать вывод о том, что китайские и русские легенды, сказки, тексты и фразеологизмы имеют много общих черт, все они отражают человеческие чувства и ценности. В обеих культурах часто любовь рассматривается как непоколебимая сила, способная преодолеть любые препятствия. Истории разлуки и воссоединения влюбленных являются основной темой не только китайских произведений, но и русских. Часто присутствует тема жертвенной любви, самопожертвования ради любимого человека. Обе культуры придают большое значение верности и преданности, настоящим чувствам, которые далеки от мира материальных ценностей и денежного богатства. Как в русских легендах и сказках, так и в китайских присутствуют мифические элементы, такие как превращения в звезды, птиц и другие существа. Главное различие заключаются в том, что в китайской культуре акцент делается на гармонии и балансе, в то время как в русской культуре часто прослеживается   
тема страдания. Однако тема любви в русской и китайской культурах остается актуальной и универсальной, она продолжает вдохновлять поэтов   
и художников на создание произведений, для знакомства читателей   
и зрителей с разнообразными аспектами человеческих взаимоотношений.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Даль, В. И. Толковый словарь живого великорусского языка [Электронный ресурс] / В. И. Даль. – Режим доступа: <https://runivers.ru/lib/book3178/>. – Дата доступа: 09.05.2024.

2. Даль, В. И. Пословицы и поговорки русского народа / В. И. Даль. – М. : Эксмо-Пресс, 2021. – 416 с.

3. 成语词典 Китайский фразеологический словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.toolfk.com/en/tools/online-idiom.html>. – Дата доступа: 09.05.2024.

4. 新华字典 Новый китайский словарь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xh.5156edu.com>. – Дата доступа: 09.05.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. А. ЛИСОВА**

Витебск, ВГУ имени П. М. Машерова

Научный руководитель – А. Н. Береснева

**ТРАНСЛЯЦИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕНОСТЕЙ**

**ПОСРЕДСТВОМ ЗАГОЛОВКОВ АНГЛИЙСКИХ ГАЗЕТ**

Трансляция национальной культуры через СМИ играет важную роль   
в сохранении и продвижении культурного наследия страны. Этот процесс помогает сохранить и передать ценности, традиции и идентичность народа через поколения. Одной из главных целей трансляции национальной культуры является сохранение культурного многообразия и уникальности, предотвращение исчезновения традиций и обычаев. Трансляция культуры и национальных ценностей также способствует укреплению национальной гордости и самоидентификации, позволяя людям лучше понимать свое происхождение и историю страны. Газетные заголовки являются особым инструментом передачи данных национальных ценностей. Актуальность данной работы объясняется тем, что анализ газетных заголовков сможет сформировать четкое представление о современных, национальных ценностях британского общества.

Материалом исследования послужили заголовки англоязычной прессы, которые отражают национальные ценности британского общества. Анализ газетных заголовков проводился посредством использования интернет-изданий британских газет The Times [1], The Guardian [2], The Independent [3], The Observer [4] за период 2024 г. Для анализа полученного материала использовался метод классификации и описательно-аналитический метод.

Цель исследования – проанализировать трансляцию национальных ценностей через заголовки английских газет как средство выражения национальной идентичности и формирования общественного сознания.

В нашем исследовании мы подтвердили, что национальные ценности влияют на поведение людей, социальные нормы и политические системы. Именно они выступают в роли социально и нормативно-культурных аксиом поведения людей одной этнической принадлежности [5],   
т. к. на протяжении всей жизни человек приобретает различного рода ценности, которые влияют на его поведение, мировоззрение, установки   
и цели. Мы подтвердили, что люди, проживающие в разных странах, обладают разными национальными ценностями, которые формируются   
у человека исходя из ориентиров и норм, принятых в определенном государстве.

Традиционные национальные ценности играют значительную роль   
в формировании жизненных ориентиров современных англичан. Эти ценности олицетворяют накопленный опыт и культурное наследие страны, которые влияют на образ мышления, поведение и социокультурные нормы английского общества, а также олицетворяют принципы и идеалы, которые определяют общественное и культурное самосознание, объединяя народ   
и обеспечивая стабильность и идентичность.

Заголовки британской прессы играют существенную роль в трансляции национальных ценностей, отражая их актуальность, значимость   
и интерпретацию в обществе. Заголовки статей в различных газетных изданиях выступают в качестве инструмента не только для информирования, но и воздействия на культурно-моральные, этические, национальные ценности человека. На основании заголовков британской прессы и отображении национальных ценностей Великобритании посредством данных заголовков были выявлены следующие превалирующие ценности.

Одной из важнейших национальных ценностей Великобритании является королевская семья. Данный «бренд Британии» занимает   
особое место в национальной символике и ценностях общества. Королевская семья является одним из символов стабильности, традиции   
и преемственности в британской культуре. Кроме того, королевская семья является важным институтом для поддержания национального единства   
и исторической связности. Именно поэтому данная национальная ценность отражается в британских газетных заголовках: *How King Charles wants to ‘honour Queen’s memory’ this summer?; Prince William: Catherine and I are focused on Diana’s legacy; King honours Prince and Princess of Wales.*

Великобритания славится своей древней монархической традицией, которая является символом стабильности и единства нации. Культурное наследие монархии, включая королевские обряды, парады и торжества, играет важную роль в формировании национальной идентичности   
и гордости англичан. Британские газеты транслируют данную ценность посредством заголовков: *St Kitts and Nevis PM: the importance and power of the monarchy; King Charles III’s coronation oath is a crucial part of the ceremony – experts explain; Queen Elizabeth II: a moderniser who steered the British monarchy into the 21st century.*

В качестве важного аспекта национальных ценностей можно выделить демократию. Принципы свободы, равенства и справедливости играют важную роль в политической и социальной жизни Англии, обеспечивая защиту гражданских прав и свобод и обеспечивая стабильность и развитие общества. Данные принципы отображаются через следующие заголовки: *Parliamentary democracy in the UK; The development of British democracy; Rafael Behr: In Britain and the US, elections signify democracy.*

Толерантность и уважение к разнообразию являются важнейшими ценностями. Англичане гордятся своим многонациональным   
и многокультурным обществом, в котором каждый человек имеет право на свои убеждения и образ жизни. Это отражается в открытости к миграции, культурному обмену и в уважении к правам и свободам каждого человека. Никто не должен иметь преференций перед другими из-за принадлежности к определенной группе [6, с. 63]. Например: *Diversity lesson. The school where no one is an outsider; Football doesn’t have a gender or religion’; King Charles stresses importance of understanding in religious faiths.*

Патриотизм – чувство любви и преданности своей стране, своему народу, культуре и традициям, готовность служить интересам Британии, поддержание единства нации и чувства принадлежности к общему сообществу – представляет еще одну ключевую национальную ценность. Все это находит отражение в заголовках британской прессы: *Thoughts & Views: The foundations of our nation; English football has no identity without the St George’s flag; Proud to be English: How we can shape a progressive patriotism.*

История является неотъемлемой частью национальной идентичности   
и ценностей британского общества. Великобритания обладает богатым историческим наследием, которое оказывает глубокое влияние   
на современную культуру, общество и самосознание нации. Интернет-издания транслируют историю как национальную ценность посредством следующих заголовков: *The Guardian view on British history: we need to know; Open your eyes to Britain’s hidden history; A journey through the forgotten history of Britain.*

Ключевой традиционной национальной ценностью в Великобритании является уважение к традициям. Стремление сохранить и передать историческое наследие является важным аспектом английской культуры. Это проявляется в уважении к королевской семье, обрядам и традициям,   
а также в обычаях, связанных с празднованием национальных праздников. Например: *The ancient royal tradition of counting swans on the River Thames; How Britain fell out of love with its national drink; Christmas past, Christmas present: how secular Britain found new ways to celebrate the season.*

Образование занимает центральное место в системе ценностей британского общества и считается одной из его ключевых национальных ценностей. Британия веками отличалась высоким уровнем образования,   
и этот принцип прошел сквозь время, оставаясь одним из основополагающих принципов ее культуры и общественной жизни. Например: *Queen Camilla tells children reading will open doors for them in life; Best UK universities for education – league table; Every year spent in school or university improves life expectancy, study says.*

Спорт также занимает важное место в национальных ценностях современной Англии. Футбол, крикет, регби и другие спортивные виды активно приветствуются в обществе, становясь источником единства   
и гордости нации. Увлечение спортом объединяет англичан и способствует формированию здорового образа жизни и духа соперничества. Также   
и британские газетные издания популяризируют спорт как особую национальную ценность: *Football is the main pride of Great Britain today; England women’s make women start to final qualifying group; Cricket England team is among the top three.*

Неотъемлемой частью национальных ценностей Англии является культура, включая литературу, искусство, музыку и театр. Богатое культурное наследие страны, начиная с Шекспира и заканчивая современными музыкальными и художественными произведениями, отражает богатство культурного разнообразия и вклад Англии в мировую культуру. Например: *London Tide, National Theatre – Dickens turned into restless river drama with music by PJ Harvey; Huge resonance today’: Scream print is centerpiece of major Munch exhibition; Shakespeare: the conspiracy theories.*

Таким образом, в ходе исследования формирования национальных ценностей британцев посредством газетных заголовков мы сделали вывод, что они играют важную роль в процессе развития и поддержания общественных установок, идентичности британского общества и его основных ценностей. Газетные заголовки отражают не только текущие события и новости, но и вкладывают в них определенные ценностные оценки, которые отражают идеалы и установки страны. Таким образом, отражение специфики национальных и культурных ценностей посредством заголовков газет является важной составляющей при формировании национальных ценностей.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. The Times [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.thetimes.co.uk. – Date of access: 11.05.2024.
2. The Guardian [Electronic resource]. – Mode of access: http://theguardian.com. –   
   Date of access: 13.05.24.
3. The Independent [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.indepen-dent.co.uk. – Date of access: 14.05.24.
4. The Observer [Electronic resource]. – Mode of access: https://www.theobserver.com. – Date of access: 15.05.2024.
5. Крысько, В. Г. Национальные ценности [Электронный ресурс] / В. Г. Крысько. – Режим доступа: <https://gufo.me/dict/ethnographic/>. – Дата доступа: 15.05.2024.
6. Корниенко, О. Ю. Базовые ценности Великобритании вчера и сегодня / О. Ю. Корниенко // Ценности и смыслы. – 2020. – № 5. – С. 60–73.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**В. В. НОВИК**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – И. Ф. Нестерук

**Функциональный аспект оценочного сравнения**

**в структуре авторского текста**

В настоящее время вопрос о природе сравнений привлекает все больше внимания лингвистов. В словаре О. С. Ахмановой сравнение определяется как «фигура речи, состоящая в уподоблении одного предмета другому, у которого предполагается наличие признака, общего с первым» [1, с. 450]. И. Б. Голуб считает, что сравнение является «сопоставлением одного предмета с другим с целью художественного описания первого» [2, c. 141]. Таким образом, сравнение представляет собой сопоставление двух объектов или явлений по определенному признаку, который наилучшим образом выражает задумку или мироощущение автора. Через сравнение изображаемые объекты становятся более конкретными и выразительными. Оно является мощным инструментом для характеристики явлений и помогает раскрыть авторское мировоззрение, выявляя его субъективное отношение к объективной реальности.

В современном языкознании оценочное сравнение в структуре художественного текста представляет собой важную тему исследования, которая позволяет раскрыть многообразие языковых средств выражения оценочной информации. Анализ использования автором сравнительных конструкций позволяет не только понять особенности языкового выражения оценки, но и углубить понимание механизмов построения художественного текста, который представляет собой сложную систему языковых символов, в которой реализовываются языковые элементы всех уровней.

В процессе работы анализ сравнительных конструкций проводился   
на базе текста романа Патрика Зюскинда «Парфюмер. История одного убийцы» [3]. Объем выборки составил 100 страниц авторского текста.   
В основу анализа была положена структурно-смысловая классификация сравнений: простые (нераспространенные), распространенные и развернутые сравнения. По итогам анализа можно представить следующие результаты: было определено три группы сравнительных конструкций, содержащих   
70 единиц. Из них 42 (60 %) простых, 28 (40 %) распространенных   
и 0 (0 %) развернутых. Данные результаты представлены в диаграмме (рисунок)



Рисунок 1 – Структурно-смысловая классификация сравнительных конструкций в тексте романа П. Зюскинда «Парфюмер.

История одного убийцы»

Таким образом, автор использует большое количество простых   
и распространенных сравнений, которые создают яркое и выразительное описание событий, персонажей и окружающего мира. В романе они часто используются для описания запахов, которые играют важную роль в жизни главного героя. Создавая ассоциации и образы, автор использует сравнительные конструкции, которые усиливают воздействие произведения на читателя, рисуют внутренний мир главного персонажа. Сравнения   
в этом случае помогают представить эмоциональный духовный мир автора и его личное отношение к происходящему.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ахманова, О. С. Словарь лингвистических терминов / О. С. Ахманова. – М. : КомКнига, 2007. – 576 с.
2. Голуб, И. Б. Стилистика русского языка / И. Б. Голуб. – М. : Айрис-пресс,   
   1997. – 448 с.
3. Süskind, P. Das Parfum – Die Geschichte eines Mörders / P. Süskind. – Zürich : Diogenes, 1985. – 264 S.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**М. Б. Султанова**

Витебск, ВГУ имени П. М. Машерова

Научный руководитель – Т. Н. Петрашко

**МЕСТО АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА В ИНДИИ**

**В ДИАХРОНИЧЕСКОМ АСПЕКТЕ**

Английcкий язык являeтcя oдним из caмых шиpoкo иcпoльзуeмых языкoв в миpe и игpaeт знaчитeльную poль вo мнoгих oблacтях жизни. Егo знaчeниe в coвpeмeннoм миpe тpуднo пepeoцeнить. Вo-пepвых, aнглийcкий язык являeтcя мeждунapoдным языкoм oбщeния, oн иcпoльзуeтcя   
в дeлoвых пepeгoвopaх, диплoмaтичecких oтнoшeниях, coтpудничecтвe мeжду paзличными cтpaнaми и культуpaми. Знaниe aнглийcкoгo ceгoдня cчитaeтcя пpизнaкoм выcoкoгo культуpнoгo и oбpaзoвaтeльнoгo уpoвня. Вo-втopых, aнглийcкий язык являeтcя ключoм к миpoвoй культуpe   
и oбpaзoвaнию. Блaгoдapя знaнию aнглийcкoгo языка люди мoгут лeгкo читaть миpoвую литepaтуpу, cмoтpeть фильмы и cepиaлы нa opигинaльнoм языкe, изучaть нoвыe нaпpaвлeния в нaукe и тeхникe. Кpoмe тoгo, знaниe aнглийcкoгo языкa oткpывaeт нoвыe вoзмoжнocти для путeшecтвий   
и paбoты зa гpaницeй. Cпeциaлиcты, влaдeющиe aнглийcким, имeют бoльшe шaнcoв нa уcпeх в мeждунapoднoй кapьepe и мoгут лeгкo oбщaтьcя c инocтpaнными кoллeгaми и пapтнepaми.

В рамках данной статьи рассматривается языкoвая cитуaция и мecтo aнглийcкого языка в современной Индии. Оcoбeннocти, хapaктepизующиe индийcкий aнглийcкий, ocтaютcя мaлoизучeнными и пpeдcтaвляют coбoй бoгaтую пoчву для дaльнeйших иccлeдoвaний, чтo oбуcлoвливaeт aктуaльнocть дaннoгo нaпpaвлeния.

Aнглийcкий язык являeтcя oфициaльным языкoм мнoгих гocудapcтв, cpeди кoтopых в пepвую oчepeдь oтмeчaют Вeликoбpитaнию, CШA, Кaнaду, Авcтpaлию, Нoвую Зeлaндию. Oкoлo 1,6 млpд. людeй, т. e. пoчти 1/3 нaceлeния вceгo зeмнoгo шapa гoвopит нa aнглийcкoм языкe, хoтя poдным aнглийcкий являeтcя тoлькo для 380 млн людeй. Бoльшaя чacть книг, жуpнaлoв, гaзeт издaeтcя имeннo нa этoм языкe. Paдиo, тeлeвидeниe, ocoбeннo блoкбacтepы, тaкжe cпocoбcтвуют pacпpocтpaнeнию языкa. Coглacнo cтaтиcтичecким дaнным бoлee 80 % coдepжaния Интepнeтa –   
нa aнглийcкoм языкe, хoтя 44 % пoльзoвaтeлeй гoвopят нa дpугoм языкe.

Индия зaнимaeт ceдьмoe мecтo пo плoщaди и втopoe пo чиcлeннocти нaceлeния, нacчитывaя oкoлo 17 % житeлeй Зeмли. В cocтaв Фeдepaтивнoй pecпублики Индия вхoдят 28 штaтoв и 7 coюзных тeppитopий. Языкoвoй лaндшaфт cтpaны чpeзвычaйнo cлoжeн, нacчитывaя 18 oфициaльных языкoв и мнoжecтвo диaлeктoв.

Aнглийcкий язык являeтcя oфициaльным нapяду c хинди, нo выпoлняeт вcпoмoгaтeльную poль. Oн шиpoкo иcпoльзуeтcя в бизнece, aдминиcтpaции и, в чacтнocти, в cpeдних и выcших учeбных зaвeдeниях. Влaдeниe aнглийcким языкoм являeтcя oбязaтeльным для индийcкoй интeллигeнции.

В cвязи c влияниeм aнглийcкoгo языкa в oбpaзoвaнии, мнoгиe пpeдcтaвитeли cтpaны влaдeют им лучшe, чeм хинди. В нacтoящee вpeмя в Индии чиcлo гoвopящих нa aнглийcкoм пpeвышaeт тaкoвoe в Англии, дocтигaя 25 млн. Aнглийcкий язык иcпoльзуeтcя в пoвceднeвнoй жизни и paбoтe в кpупных гopoдaх, гдe oн пpимeняeтcя в гaзeтaх (бoлee 3000 издaний, чтo пpeвocхoдит чиcлo гaзeт нa хинди), мeню pecтopaнoв и кaфe, тeлeфoнных cпpaвoчникaх и дopoжных знaкaх.

Aнглийcкий язык, шиpoкo pacпpocтpaнeнный в Индии, пpиoбpeл oтличитeльныe ocoбeннocти пoд влияниeм вpeмeни, индийcких языкoв   
и пpeoблaдaющих бpитaнcких и aмepикaнcких aкцeнтoв.

Уpoвни влaдeния языкoм вapьиpуютcя oт бaзoвoгo лeкcикoнa у тopгoвцeв дo cвoбoднoгo влaдeния у oбpaзoвaнных людeй и гocудapcтвeнных cлужaщих, кoтopыe чacтo пepeключaютcя мeжду aнглийcким и poдным языкoм, cчитaя aнглийcкий poдным. Индийcкий aнглийcкий язык oхвaтывaeт шиpoкий cпeктp вapиaнтoв – oт paзгoвopнoгo дo cтaндapтнoгo, извecтнoгo кaк «книжный». Эти вapиaнты paзличaютcя нa фoнeтичecкoм, мopфoлoгичecкoм, лeкcичecкoм и cинтaкcичecкoм уpoвнях.

Пoявлeниe aнглийcкoгo языкa в этoй cтpaнe нepaзpывнo cвязaнo   
c пepиoдoм, кoгдa Индия былa кoлoнизиpoвaнa Англиeй. Изнaчaльнo aнглийcкий иcпoльзoвaли иcключитeльнo aнгличaнe-кoлoнизaтopы. Oднaкo co вpeмeнeм индийцы тaкжe cтaли иcпoльзoвaть этoт язык, пoявилиcь нoвыe cфepы eгo пpимeнeния. Oднoй из тaких cфep cтaлo oбщeниe мeжду aнгличaнaми и мecтным нaceлeниeм. Индийцы, oбучaвшиecя aнглийcкoму, cтaли иcпoльзoвaть eгo для взaимнoгo oбщeния. Имeннo тaк пoявилacь cpeдa, гдe aнглийcкий язык пpимeняeтcя иcключитeльнo cpeди индийцeв. Нecмoтpя нa тo, чтo кoличecтвo aнгличaн в Индии былo нeвeликo (к 1940 г. oкoлo 130–150 тыc. чeлoвeк, чтo cocтaвлялo oднoгo aнгличaнинa нa 2,5 тыc. индийцeв), aнглийcкий язык пoд вoздeйcтвиeм языкoвoй пoлитики, пpoвoдимoй кoлoнизaтopaми, пpoник вo мнoгиe oблacти жизни индийcкoгo oбщecтвa.

Сегодня в coвpeмeннoй Индии пpoиcхoдит тeндeнция к лeкcичecкoму   
и чacтичнo гpaммaтичecкoму взaимoвлиянию хинди и aнглийcкoгo.   
В cвязи c этим пoявилиcь лингвиcтичecкиe тepмины – хинглиш (cмeшaннoгo хинди и aнглийcкoгo языкoв в peчи людeй) и индлиш (упoтpeблeниe в peчи и литepaтуpe индийcкoгo aнглийcкoгo языкa). Хинглиш пpeдcтaвляeт coбoй нoвый этaп зaимcтвoвaния aнглийcкoгo языкa пpи взaимoвлиянии нapoдных культуp. Фaктичecки этo cлияниe двух гocудapcтвeнных языкoв Индии – хинди и aнглийcкoгo.

Английский язык aктивнo иcпoльзуeтcя в Индии в coвpeмeннoм иcкуccтвe, в кинo, нa тeлeвидeнии, в peклaмe, в cpeдcтвaх мaccoвoй инфopмaции и являeтcя oбязaтeльным для cтудeнчecкoй мoлoдeжи, индийcких cпeциaлиcтoв, бизнecмeнoв и paбoтникoв в cфepe инфopмaциoнных тeхнoлoгий и aутcopcингa. Oкoлo 350 млн индийцeв гoвopят нa нем кaк нa втopoм языкe. Более того, слoвa и выpaжeния   
из хинглишa вce чaщe вхoдят в мeждунapoдный cлoвapный зaпac, oтpaжaя индийcкий вклaд в aнглийcкий язык. Вce бoльшe cлoв из paзличных культуp будут пpoдoлжaть пpoникaть в aнглийcкий язык, cтaнoвяcь eгo нeoтъeмлeмoй чacтью.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. В. ТЕЛЮКОВА**

Витебск, ВГУ имени П. М. Машерова

Научный руководитель – Г. Ш. Бочкова

**ЭТИМОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ РУССКИХ И АНГЛИЙСКИХ**

**ЯЗЫКОВЫХ ЕДИНИЦ КОНЦЕПТА «БРАК» И “MARRIAGE”**

Изучение концептов в языке требует использования последних достижений этимологии. Анализ структуры слов, обозначающих данные концепты, помогает понять их происхождение и эволюцию в человеческом мышлении. Этимологический аспект, или внутренняя форма слова,   
по определению Ю. С. Степанова, является ключом к пониманию их значений, «основой, на которой возникли и держатся остальные слои значений» [1]. Применение этимологического анализа в исследованиях раскрывает их начальные стадии и развитие в культуре.

Актуальность изучения этимологии слов «брак» и “marriage” связана   
с пониманием исторических и культурных контекстов, в которых эти понятия возникли. Изучение этимологии слов «брак» и “marriage” также может помочь понять различия в традициях брака и семейных ценностях   
в разных культурах.

Цель данного исследования – определить происхождение языковых единиц «брак» и “marriage” в русском и английском языках и провести их сравнительный анализ.

Зачастую неверное истолкование значения слова связано с неверным пониманием происхождения и значения слов. Поскольку в русском языке слово «брак» является омонимом, мы рассмотрим два явления и выясним, объединены ли они общим происхождением и связаны ли они по смыслу.

Слово «брак» употребляется в двух совершенно разных значениях – ‘супружество’ и ‘негодное качество’. Слово «брак» в значении ‘супружества’ происходит от ст.-слав. слова *бракъ*, которое образовано   
с помощью суффикса -к от глагола *брати* ‘брать’. Это связано   
с выражением «брать замуж» и древним обычаем похищения девушек. Время возникновения слова неизвестно. Считается, что слово «брак» заимствовано из церковнославянского языка на основе его истории. Однако точное происхождение слова остается неясным [2, c. 186].

Этот лексематический стержень первоначально охватывал широкий спектр социокультурных связей, включая начало супружеской жизни, семейный статус, заключение союзов между государствами или племенами. В древности брак в России представлял собой форму договора, при которой муж «брал» себе жену. Таким образом, акт бракосочетания был процессом «взятия» жены. В ходе лингвистического эволюционного процесса термин «брак» претерпел семантическое сужение и начал употребляться исключительно в контексте института супружества.   
Он обозначает официально зарегистрированный брак между мужчиной   
и женщиной, а также соответствующий статус их союза в обществе.

Что касается понятия «брак», означающего ‘недоброкачественное изделие’, то это слово заимствовано в XVII в. от нем., где *brack* – ‘недостаток, негодный товар’, произведено от глагола *brechen* ‘ломать’. Кроме того, у этого слова есть и другой родственник – английский глагол *break* ‘ломать’ [3, c. 43].

Опираясь на различную этимологию слов, можно сделать вывод о том, что слово «брак» в значении ‘бракосочетания’ или ‘замужества’ происходит от слова «брать», которое не имеет никакой связи с другим словом «брак», обозначающим негодный товар. Этот пример демонстрирует случай неясной омонимии, когда одинаковые слова используются для обозначения разных понятий.

Слово “marriage” в английском языке, используемое для обозначения супружеского союза, имеет свою этимологию. Оно происходит   
от среднеангл. *mariage*, которое, в свою очередь, уходит к старофр. *mariage* или *marier*, производным от латинского *maritare*, образованного   
от слова *maritus*, означающего ‘муж’ или ‘супруг’. Эволюция этого термина отражает исторические трансформации в понимании супружеского статуса и связанных с ним обрядов. Исторически слово *marriage* использовалось для описания формального союза между мужчиной   
и женщиной, а также процесса заключения и регистрации этого союза   
в обществе.

Концепт “marriage” в английском языке этимологически связан с рядом других понятий. Эти слова имеют общий корень *-marit-*, который относится к понятию брака или супружества. Например: *married* – ‘состоящий в браке, женатый или замужняя’; *marital status* – ‘семейное положение, статус брака’; *marital* – ‘относящийся к браку или супружеству’; *matrimony* – ‘брак, союз между мужчиной и женщиной’ и др.

В контексте бракосочетания, *maritare* указывает на акт ‘выдачи замуж’ или ‘обручения’, когда женщина ‘берется замуж’, и начинает вступать   
в институт брака. Интересно отметить, что слово «брак» (*marriage*)   
в английском языке сохранило свои латинские корни, связанные   
с римскими традициями и католической церковью, в отличие от слова   
в русском языке, которое имеет древнерусские корни.

Проанализировав происхождение слова «брак» в русском и английском языках, можно сделать вывод о том, что они имеют различную этимологию и являются заимствованиями, а также эти слова отражают различные аспекты института брака и супружества в культуре каждого языка. Слово «брак» в русском языке имеет двойное происхождение,   
не имеющее прямой связи друг с другом, а слово “marriage” сохранило связь с церковными традициями, отражающими свои культурно-исторические особенности в англоязычном языковом сознании.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Степанов, Ю. С. Константы. Словарь русской культуры. Опыт исследования / Ю. С. Степанов. – М. : Яз. рус. культуры, 1997. – 824 с.
2. Шанский, Н. М. Этимологический словарь русского языка / Н. М. Шанский, Т. А. Боброва. – М. : Прозерпина : Школа, 1994. – 400 с.
3. Крылов, Г. А. Этимологический словарь русского языка / Г. А. Крылов. – СПб. : Виктория плюс, 2004. – 432 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Актуальные проблемы лингвистических исследований: ЗАРУБЕЖНАЯ ЛИТЕРАТУРА**

**И интерпретация художественных текстов**

**А. В. ГОРГУН**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – С. Н. Дягель

**АЛЛЮЗИВНЫЕ ПОЭТОНИМЫ В РОМАНЕ М. ЭНДЕ**

**«ИСТОРИЯ, КОТОРОЙ НЕТ КОНЦА»**

Литературное творчество Михаэля Энде всегда отличалось глубокой философской насыщенностью и уникальным стилем повествования. Одним из факторов создания уникального авторского стиля является использование аллюзивных поэтонимов – литературных имен собственных, указывающих на другие произведения, персонажей, события или элементы, известные из литературных, художественных или исторических источников. Основная их функция заключается в создании вертикального контекста, т. е. в установлении интертекстуальных связей   
и отсылок к другим элементам или уровням внутри самого произведения. Вертикальный контекст – это информация историко-филологического характера, которая требует фоновых знаний для полного понимания.   
Он может быть филологическим (цитаты, аллюзии, деформированные идиомы) или социально-историческим (реалии, имена собственные, топонимы).

Множество поэтонимов в романе М. Энде «История, которой нет конца» выполняют аллюзивную функцию, которая проявляется через отсылки к различным культурным и мифологическим традициям. Художественное пространство романа, таким образом, становится полем для интертекстуальных отсылок и игр, что обогащает текст глубокими культурными и мифологическими слоями.

Рассмотрим подробнее аллюзивные поэтонимы в тексте романа [1]. Так, исследователи творчества М. Энде считают, что имя антагониста главного героя – вервольфа Гморка (*Gmork*) – аллюзивно отсылает   
к реальному человеку – Хансу Гморку – представителю Национал-социалистической немецкой рабочей партии (НСДАП) в городе Энде   
в Баварии. Через эту отсылку создаются дополнительные коннотации   
и подчеркивается сходство между персонажами: аллюзия придает оборотню атрибуты реального зла, исторически обусловленной жестокости и агрессии. Очевидное сходство подкрепляется и на уровне содержания образа, т. к. Гморк описывается как безжалостное, злобное и агрессивное существо, озабоченное только собственным выживанием и не проявляющее морали или сочувствия.

К великому английскому драматургу Уильяму Шекспиру отсылает поэтоним *Schexpir*, представляющий собой слегка видоизмененный реальный оним. Так зовут знаменитого путешественника по странам Фантазии, который писал песни и стихи. Имя вызывает ассоциации с литературным мастерством и традициями, подчеркивая важность слова и рассказа в создании и поддержании мира Фантазии.

В романе присутствует ряд аллюзивных поэтонимов, отсылающих   
к другим художественным мирам, например, к древнегреческой мифологии – мифопоэтонимов (мифонимов). Так, поэтоним *Argax* (рус. Аргакс) – имя обезьяны, выступающей в роли стража Города Императоров – отсылает к «Одиссее» Гомера. В «Одиссее» Аргус был верным псом, который ждал своего хозяина, царя Одиссея, в течение многих лет, пока тот отсутствовал. Это имя подчеркивает присущие персонажу качества верности, надежности, стойкости и преданности. Имя одного из главных героев романа Атрейо (*Atréju*) также аллюзивно связано с древнегреческой мифологией, отражая бесстрашность и героическую судьбу персонажа.   
В переводе с древнегреч. *atreus* значит ‘бесстрашный’, это же имя носил персонаж древнегреческой мифологии царь Атрей. В произведении Атрейо является молодым воином-охотником из страны Зеленого океана, который принимает на себя ответственность за спасение мира Фантазии, что делает его архетипическим героем, чья судьба переплетается с судьбой всего мира. Мифологические аллюзии содержатся также в других именах персонажей второстепенного значения. Имя лекаря-кентавра Цайрона (*Caíron*) происходит от имени персонажа греческой мифологии Хирона, который был также кентавром. Имя *Gaya, die Finstere Fürstin* (рус. Гайя, Принцесса Тьмы) отсылает к древнегреческому слову *γαῖα*, что означает ‘земля’. В античном мире Геей называли богиню Земли и мать всех богов, которая была величественной и могущественной сущностью. Аллюзия подчеркивает величие и могущество принцессы, аналогичные богине Земли из древнегреческой мифологии.

Название леса орхидей *Garten Oglais* может быть связано с именем древнегреческой богини Аглайи, одной из харит – богинь красоты, изящества и величия. Аглайя ассоциировалась с сиянием, блеском   
и великолепием, что хорошо соотносится с описанием сада как места, где сияют невиданными красками гигантские плотоядные орхидеи.

Аллюзивным является топопоэтоним *Elfenbeinturm* (рус. Башня слоновой кости). Название дома правительницы Фантазии представляет собой классическую литературную аллюзию. В европейской культуре эта внедренная французским критиком и поэтом Сент-Бевом метафора стала символом отрыва от реальности, уединения и недоступности для простых людей. Будучи использованным в тексте романа, топопоэтоним выступает как символ элитарности, отчужденности и возвышенности Девочки-Королевы, а также подчеркивает ее роль как недосягаемого источника мудрости и власти в мире Фантазии.

В произведении присутствуют и другие топонимы, вдохновленные мифами разнообразных культур. Имя города *Brousch* (рус. Броуш), расположенного на стыке реальности и фантазии, отражает влияние азиатских и арабских легенд, где мифический Буш часто изображается как место, где встречаются огромные растения и необыкновенные существа. Топопоэтоним *Goab*, *die Wüste der Farben* (рус. Гоаб, Пустыня Цветов), отсылая к мифологии народа Сан, вводит в текст элементы древнейших верований и ритуалов, связанных с поклонением природным явлениям и божествам, таким как бог песка *Goab*. Название *Zauberschloß Hórok* (рус. Замок Хорок) отсылает уже к германской мифологии, где Хороком (*Tzhoruk*) называли злого духа. Это название придает месту таинственный и, возможно, даже зловещий оттенок, углубляя темные аспекты мира Фантазии.

Интересно, что аллюзивная функция не обязательно проявляется через семантику поэтонима, отсылающего к прецедентному тексту. Поэтоним может создавать образ, ассоциативно указывающий на прецедентный текст. Так, меч *Sikánda* (рус. Зиканда) дает своему обладателю магические способности; в романе меч принадлежит Атрейо и служит ему не только в качестве оружия, но и символизирует его силу и способность побеждать. Само наличие в тексте сказки волшебного меча с собственным именем отсылает читателя к артуровской мифологии: здесь прослеживается аллюзия на меч Эскалибур короля Артура.

Следует отметить, что преобладающий способ создания   
аллюзивных поэтонимов в романе – это языковая игра: как правило,   
М. Энде использует окказиональные словообразовательные дериваты прецедентных имен (имя кентавра *Caíron* – от греч. *Chiron*, имя обезьяны-стража *Argax* – от *Argus* и т. д.).

Таким образом, автор романа широко использует аллюзивные поэтонимы. Задействуя культурно-исторические ассоциации читателя, М. Энде дополняет их своими авторскими интенциями так, что возникает уникальный,   
но хорошо узнаваемый образ объекта или персонажа реального мира.   
При этом актуализация аллюзивной функции поэтонимов у читателей определяется их фоновыми знаниями, ее предпосылкой является обширный пласт знаний, включающий знание мифологий разных народов

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ende, M. Die unendliche Geschichte / M. Ende. – Stuttgart : K. Thienemanns Verlag, 1979. – 428 S.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Д. В. ЛИСОВСКАЯ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – В. А. Петровская

**КОНЦЕПТ «АМЕРИКАНСКОЙ МЕЧТЫ» В РОМАНЕ**

**Т. ДРАЙЗЕРА «СЕСТРА КЕРРИ»**

Роман «Сестра Керри» появился одновременно с другими произведениями, реалистически изображавшими различные стороны американской жизни в XIX и XX вв. Но именно роман Т. Драйзера раскрыл суть «американской мечты», показав взлет и падение тех, кто верил в возможность осуществления такой мечты, их столкновение   
с жестокой реальностью и разочарование, превращение «американской мечты» в «американскую трагедию».

Летом 1899 г. молодой журналист Теодор Драйзер вместе с супругой переехал из Нью-Йорка в деревню Моми. Здесь, в доме своего друга А. Генри, он написал несколько рассказов: «Блестящие рабовладельцы» (“McEwen of the Shining Slave Makers”), «Негр Джеф» (“Nigger Jeff”)   
и др. Генри упорно и настойчиво уговаривал его начать работу над романом. «Наконец, − рассказывает Драйзер, − в сентябре 1899 г. я взял кусок желтой бумаги и, чтобы угодить ему, написал наобум заглавие − “Сестра Керри” и начал писать» [1].

Сюжет романа «Сестра Керри» (“Sister Carrie”) вдохновлен историей одной из сестер Драйзера по имени Эмма. Она жила в Чикаго на деньги архитектора, к которому не испытывала больших чувств. Эмма встретила управляющего рестораном Л. А. Гопкинса, который, оставив свою семью, увез ее в Канаду, забрав из кассы ресторана 3,5 тыс. долларов. Позже он вернул часть денег, но история была подробно описана в чикагских газетах, хотя собственники ресторана не стали подавать на него в суд после возврата части средств.

В романах Т. Драйзера «Сестра Кэрри» (“Sister Carrie”), «Дженни Герхардт» (“Jennie Gerhardt”), «Финансист» (“The Financier”)   
и «Американская трагедия» (“An American Tragedy”) затрагиваются новые социальные проблемы, которые возникли в быстро развивающейся Америке тех лет и тесно связаны с концептом «американской мечты».

Главные герои романов Т. Драйзера стремятся к лучшей жизни   
и новым возможностям, которые им сулит финансовое благополучие. Богатство и успех кажутся им источником счастья. Чарующая американская мечта манит, обещая материальные блага тем, кто окажется на вершине карьерной лестницы.

Т. Драйзер в своем романе «Сестра Керри» с большим художественным мастерством доказывает, что Америка вовсе не является вожделенной страной, готовой исполнить все мечты бедняков. Он анализирует американское общество с социально-экономической и политико-идеологической точек зрения и приходит к выводу о том, что очень малая часть американцев добивается успеха. Большинству простых людей уготована неравноправная и жестокая борьба за существование, в которой они терпят поражение.

На примере героев-одиночек, которые наделены качествами типичных представителей американского общества, идущих по извилистому жизненному пути, писатель показал, что путь к благополучию и успеху нередко связан с проявлением самых низменных качеств и преступлениями по отношению к своим близким.

Роман «Сестра Керри» изобличает лицемерие буржуазной нравственности и звучит смелым призывом следовать системе общечеловеческих ценностей. Драйзер описывает нравственную бедность господствующего класса, скрывающегося под маской «безупречности». После прочтения романа читатель может сделать следующий вывод: концепция успеха, господствующая в буржуазном обществе, заставляет людей совершать безнравственные поступки.

Драйзер наглядно демонстрирует безнравственность и цинизм тех, кто в погоне за успехом и богатством готов на все. Судьба Керри служит иллюстрацией нравственного падения на пути к финансовому благополучию. Писатель приводит читателя к заключению о том, что успех Керри обусловлен ее феноменальной способностью приспосабливаться к правилам и следовать законам буржуазного общества. Керри (Каролина Мибер) успешно поднимается по социальной лестнице, превращаясь из бедной работницы обувной фабрики в артистку Нью-Йоркского музыкального театра на Бродвее и «Казино». Но это только видимость подъема. На самом деле каждый шаг к обеспеченной жизни сопровождается моральным падением, на которое героиню толкает общество. И Драйзер тщательно отмечает, как понемногу каждый такой «успех» отравляет Керри, заставляя ее отказываться от своих убеждений и нравственных ценностей.

Одним из ключевых аспектов романа оказывается понимание, что Керри никогда не будет удовлетворена тем, что имеет, она всегда будет желать большего. Не успев получить одно, она уже тянется за другим   
и не может довольствоваться тем, что уже в ее власти. Стремление   
к новым целям, готовность достигать их любыми способами, неспособность радоваться тому, что имеешь, и ценить тех, кто рядом   
с тобой, являются, по мнению Т. Драйзера, доказательством эфемерности «американской мечты». Эта мысль прослеживается и в эпиграфе к роману: «В своей качалке у окна ты будешь одиноко сидеть, мечтая и тоскуя!   
В своей качалке у окна ты будешь мечтать о таком счастье, какого тебе никогда не изведать!» // *In your rocking-chair, by your window dreaming, shall you long, alone. In your rocking-chair, by your window, shall you dream such happiness as you may never feel* [2, с. 244].

Стоит отметить, что Т. Драйзер в финале романа переключается   
на повествование от второго лица. Данный прием позволяет автору говорить напрямую с читателем. Складывается ощущение, что автор обращается к нам, так как все мы, подобно Керри, жаждем получить все самое лучшее, мечтаем забыть прошлое и надеемся на будущее, которое, к сожалению, всегда оказывается по ту сторону витрины магазина.

В заключение хотелось бы привести слова Синклера Льюиса,   
первого американского писателя, получившего Нобелевскую премию   
по литературе: «Драйзер, как никакой другой человек, марширующий   
в одиночку, обычно не оцененный по достоинству, часто ненавидимый, расчистил тропу от викторианской и хауэллсианской робости   
и джентльменства в американской художественной литературе к честности, смелости и страсти жизни. Великий первый роман Драйзера “Сестра Керри”, пришедший в запертую в доме и лишенную воздуха Америку,   
как великий вольный западный ветер в нашу душную домашнюю обстановку, дал нам первый свежий воздух со времен Марка Твена   
и Уитмена» [3].

Роман Т. Драйзера «Сестра Керри» занимает особое место   
в американской литературе. Он представляет собой подробное исследование концепта «американской мечты» и трагедии тех, кто стремился воплотить эту иллюзию в жизнь.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Засурский, Я. Н. Теодор Драйзер [Электронный ресурс]. / Я. Н. Засурский. – Режим доступа: <http://american-lit.niv.ru/american-lit/zasurksij-drajzer/sestra-kerri.htm>. – Дата доступа: 08.05.2024.
2. Драйзер, Т. Сестра Керри : пер. с англ. / Т. Драйзер. – М. : АСТ, 2001. – 438 с.
3. Lewis, S. The American Fear of Literature [Electronic Resource] / S. Lewis. – Access mode: <https://www.nobelprize.org/prizes/literature/1930/lewis/lecture>. – Access date: 09.05.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**В. А. НЕСТЕРУК**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. В. Романюк

**ЦЕНТРАЛЬНЫЕ ОБРАЗЫ В ТРИЛОГИИ ДЖ. Р. Р. ТОЛКИНА**

**«ВЛАСТЕЛИН КОЛЕЦ»**

Создатель жанра фэнтези Дж. Р. Р. Толкин в своем творчестве большое внимание уделял проработке образности, позволяющей ему передавать свои идеи. Под художественным образом мы понимаем категорию, характеризующую специфические соотношения внехудожественной действительности и искусства, процесса и результата художественного творчества. К центральным образам трилогии «Властелин колец» целесообразно отнести образы войны и мира, а также природы   
и технологического прогресса.

Природа как один из главных образов в повествовании очень часто является движущей силой сюжета, которая может символизировать как положительные, так и отрицательные стороны жизни. Чем дальше герой удаляется от родных просторов, малой родины, тем больше негативных характеристик приобретает природа. Центральный мотив путешествия подчеркивает это постепенное изменение. По мере продвижения Фродо окружение становится все более опасным, начиная от Шира, хоббитских зеленых земель, заканчивая инфернальными пейзажами Мордора. Наиболее яркими представителями природного образа, или типа, являются энты – гигантские антропоморфные деревья. Способность к речи энты получили от эльфов, которым они симпатизируют: *«I take more kindly to Elves than to others: it was the Elves that cured us of dumbness long ago, and that was a great gift that cannot be forgotten»* [1, с. 472]); хотя Фангорн, он же Древень, заявляет о нейтралитете своего народа. В итоге энты все же встают на сторону добра, разрушая Изенгард, что является прямым олицетворением борьбы природы и технологий: *«An angry Ent is terrifying. Their fingers, and their toes, just freeze on to rock; and they tear it up like bread-crust. It was like watching the work of great tree-roots in a hundred years, all packed into a few moments»* [1, с. 567].

Противоположностью природного образа является образ технологического прогресса, главным носителем которого выступает Саруман. Изначально волшебник служил добру, занимая пост главы Белого Совета. Со временем, однако, он перешел на темную сторону, попав под влияние Саурона. Образ владений Сарумана напоминает промышленный Бирмингем, куда Толкин переехал в тяжелые школьные годы: множество заводов, печей, кузниц, повсюду дым и ямы шахт. Саруман – изобретатель, главные его изобретения – порох и новые породы орков и троллей, урук-хай и олог-хай соответственно. Отличительной особенностью этих пород является устойчивость к солнечному свету, что идеально коррелирует с образом белизны их хозяина и создателя.   
О негативной роли прогресса Толкин упоминает и в более раннем произведении «Хоббит»: *«It is not unlikely that they invented some   
of the machines that have since troubled the world, especially the   
ingenious devices for killing large numbers of people at once, for   
wheels and engines and explosions always delighted them…»* [2, c. 62]. Образ инноватора-изобретателя сочетается в Сарумане с образом предателя,   
что придает генеральному образу технологического прогресса еще больше негативных черт.

Образы войны и мира представлены с пацифистской точки зрения: Толкин не приемлет войну как способ достижения цели и оправдывает только вынужденные оборонительные действия. Ни одна война толкинианы не была начата по инициативе валар, эльфов, или других свободных народов; конфликты возникали по инициативе антагонистов – Мелькора и его слуг. Главным героем-пацифистом представляется Гэндальф, антипод Сарумана. Сюжетные линии этих волшебников различаются диаметрально, хотя они оба являются истари, майар, что означает их равный статус. Отношение автора к пацифизму четко выражается через следующую реплику Гэндальфа: *«Deserves it! I daresay he does. Many that live deserve death. And some that die deserve life. Can you give it to them? Then do not be too eager to deal out death in judgement. For even the very wise cannot see all ends…»* [1, с. 59]. В этих словах проявляется милосердие, что доказывает принадлежность мага стороне добра. Гэндальф призывает Фродо быть снисходительным к Голлуму, хоббиту, который получил кольцо всевластья братоубийственным путем, и со временем исказился в облике. Пацифизм предполагает пощаду, и именно пощада не раз сыграет положительным героям на руку.

Подводя итог, мы делаем вывод о том, что в романе «Властелин   
колец» образы природы, технологического прогресса, войны и мира отражают идеи Дж. Р. Р. Толкина. Через эти образы автор передает свою непримиримую позицию по отношению к войне и скептицизм   
к технологическому прогрессу, в то время как природа выступает символом добра и гармонии.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Tolkien, J. R. R The Lord of the Rings [Electronic Resource] / J. R. R. Tolkien. – Access mode: <https://gosafir.com/mag/wp-content/uploads/2019/12/Tolkien-J.-The-lord-of-the-rings-HarperCollins-ebooks-2010.pdf>. – Access date: 23.04.2024.

2. Tolkien, J. R. R The Hobbit [Electronic Resource] / J. R. R. Tolkien. – Access mode: <https://www.gobowenschool.co.uk/the-hobbit-pdf-book/>. – Access date: 23.04.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Я. А. ПРИХОЖКО**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – В. А. Петровская

**ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ОСОБЕННОСТИ ДЕТЕКТИВНЫХ**

**НОВЕЛЛ ЭДГАРА АЛЛАНА ПО**

Детективная литература (от лат. *detectio* ‘раскрытие’, англ. *detect* ‘открывать, обнаруживать’, *detective* ‘сыщик’) – литература, посвященная раскрытию методом логического анализа сложной, запутанной тайны, чаще всего связанной с преступлением [1, с. 66].

Крупнейшими представителями детективной литературы XIX в. являются Эмиль Габорио, Уилки Коллинз и Артур Конан Дойл – автор чрезвычайно популярного персонажа – сыщика-любителя Шерлока Холмса. Родоначальником жанра детективного рассказа по праву считается Эдгар Аллан По.

Краеугольными камнями нового жанра детективной новеллы стали четыре новеллы Э. А. По: «Убийства на улице Морг» (“The Murders in the Rue Morgue”) (1841), «Тайна Мари Роже» (“The Mystery of Marie Roget”) (1842), «Золотой жук» (“The Gold-Bug”) (1843) и «Похищенное письмо» (“The Purloined Letter”) (1844). Три из вышеперечисленных новелл посвящены раскрытию преступления, а в центре повествования четвертой новеллы – расшифровка древнего манускрипта, в котором содержится информация о местонахождении сокровищ, украденных и спрятанных пиратами.

Эдгар По тонко чувствовал интерес американской публики ко всему необычному, загадочному, таинственному. Самобытность его детективных новелл привлекала многочисленных читателей не только в Америке,   
но и в других частях света. Существует версия, что Э. А. По намеревался создать оригинальную канву повествования и именно по этой причине перенес действие своей новеллы в Париж и сделал героем француза Дюпена.

Детективные новеллы Э. А. По уникальны по своей структуре, стилю   
и мотивам преступлений. Они основаны на реальных событиях и имеют философский подтекст, который делает произведения еще более интересными. Все новеллы Э. А. По изобилуют длинными описаниями, тонким анализом и абстрактными рассуждениями.

Основной сюжетный мотив детективных новелл Э. А. По – раскрытие тайны или преступления. Все новеллы объединяет особый стиль повествования – «рассказ-задача». Читателю предлагается не только изучить основные сюжетные линии новеллы, но и принять участие в поиске логического решения задачи. Автор при этом делится с читателем всеми условиями задачи, не скрывая ни одного факта или обстоятельства, без которого задача не может быть решена.

Сюжетная линия детективных новелл Э. А. По основана на взаимодействии двух персонажей. Одним из них всегда выступает главный герой, а вторым является рассказчик. Какие же черты присущи главному герою детективной новеллы Э. А. По? Это образованный человек, тонко мыслящий, эрудированный, склонный к наблюдению и анализу, немного эксцентричный. Он наделен высокоразвитым логическим мышлением, отличной памятью, острой наблюдательностью, гибкостью ума. Главный герой новеллы разгадывает тайны и раскрывает преступления, опираясь на логику, науку и «математический» подход, т. е. методично сопоставляет детали и делает выводы. Он не профессиональный детектив, а любитель, живущий в уединении. Он читает различные газеты, делает выводы и берется за дело. Его отличает рациональный ум и меланхолический характер. Рассказчик представляет собой отзывчивого и энергичного молодого человека, который не принадлежит к древнему аристократическому роду, но обладает тактом, благородством и порядочностью. Рассказчик не лишен аналитических способностей, но уровень их развития значительно ниже, чем у главного героя.

Функция главного героя – разгадать тайну, найти преступника. В чем же заключается роль рассказчика? Рассказчик участвует в процессе поиска верного ответа, делает неверные предположения, на фоне которых проницательность главного героя кажется гениальной, восхищается его наблюдательностью, умом, способностью к дедукции и логикой рассуждений.

Методы, к которым прибегает Дюпен, имеют весьма отдаленное отношение к методам уголовного розыска. Э. А. По не очень хорошо разбирался в криминалистике, да и знать было нечего, ибо криминалистика как наука делала в то время свои первые шаги. Преступления, их мотивы, уголовное расследование играют у Э. А. По второстепенную роль. В «Золотом жуке», например, само преступление вообще отсутствует.

Одной из важнейших особенностей детективных новелл Э. А. По является фокус повествования. Внимание автора сосредоточено   
не на расследовании преступления, а на человеке, пытающемся найти разгадку и раскрыть преступление. Таким образом, в центре повествования – характер. Все остальное в большей или меньшей степени подчинено задаче его раскрытия. Именно с этим связаны основные литературные достоинства детективов Э. А. По.

В своих детективных новеллах Э. А. По изучает способность человеческого разума анализировать жизненные события. Его герой, обладающий незаурядным талантом к анализу, увлекается загадками   
и головоломками, демонстрирует определенные навыки решения сложных задач, которые обычному человеку кажутся почти неестественными. Детективные истории с главным героем Дюпеном можно рассматривать как своеобразное противостояние между физической силой и силой человеческого ума. Невероятный интеллект Дюпена позволяет ему в самых сложных и запутанных ситуациях логически сопоставлять и объединять разрозненные сведения, замечать, казалось бы, несущественные детали и делать из всего этого соответствующие выводы. Образ Дюпена становится символом триумфа интеллекта человека в решении сложных задач, разгадке тайн и раскрытии преступлений. Таким образом, детективные новеллы Э. А. По представляют собой оду человеческому интеллекту.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Тимофеев, Л. И. Словарь литературоведческих терминов / Л. И. Тимофеев, С. В. Тураев. – М. : Просвещение, 1974. – 509 с.
2. По, Эдгар Аллан Убийства на улице Морг : новеллы / Эдгар Аллан По ; пер.   
   с англ. Норы Галь, Р. Гальпериной, И. Гуровой. – СПб. : Азбука-Аттикус, 2023. – 288 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**М. Ю. СУПРУНОВИЧ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. В. Романюк

**ВИДЫ И ФОРМЫ КОМИЧЕСКОГО В ЛИТЕРАТУРЕ**

Комическое представляет собой сложную философско-эстетическую категорию, включающую такие обширные понятия, как юмор, сарказм, ирония, сатира. В основе комического лежат несоответствия и противоречия между какими-либо сторонами объекта или ситуации. Как правило, такие несоответствия порождают смех. Хотя смех является наиболее распространенным сигналом комического и его видимым результатом, этого сигнала недостаточно для выделения явлений комического из других явлений и переживаний. Смех не всегда указывает на комическое,   
а комическое не всегда проявляется через смех. Смех может быть   
вызван различными причинами, не связанными с комическим, например физиологическими процессами.

Под комическим понимаются как случайные события, объекты и отношения, возникающие независимо от намерений, так и определенный вид творчества, направленный на создание системы явлений или понятий, а также системы слов для вызова комического эффекта. Кроме того, комическое связано с определенным кругом переживаний. В комическом идеи подаются косвенно, требуя от читателя активного участия в их раскрытии, поэтому смех нередко является сильным инструментом критики.

Как справедливо замечает Ю. Б. Борев, у смеха множество оттенков. Но их применение в искусстве зависит не от произвола автора,   
а от качественной определенности и индивидуального своеобразия явления. Художник соизмеряет, согласовывает все нюансы   
своего эстетического отношения к действительности с сущностью   
и индивидуальными особенностями явлений. Выбор оттенка смеха должен явиться результатом безошибочно точной эстетической оценки комедийного конфликта и сталкивающихся в нем характеров [1, с. 112]. Именно множество оттенков смеха определяет необходимость точного разграничения разных форм комического.

Вопрос о формах комического исследуется как в эстетике, так   
и в филологии, в частности в стилистике, риторике, литературоведении. Среди основных форм комического преимущественно выделяют юмор, сатиру, иронию и сарказм; некоторые исследователи к ним присоединяют пародию, шутку, балагурство, остроту, насмешку и т. п. До сих пор исследователи не пришли к единой классификации форм комического,   
не выделили дифференциальных признаков всех используемых форм комического. Нельзя не согласиться с Э. В. Шабуниной, по мнению которой причина этого лежит, во-первых, в эмоциональном разнообразии реакций, которые продуцируют комические тексты; во-вторых,   
в отсутствии принципиальной разницы между некоторыми из этих понятий, которые в научных работах зачастую используются в качестве синонимов [2, с. 19].

Из различных видов систематизации комического классификация Б. Дземидока представляется наиболее естественной и содержательной. Среди произведений искусства, считающихся комическими, в зависимости от эмоциональной насыщенности ученый выделяет такие, которые затрагивают явления простые, поверхностные и как бы нейтральные. Произведения такого рода не представляют собой сколько-нибудь значительной ценности и не нуждаются в углубленном анализе, всегда наполнены игривым весельем, зачастую примитивным. Познания, сопутствующие их восприятию, весьма однородны. Это радостные и светлые чувства, не включающие гнев, негодование, презрение, печаль, горечь, сочувствие и т. п. Вызвать смех и развлечь – это их главная цель. Комические события, ситуации, речения, комические черты во внешности персонажей так же, как и само произведение, можно трактовать как явления чистого комизма. Сложный комизм характерен для произведений, обладающих совсем иными качествами. Он сочетает в себе элементы юмора и сатиры, оценочный и рациональный подход. Это произведения, затрагивающие, как правило, сложные внутренние явления, произведения, побуждающие к анализу и раздумью. Они вызывают не только смех,   
но и боль, грусть, сочувствие, гнев, негодование, презрение.

Простейшая форма комического – это фарс с присущим ему внешним комизмом, «наружным безобразием». Он возникает в ситуациях, когда человек становится игрушкой случая или посмешищем для других людей. Вторая форма комического – словесная, к которой относятся остроты и насмешки. Сущность как острот, так и насмешек состоит в неожиданно быстром сближении двух совершенно различных, даже противоположных предметов, понятий, сходных только по какому-то совершенно случайному признаку. В остроте это сближение имеет целью поразить неожиданностью, а в насмешке – уязвить другого. К третьему, высшему виду комического относится юмор, который представляет собой способность человека смеяться над самим собой. Склонность к юмору доступна не всем людям. К нему расположены люди высоконравственные, обладающие умом и наблюдательностью. Юмористическое расположение духа двойственно, оно составляет смесь самоуважения и самопрезрения. Недовольство юмориста может распространяться и на все общество. Тем не менее юмористический смех фокусируется лишь на отдельных недостатках, в целом же он позитивен и проникнут любовью к людям. Юмор может проявляться в фарсе, остротах и т. д. [3, с. 91].

Основой сатиры всегда являлся комизм как способ обнаружения расхождения между видимостью и сущностью, формой и содержанием. Отличительная черта сатиры не столько в том, что она обнаруживает дурные или подлые явления, сколько в том, что она совершает это через слияние негодования с комическим изобличением. Обыденные предметы и явления демонстрируются через смешное, благодаря чему впоследствии становится понятно, что эта норма – лишь прикрытие зла.

Все основные художественные средства, все основные приемы комического служат созданию явлений, отклоняющихся от нормы, явлений, порождающих восприятие комического. Иногда все сводится   
к тому, чтобы придать какому-либо явлению свойства, которые позволят причислить его к разряду «отклоняющихся от нормы» [4, с. 66].

Проанализировав труды различных исследователей, можно прийти   
к заключению, что существует четыре базовых приема комического.

Один из наиболее распространенных приемов комического заключается в изменении и деформации обыденных явлений. Художники играют с ожиданиями зрителя, представляя им нечто необычное   
и непривычное. Это может быть как изменение формы и размера объектов, так и их внезапное превращение в нечто смешное и нелепое, для чего используются такие понятия, как гротеск, преувеличение, пародирование, травестировка и окарикатуривание.

Другой прием комического заключается в создании необычных эффектов и сопоставлений. К необычным эффектам и сопоставлениям относят главным образом неожиданность с целью создания комического: сюжетные ходы и повороты, не предвиденные слушателем, читателем или зрителем и происходящие вразрез с его предположениями, неожиданные сопоставления или сближения взаимоисключающих или просто различных явлений, которые выходят за рамки обычных сравнений (к примеру, сходства людей и животных или людей и предметов), демонстрация контраста посредством сопоставления типов людей, противоположных друг другу (чаще всего по взглядам, привычкам, темпераменту, чертам характера и т. п.), остроты, основанные на сопоставлении несоизмеримых или далеких по смыслу явлений. Сочетание различных элементов, которые на первый взгляд кажутся несовместимыми или даже абсурдными, создает смешные и неожиданные сцены, заставляющие зрителей улыбаться [5].

Третий прием комического связан с использованием несоразмерности в отношениях между различными явлениями. Писатели утрируют или преувеличивают различия между объектами или персонажами посредством анахронизмов, создавая комические ситуации и конфликты. Это вызывает смех и удивление у зрителей, позволяя им увидеть мир   
с новой перспективы и в более ярком свете.

Наконец, четвертым приемом комического является создание явлений, которые отклоняются от общепринятых норм и ожиданий. Данные явления могут выражаться в виде хаотичных и нелогичных высказываний, абсурдных диалогах или нерациональных действиях. Многие авторы играют с конвенциями и стереотипами, нарушая их и создавая нестандартные ситуации и персонажей, что позволяет расширить границы комического.

Таким образом, комизм можно разделить на простой и сложный. Простой комизм используется преимущественно с развлекательной целью, в то время как сложный ставит своей задачей обличение человеческих и общественных недостатков. Сложный комизм включает юмор, представляющий собой сочетание смеха с любовью, и сатиру, сочетающую смех с негодованием. Комизм реализуется через различные приемы, среди которых выделяется деформация явлений, неожиданные эффекты и сопоставления, несоразмерность явлений, отклонение от нормы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Борев, Ю. Б. Комическое, или О том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия / Ю. Б. Борев. – М. : Искусство, 1970. – 275 с.
2. Шабунина, Э. В. Природа комического в романах П. Г. Вудхауса о Дживсе и Вустере : дис. … д-ра филол. наук / Э. В. Шабунина. – СПб., 2016. – 163 л.
3. Рюмина, М. Т. Эстетика смеха. Смех как виртуальная реальность / М. Т. Рюмина.– 3-е изд. испр. – М. : ЛИБРОКОМ, 2010. – 320 с.
4. Дземидок, Б. О комическом / Б. Дземидок. – М. : Прогресс, 1974. – 224 с.
5. Виды и приемы комического [Электронный ресурс] / Режим доступа: https://4brain.ru/humor/vidy.php. – Дата доступа: 16.03.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Н. А. СУХАНИЦКИЙ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – С. Н. Дягель

**ТРАНСКУЛЬТУРНАЯ ПОЭТИКА ПРОЗЫ В. КАМИНЕРА**

Владимир Каминер – один из самых известных писателей-мигрантов, живущих в настоящее время в Германии. Его первый сборник рассказов *Russendisko* быстро сделал В. Каминера одним из самых популярных и востребованных писателей Германии, несмотря на то, что до приезда он вообще не говорил по-немецки. Его истории о повседневной жизни, серьезные темы, рассказанные с юмором, завоевали любовь немецких читателей.

Необходимость теоретического осмысления специфических явлений в литературе, имеющих синкретичный поликультурный характер, который возникает, если литературное произведение создается на языке, неродном для писателя, или в инокультурном и иноязычном для писателя окружении, повлекла за собой в конце ХХ – начале ХХI вв. возникновение теории транскультурной литературы. Специфичность такой литературы обусловлена лежащими в ее основе процессами гибридизации, которые проявляются в смешении языков и культур, систем ценностей и исторического наследия.

Одной из проблем, рассматриваемых в рамках транскультурного подхода, является проблема гибридной идентичности автора, пишущего на неродном для себя языке. Как отмечает М. А. Моркина, важным признаком гибридной идентичности является постоянная внутренняя оглядка на «чужое» в самом себе. Подобное «внутреннее расщепление» гибридного субъекта оказывается продуктом формирования идентичности и порождает продуктивную дезориентацию, поскольку именно противостояние «своего» и «чужого» является основой формирования межкультурной идентичности – гармоничного сочетания элементов различных культур [1].

M. Бехравеш считает, что повествование является одним из наиболее важных аспектов, которые следует учитывать в рамках изучения феномена идентичности: повествование как основная способность человека создавать смысл проявляется как предпосылка для так называемой «частичной идентичности» или «метаидентификации» автора, пишущего на неродном языке [2].

Рассмотрим, какие повествовательные стратегии использует в своей прозе В. Каминер. Большинство рассказов Каминера – это повествования от первого лица. Рассказчиком выступает иностранец, живущий в Германии. Не просто иностранец, а русский со всеми стереотипами, которые немцы имеют о русских (сильно пьющий, слишком откровенный в личных разговорах, суеверный). Герой рассказов Каминера делает странные наблюдения за жизнью своих немецких знакомых и выдвигает парадоксальные гипотезы. Рассказчик в этих рассказах – персонаж, хорошо знакомый читателю, почти всегда нарочито наивный, привлекательный и доступный для читателя и неотделимый от Каминера как писателя. Слияние фигуры «рассказчика» и «автора» – специфическая черта прозы Каминера, которая обусловливает особое воздействие на читателя: с одной стороны, тот факт, что рассказчик и автор структурно почти идентичны, создает впечатление полного правдоподобия (Каминер способствует этому, утверждая, что в его историях нет ничего выдуманного), но с другой – очевидно, что не все эти истории можно принимать как есть. Читатель остается в недоумении, где заканчивается рассказчик, протагонист, и начинается реальный Владимир Каминер.

Произведения В. Каминера состоят из множества авторских образов – наблюдателя, автора и рассказчика. План наблюдателя основан на характерной кинематографической манере повествования, что подчеркивает кинематографическую эпизодичность как основную композиционную форму этих произведений. Такой формат позволяет кратко, но очень ярко отобразить реальность. Для очерков характерно небольшое количество диалогов в композиции. Диалоги заменяются монологами и направляют внимание читателя на основное действие в виде немых сцен. Поскольку произведение состоит в основном из «немых сцен» и описаний, читателю легче войти в ситуацию и понять главную мысль, которую хочет донести автор. Писателя-наблюдателя можно сравнить с репортером. Он не знает причин поступков персонажей и не может знать заранее, что произойдет в следующий момент. Он фиксирует действия персонажей и сообщает о них читателю в том порядке, в котором   
они происходят. Здесь автор-нарратор представляется абсолютно объективным. Каминер идет еще дальше: создает образ автора-наблюдателя, который отстранен не только от действия и момента,   
но также и от культурной составляющей персонажей, локаций   
и происходящего в целом. Так выглядит типичная сцена из его рассказа   
в стиле автор-наблюдатель, в которой видна культурная отстраненность автора: *“Mein Freund stand also in der Sonne, drehte seine Zigarette und schimpfte laut auf Russisch. Plötzlich erwachte der alte Hund. Er drehte seinen Kopf zu Boris, und ohne Augen zu öffnen, nahm er Boris´ Hand ins Maul. Es sah schrecklich aus. Der Hund biss meinen Freund nicht, er hielt seine Hand zwischen seinen scharfen gelben Zähnen, zärtlich, aber fest. Dabei öffnete der Hund die Augen und schaute meinem Freund direkt ins Gesicht. Boris wirkte ziemlich durcheinander. Ihm fiel in dieser Situation nichts Besseres ein, als «Heil Hitler» zu sagen. Danach schloss der Hund die Augen wieder und tat so, als würde er im Sitzen schlafen”* [3, с. 82].

Почти все рассказы Каминера тематически можно разделить на два блока: 1. Произведения, подобные сборнику рассказов *Russendisco*, посвященные образу русских в советские и постсоветские времена. В подобных произведениях большое внимание уделяется анализу взаимоотношений между русскими мигрантами и немцами, особенно на примере комических сцен, где отчетливо видны различия в менталитете двух групп. Характерно, что герои Каминера не страдают от пребывания в другой стране, не ищут одиночества, а просто наслаждаются жизнью и пытаются «найти себя» в двух разных культурах. Образы мигрантов в творчестве Каминера наделены реалистичными русскими характерами: *“Feiern die Russen noch immer irrational: Die Männer betrinken sich gründlich, und die Frauen üben sich im Wahrsagen”* [4, с. 167]; *“Zur Hochzeit will die russische Braut ein weißes Kleid, eine Kirche, ein Standesamt und anschließend ein gutes Restaurant mit möglichst vielen Gästen”* [4, с. 189]

2. Произведения, подобные *Mein deutsches Dschungelbuch*, посвященные образу Германии, описывающие реалии жизни немецких горожан. Каминер рассказывает о том, как он сам воспринимает Германию и как ее понимают иностранцы. Через образы своих героев он показывает Германию в самых разных аспектах и говорит о ней как о многокультурной, многонациональной, гостеприимной стране.

В произведениях, относящихся к первому блоку, уже на стилистическом уровне автор вводит сравнения в повествование, чтобы создать сложные описания, характеризующие транскультурный характер персонажей: *“Wie jeder echte Berliner war ich noch nie in der Reichstagskuppel gewesen”* [5, с. 118]. В данном примере Каминер сравнивает себя   
с «настоящими» немцами. Индивидуальные метафорические сравнения, используемые автором, не только формируют личный образ его мира   
и отражают особенности его мышления, но и подчеркивают иронию автора и его собственную иронию.

Если обсуждать второй из основых блоков его творчества, центром литературного мира Каминера становится Берлин после воссоединения Германии. Этот город фигурирует в его рассказах в виде реальных названий улиц, кварталов и компаний. Вот только некоторые характеристики Берлина на страницах произведений Каминера: *“Berlin sei die Hauptstadt der Singles*; *Berlin ist eine Stadt der Beziehungen*; *Merkwürdige Dinge ereignen sich in Berlin*; *Denn Berlin ist in Wirklichkeit eine einzige Kneipе”* [5].

В. Каминер в своих рассказах часто делает акцент на несхожести немецкого и русского менталитетов, во всех своих рассказах незаметно для читателя знакомит русских мигрантов с культурой Германии, а немцев с культурой русского народа. Зачастую его произведения с определенной долей иронии демонстрируют «относительность культурных стереотипов», «ограниченность основанного на них восприятия» культуры [6]. Так, например, видят русских немцы: *“*<…> *vermutete der Geschäftsführer, dass viele Russen nach alter Tradition ihre Getränke selbst mitgebracht hatten, und damit hatte er wohl gar nicht so Unrecht”* [4, с. 69]. Можно констатировать, что с помощью стереотипов автору удается провести четкое разграничение между «домашним» и «чужим» пространствами. В своих произведениях Каминер ситуативно использует юмор, основанный на подобных стереотипах. Так, русские считают, что у немцев нет чувства юмора. Разница между немецким и русским юмором заключается в том, что первый всегда конкретен и ситуативен. Иными словами, немцы четко разграничивают ситуации, в которых шутить допустимо, и те, в которых это делать нельзя. Более того, они не терпят, когда над ними смеются,   
и не упускают возможности посмеяться над другими. Именно поэтому рассказы и романы Каминера так популярны в Германии, ведь в них соблюдены все правила немецкого юмора. А вот главной отличительной особенностью русского юмора в литературе является его резкость, острота, сатиричность. В русской литературе смех способствует преодолению страха, с его помощью писатели борются против современных запретов и условностей, часто этот смех является горьким смехом, смехом сквозь слезы, смехом над самим собой: *“Die Hauptübeltäter, die Barbaren, werden von Russen gespielt. Denn offenbar ist jedem klar, dass Barbaren diejenigen sind, die von weither kommen und Deutsch mit russischem Akzent sprechen”* [4, с. 145].

В рассказах Каминера нет типично русской атмосферы, это литература о русских для немцев. Секрет популярности его прозы не в последнюю очередь заключается в том, что Каминер тонко понимает немецкий менталитет, в его рассказах затрагиваются запретные для немцев темы (шутки о начальстве, продажа продуктов, лекции в учебных заведениях   
и т. д.). При этом, несмотря на характерный ироничный тон, порой грубоватый, он не борется с существующими условиями жизни и порядка.

Итак, в произведениях Владимира Каминера транскультурность является ключевым аспектом, который определяет особенности его поэтики. Он исследует взаимодействие различных культур и создает тексты, которые отражают множественные культурные перспективы, иронично играет с культурными стереотипами, как немецкими, так и русскими, разрушает их и создает комические ситуации, что помогает ему обнаружить их относительность и изменчивость.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Моркина, М. А. Проблема культурной идентичности в романе Юнаса Хассена Хемири «На красном глазу» / М. А. Моркина // Вестн. СПбГУ. Сер. 9, Филология. Востоковедение. Журналистика. – 2016. – С. 49–60.
2. Behravesh, M. L. Migration und Erinnerung in der deutschsprachigen interkulturellen Literatur / M. L. Behravesh. – Bielefeld : Aisthesis Verlag, 2017. – 328 S.
3. Kaminer, W. Liebesgrüße aus Deutschland / W. Kaminer. – München : Wilhelm Goldmann Verlag, 2013. – 288 S.
4. Kaminer, W. Russendisko / W. Kaminer. – München : Wilhelm Goldmann Verlag, 2003. – 192 S.
5. Kaminer W. Ich bin kein Berliner. Ein Reiseführer für faule Touristen / W. Kaminer. – München : Wilhelm Goldmann Verlag, 2007. – 256 S.
6. Соколова, Е. В. Образ России в современной немецкоязычной литературе / Е. В. Соколова. – М. : РАН. ИНИОН Центр гуманитар. науч.-информ. исслед.,   
   2018. – 103 c.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Современные тенденции в методике обучения иностранным языкам**

**К. В. АНДРЕНКО**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – М. П. Концевой

**ЛИНГВОДИДАКТИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ**

**БОЛЬШИХ ЯЗЫКОВЫХ МОДЕЛЕЙ**

В контексте цифровой трансформации общества происходят коренные изменения в развитии общества и личности. Одним из проявлений данных перемен является повсеместное внедрение технологий искусственного интеллекта, в том числе в образовательные системы. Например, в университетах Гонконга используют ChatGPT и другие инструменты искусственного интеллекта для повышения качества преподавания и обучения [1], а студенты МГЛУ будут изучать иностранные языки с помощью нейросетей [2]. Помимо этого, на межгосударственном   
уровне разрабатываются нормы регулирования применения языковых моделей. Например, в организации ЮНЕСКО разработано руководство по использованию генеративного ИИ в образовании и исследованиях [3], в котором определены требования к поставщикам генеративного ИИ, направленные на обеспечение их этичного и эффективного использования в образовании.

Целью работы является раскрытие лингводидактического потенциала LLMs в контексте цифровой трансформации современного образования.

Для начала необходимо определить основные понятия работы, сформулировав их рабочие дефиниции. Так, LLMs (от англ. *Large Language Models*) − машины с эмерджентными свойствами, поддерживающие взаимодействие с пользователем на естественном языке и решающие многие языковые задачи на уровне, неотличимом от человеческого.   
Они предварительно обучены на большом объеме данных и способны генерировать тексты по запросу на естественном языке.

Лингводидактический потенциал LLMs может быть понят как системная совокупность всех их возможностей, способных актуализироваться в различных аспектах теории и практики преподавания иностранного языка.

Теоретические оценки лингводидактического потенциала LLMs, даже   
в многочисленных научных работах, чаще всего полярны (от восторженного ожидания качественного скачка в подготовке учащихся до требования радикального запрета их использования в образовательных системах). Представляется, что значимой причиной такой поляризации оценок LLMs является ошибочный выбор метафоры для их номинативной репрезентации.

С одной стороны, LLMs репрезентируются в качестве «стохастических попугаев» и «автозаполнителей» на стероидах, что все более явно противоречит неопровержимым фактам коммуникации с ними и научному осмыслению этих фактов. С другой стороны, все более часто LLMs репрезентируются в качестве субъекта коммуникации, характеризуемого «искрами сознания» и являющегося предтечей сверхчеловеческого интеллекта. Значимая причина этого усматривается в глубоких психолингвистических механизмах проекции, переноса и персонификации, а также жесткой бинарной оппозицией субъекта и объекта в языках номинативного строя [4]. Предлагается рассматривать LLMs в качестве бессубъектного коммуникативного актора, агенса виртуального диалога, что позволяет снять ряд опасений в отношении их применения   
в образовательном процессе.

С практической точки зрения, применение LLMs в преподавании иностранного языка осуществляется преимущественно на основе одного или нескольких LLM-сервисов (прежде всего, ChatGPT) как инновационных образовательных средств обучения в конкретных педагогических сценариях. Этот подход имеет обоснование, поскольку позволяет исследовать актуальные дидактические возможности LLM-сервисов и выявить их ограничения, что может способствовать усовершенствованию языковых моделей. Тем не менее при оценке образовательного потенциала LLMs следует различать между собственными возможностями LLMs и ограничениями пользовательских сервисов, основанных на них.

Важно понимать, что для полного раскрытия лингводидактического потенциала LLMs необходимо понимание того, что он не может быть раскрыт в процессе решения традиционных образовательных задач. Решения таких задач оптимизировано многовековым педагогическим опытом на основе классно-урочной системы обучения, под руководством учителя и с использованием печатного учебника.

В этом контексте применение LLMs будет скорее эффектно, чем эффективно, а ряд его несомненных дидактических достоинств нивелируется создаваемыми рисками, возникающими в результате неудачной интеграции LLMs в традиционный образовательный процесс, несовершенства их пользовательских реализаций и, что особенно важно, существенных атрибутивных особенностей современных генеративных AI-технологий.

Раскрытие лингводидактического потенциала на начальном этапе может быть реализовано в контексте игрофикации учебного процесса при решении как традиционных, так и новых образовательных задач. Нами предлагается трехуровневая модель педагогического описания LLMs как сквозной технологии.

На первом уровне LLMs являются средством решения традиционных учебных задач. На этом уровне применение LLMs может быть скорее эффектным, чем эффективным [5]. Оптимальным средством обучения   
на данном уровне является традиционный печатный учебник, как результат многовековой эволюции образовательного инструментария.

На втором уровне преподавания языка LLMs рассматриваются   
в контексте решения новых образовательных задач, возникающих   
в процессе происходящей цифровой трансформации социума и современных сетевых коммуникативных сред, в которых все большее значение приобретают интеллектуальные диалоговые акторы. Здесь LLMs выступают уже не только в качестве средств обучения, но существенным образом преобразуют и другие базовые структурные компоненты педагогической системы: дидактическую цель, субъектов образовательных отношений, само содержание обучения. Таким образом, LLMs могут быть поняты   
в качестве сквозной образовательной технологии, чей лингводидактический потенциал носит комплексный системный характер и может быть в полной мере раскрыт на третьем уровне – в рамках новой цифровой парадигмы образования.

На третьем уровне LLMs могут быть охарактеризованы в качестве подрывных инноваций (Disruptive innovation), которые изменяют не только средства и содержание обучения, но корректируют и дополняют его цели. Здесь важно быть готовым к появлению цифровых двойников субъектов образовательного процесса – виртуальных акторов (LLMs).

Даже значение образовательных ценностей может меняться вместе с изменениями отношений субъектов образования, что, возможно, является самым значительным вызовом цифровой трансформации образования. Достойный ответ на данный вызов может быть дан только на основе ответственного педагогического освоения и осмысления LLMs, откладывать которые рискованно.

Необходимо отметить, что понимание LLMs в качестве NPC ролевых образовательных игр позволяет приобретать начальный образовательный опыт взаимодействия с ними, получать значимый дидактический эффект и устраняет всякую возможность делегирования ответственности как со стороны учащегося, так и со стороны педагога. Вместе с тем следует воздерживаться от наделения LLMs субъектностью [6]. И лингвистически, и педагогически существенно важно понимать LLMs только как персонаж (актор, агенс), но не субъект образовательного процесса [7]. Это купирует угрозы, вызванные внедрением LLMs в процесс обучения (галлюцинации, использование непроверенной информации из открытых источников   
в Интернете), позволяет экспериментировать, формирует компетенции коммуникации и воспитывает ответственность, интернальность (локус контроля – понимание, что поведение и реакции личности зависят от нее самой, а не от других людей или внешних обстоятельств) и ассертивность – умение выражать свои мысли и чувства, не нарушая права других людей, и тем самым избегать конфликтов и недоразумений – в контексте осторожности в обращении.

Таким образом, LLMs, как технологическая основа современных систем искусственного интеллекта, быстро встраивается в самые различные сервисы и системы – от производственных, научных   
и управленческих до бытовых и развлекательных. Сегодняшние студенты будут жить в социуме, где непосредственное межличностное общение станет роскошью, и значимая часть коммуникации будет реализовываться с умными вещами. Диалоги с умными вещами уже становятся значимой или даже ведущей формой коммуникации. Эффективность такой коммуникации определяется наличием у человека особенных языковых компетенций, что требует осмысления и отражения в целеполагании преподавания языка. Эффективная подготовка их к новой коммуникативной реальности является ответственностью системы образования и может быть реализована только посредством дидактически выстроенного практического опыта диалогов с LLM-сервисами [5].

Впервые в лингводидактическом контексте LLMs рассматриваются в качестве сквозной технологии, которая пронизывает и трансформирует все базовые структурные компоненты педагогической системы:   
средства, содержание, цель, коммуникацию и деятельность субъектов образовательного процесса. В современном научно-методическом дискурсе LLMs рассматривались преимущественно как средства, в то время как нами предложено комплексное описание LLMs в качестве подрывных инноваций: новые цели, новое содержание образования   
и новая реальность для субъектов образовательного процесса – появление цифровых двойников.

Так, в целях обеспечения безопасности и эффективности интеграции LLMs в практику преподавания иностранного языка предложено рассматривать и применять их в качестве персонажа ролевых образовательных игр. Данный подход реализован в конкретных практических рекомендациях по раскрытию и освоению лингводидактического потенциала LLMs всеми субъектами образовательного процесса.

Показано, что понимание LLMs в качестве NPC ролевых образовательных игр позволяет приобретать начальный образовательный опыт взаимодействия с ними, получать значимый дидактический эффект   
и устраняет всякую возможность делегирования ответственности как   
со стороны учащегося, так и со стороны педагога.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. 2 universities in Hong Kong embrace use of ChatGPT, other AI tools to boost quality of teaching, learning [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.scmp.com/news/hong-kong/education/article/3212304/2-universities-hong-kong-embrace-use-chatgpt-other-ai-tools-boost-quality-teaching-learning>. – Date of access: 08.05.2024.

2. Студенты МГЛУ будут изучать иностранные языки с помощью нейросетей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belta.by/tech/view/studenty-mglu-budut-izuchat-inostrannye-jazyki-s-pomoschjju-nejrosetej-610108-2024/>. – Дата доступа: 06.05.2024.

3. Руководство по использованию [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000389639>. – Дата доступа: 06.05.2024.

4. Концевая, Г. М. Проблемы языковой репрезентации больших языковых моделей в современном социокультурном контексте / Г. М. Концевая, М. П. Концевой // Родной язык в лингвокультурологическом аспекте : сб. науч. ст. Междунар. конф., Смоленск,   
6 июня 2023 г. – Смоленск : СмолГУ, 2023. – С. 223–230.

5. Андренко, К. В. Лингводидактический потенциал больших языковых моделей   
в преподавании английского языка / К. В. Андренко // BIG DATA и анализ высокого уровня = BIG DATA and Advanced Analytics : сб. науч. ст. X Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 13 марта 2024 г. : в 2 ч. / редкол. : В. А. Богуш [и др.]. – Минск : БГУИР, 2024. – Ч. 1. – С. 393–397.

6. Андренко, К. В. Языковые механизмы персонификации виртуального собеседника / К. В. Андренко // Люди речисты-II : материалы Междунар. молодеж. науч.-практ. блог-конф., Ульяновск, 23–30 апр. 2023 г. – Ульяновск : УлГПУ, 2023. –   
С. 6–11.

7. Andrenko, K. V. LLMs as a personification of the linguistic subject // Молодость. Интеллект. Инициатива : материалы XI Междунар. науч.-практ. конф. студентов   
и магистрантов. – Витебск : ВГУ им. П. М. Машерова, 2023. – Т. 1. – C. 245–246.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**П. С. БЛИЗНЮК**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Л. Е. Левонюк

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТНОГО**

**ОБУЧЕНИЯ В ШКОЛЕ**

Технология проектного обучения рассматривается в системе личностно ориентированного образования и способствует развитию таких личностных качеств школьников, как самостоятельность, инициативность, способность к творчеству, позволяет распознать их насущные интересы   
и потребности и представляет собой технологию, рассчитанную   
на последовательное выполнение учебных проектов. Понятие «проект»   
в широком понимании – все, что задумывается или планируется.

При реализации проектной технологии создается конкретный продукт, часто являющийся результатом совместного труда и размышлений учащихся, который приносит им удовлетворение, в связи с тем, что школьники в результате работы над проектом пережили ситуацию успеха, самореализации. Проектная технология, обретая черты культурно-исторического феномена, создает условия для ценностного переосмысления, диалога при освоении содержания школьного образования, применения и приобретения новых знаний и способов действия [1, с. 54].

Целью проектной технологии является самостоятельное изучение школьниками различных проблем, имеющих жизненный смысл для обучаемых. Материализованным продуктом проектирования является учебный проект, который определяется как самостоятельно принимаемое учащимися развернутое решение проблемы. В проекте наряду с научной (познавательной) стороной решения всегда присутствуют эмоционально-ценностная (личностная) и творческая стороны. Именно эмоционально-ценностный и творческий компоненты содержания определяют, насколько значим для учащихся проект и насколько самостоятельно он выполнен. Основной тезис современного понимания технологии проектного обучения звучит таким образом: «все, что я познаю, я знаю, для чего это мне надо   
и где и как я могу это содержание применить» [2, с. 6].

Как было подчеркнуто выше, данная технология всегда ориентирована на самостоятельную деятельность учащихся – индивидуальную или групповую, которую школьники выполняют в течение определенного отрезка времени, и предполагает совокупность проблемных методов обучения, творческих по своей сути. Данная технология строится с учетом принципов гуманизации, коммуникативности, индивидуализации, деятельностного, ценностного подходов, ориентированных не только   
на формирование знаний и умений у учащихся, а на самореализацию их личности [2, с. 9].

Метод проектов всегда ориентирован на самостоятельную деятельность учащихся (индивидуальную, парную, групповую), которую они выполняют в отведенное для этой работы время (от нескольких   
минут урока до нескольких недель, а иногда и месяцев). Чаще всего тематика проектов определяется практической значимостью вопроса, его актуальностью, а также возможностью его решения при привлечении знаний учащихся из разных областей, изучаемых в школе наук.

Проектная технология предполагает:

– наличие проблемы, требующей интегрированных знаний и исследовательского поиска ее решения;

– практическую, теоретическую, познавательную значимость предполагаемых результатов;

– самостоятельную деятельность ученика;

– структурирование содержательной части проекта с указанием поэтапных результатов;

– использование исследовательских методов, т. е. определение проблемы, вытекающих из нее задач исследования, выдвижения гипотезы их решения;

– обсуждение методов исследования, оформление конечных результатов;

– анализ полученных данных, подведение итогов, корректировка, выводы [3, с. 194].

Использование проектной технологии предусматривает хорошо продуманное, обоснованное сочетание методов, форм и средств обучения. Для этого учитель должен:

– владеть всем арсеналом исследовательских, поисковых методов, умением организовать исследовательскую работу учащихся;

– уметь организовать и проводить дискуссии, не навязывая свою точку зрения;

– направлять учащихся на поиск решения поставленной проблемы;

– уметь интегрировать знания из различных областей для решения проблематики выбранных проектов.

По нашему мнению, преимущества данного подхода обусловлены тем фактом, что при использовании проектной технологии каждый ученик:

– учится приобретать знания самостоятельно и использовать их для решения новых познавательных и практических задач;

– приобретает коммуникативные навыки и умения;

– овладевает практическими умениями исследовательской работы: собирает необходимую информацию, учится анализировать факты, делает выводы и заключения.

Обычно каждый проект есть результат скоординированных совместных действий учителя и ученика, т. к. учитель помогает ученикам   
в поиске источников, сам являясь источником информации, координирует весь процесс, поддерживает и поощряет учеников, поддерживает непрерывную обратную связь.

Несомненно, что использование проектной технологии в работе требует от учителя серьезной подготовительной работы. В процессе работы над проектом роль учителя направлять, координировать, поощрять работу учащихся. Работа над проектом включает несколько основных этапов: подготовительный, составление плана работы, исследовательская деятельность, формулировка результатов и выводов, представление готовой продукции, оценка работы и рефлексия.

В ходе подготовительного этапа учащиеся выбирают тему и обсуждают ее с учителем, а также определяют состав группы.

Далее составляется план работы над проектом: определяются источники информации; распределяются обязанности среди членов команды; планируются способы сбора и анализа информации, а также формы представления итогового продукта, например, отчет (устный, письменный, устный с демонстрацией материалов) или издание сборника, фильма, макета, организация конференции и т. д. На данном этапе также разрабатываются критерии оценки процесса работы и результатов.

Этап исследовательской деятельности предполагает сбор информации, решение промежуточных задач. Основные формы работы на данном этапе представлены в виде интервью, опросов, наблюдений, изучения литературных источников, исторического материала, памятников, организации экскурсий, экспериментов, экспедиций и т. д.

В ходе подведения результатов работы над проектом учащиеся анализируют собранную информацию, формулируют выводы и оформляют результат своей деятельности.

Затем наступает этап представления готового результата деятельности. Это может быть: анализ данных социологического опроса, атлас, бизнес-план, видеофильм, видеоклип, выставка, газета, журнал, законопроект, игра, инсценировка, карта, коллекция, костюм, макет, маршрут путешествия, модель, музыкальное произведение, мультимедийный продукт, оформление кабинета, научный доклад, конференция, пакет рекомендаций, письмо, праздник, пресс-конференция, прогноз, публикация, путеводитель, реклама, система школьного самоуправления, сказка, справочник, статья, схема (кластер), сценарий, таблица, театрализация, учебное пособие, чертеж, экскурсия. Важно отметить, что на данном этапе учащиеся ведут активную дискуссию, отстаивают свою точку зрения, делают окончательные выводы.

Наконец, заключительный, на наш взгляд, очень важный этап оценки процесса и результатов работы учащихся – их самооценка и рефлексия над преимуществами и недостатками представленных проектов. Учащиеся активно участвуют в оценке путем коллективного обсуждения и самооценок, в то время как учитель, со своей стороны, оценивает усилия учащихся, креативность мышления, качество использования источников, потенциал продолжения работы по выбранному направлению, качество представленного результата.

Мы считаем, что технология проекта – одно из перспективных направлений в деятельности школы, кроме того, это увлекательное   
и интересное занятие и для учащихся, и для учителя. И поэтому необходимо понимать, что, решая вести такую работу в школе, учитель,   
в первую очередь, доложен поставить перед собой ряд вопросов практического характера:

– Что такое «проект» и насколько эта деятельность будет интересной учащимся?

– Как правильно организовать деятельность учащихся?

– Какую пользу принесут исследования и совместная работа над проектом учащимся?

Несомненно, что проектное обучение активизирует истинное учение обучающихся, т. к. оно личностно ориентировано, позволяет учиться   
на собственном опыте и опыте других в конкретном деле, приносит удовлетворение учащимся, видящим результаты своего собственного труда.

Следовательно, проектное обучение – полезная альтернатива классно-урочной системе, но оно отнюдь не должно вытеснять ее, его следует использовать как дополнение к другим видам обучения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Школьные технологии обучения и воспитания : учеб.-метод. пособие / Л. В. Пенкрат [и др.]. – Минcк : БГПУ, 2009. – 235 с.

2. Матяш, Н. В. Инновационные педагогические технологии. Проектное обучение / Н. В. Матяш. – М. : Академия, 2014. – 160 с.

3. Полат, Е. С. Современные педагогические и информационные технологии   
в системе образования / Е. С. Полат, М. Ю. Бухаркина. – М. : Академия, 2010. – 368 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**Д. О. ГРИЦУК**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. А. Мартынюк

**ДИДАКТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПЕСЕН**

**ПРИ ИЗУЧЕНИИ ФОНЕТИЧЕСКОГО АСПЕКТА**

**ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА (НА ПРИМЕРЕ ПЕСНИ**

**“PAPER RINGS” АВТОРСТВА ТЭЙЛОР СВИФТ)**

Английский язык с его многочисленными фонетическими особенностями часто бросает вызов его изучающим. Однако существует инструмент, который делает процесс изучения более увлекательным   
и эффективным – англоязычные песни. Использование песен на изучаемом языке не только помогает улучшить навыки понимания английской речи, изучить особенности артикуляции различных звуков до освоения интонации и ритма речи, но и делает его более приятным и интересным.   
В этом процессе англоязычные песни могут стать надежным союзником, предоставляя уникальную возможность не только наслаждаться музыкой, но и совершенствовать свои фонетические навыки. Они погружают   
в реальные языковые ситуации, помогая улучшить произношение, развить слуховой анализ и усвоить особенности английской речи.

Причиной большинства проблем освоения иностранного языка являются психологические блоки. Большую помощь в создании эмоционально комфортного рабочего состояния и в формировании устойчивого интереса к предмету могут оказать песни на иностранном языке. Известно, что чем больше чувств задействовано в учебном процессе, тем он эффективнее. Песни на изучаемом языке оказывают положительное воздействие на процесс восприятия и усвоения учащимися языкового материала. Ведь создание эмоционально комфортной атмосферы на занятии является основным условием для успешной работы. Поэтому музыка, песни – мощное средство обучения иностранному языку [1].

Так, песни американской исполнительницы и автора песен Тейлор Свифт не только вдохновляют своими текстами и мелодиями, но и могут служить отличным материалом для изучения фонетики английского языка. В частности, песня “Paper Rings” послужит примером использования песен в качестве эффективного учебного инструмента при изучении фонетического аспекта языка [2].

Данная песня богата фонетическими феноменами, включая взрывы различных типов: носовой, латеральный, фрикативный; аспирация и ее потеря, различные вариации ассимиляции и др.

Носовой, в сочетании звуков [tm], и фрикативный, в сочетании звуков [ds], взрывы наблюдаются в следующей строке: *Like your friends were the night that we first met*. Другими примерами носового взрыва в данной песне являются *I’d marry*, *around me*, *waited my*, фрикативного – *except*, *makes*, *accidents*. В строке *I want your complications too* в слове *complications* присутствует боковой взрыв. Также все виды взрывов собраны в следующей строке: *I’m with you even if it makes me blue* (носовой в сочетании звуков [tm], фрикативный в сочетании [ks] и боковой в сочетании звуков [bl]).

Также в указанной строке присутствуют не менее важные для английского языка феномены – ассимиляция и элизия. В слове *friends* в сочетании звуков [fr] имеется прогрессивная ассимиляция, влияющая на работу голосовых связок. Такой же вид ассимиляции встречается   
в слове *from*. Еще один случай ассимиляции мы можем наблюдать   
в словосочетании *that we* – в сочетании звуков [tw] присутствует двойная ассимиляция (прогрессивная, влияющая на работу голосовых связок,   
и регрессивная по активному органу артикуляции). Тот же фонетический феномен имеется в слове *twice*. Элизию мы можем наблюдать исключительно в быстрой речи, что соответствует скорости произношения в самой песне. Поэтому в слове *friends* звук [d] выпадает.

В строке *Went home and tried to stalk you on the internet* мы также можем увидеть и другие фонетические феномены. Так, в словосочетании *tried to* в сочетании звуков [dt] присутствует потеря взрыва. Тот же феномен мы можем найти в таких примерах из песни, как *except*, *outdoor*, *jumped*. В частице *to* и существительном *internet* наблюдается аспирация. Она же встречается на протяжении всего текста, например, в таких словах, как *kiss*, *times*, *two*, *paper*. Следующий феномен – потеря аспирации, может быть продемонстрирован на примере слова *stalk* в звукосочетании [st]. Потерю аспирации мы можем наблюдать в том числе и в словосочетаниях *twice ‘cause*, *standing*.

Связующее [r] имеется в строке *Cat and mouse for a month or two or three* в словосочетании *for a*. Этот же феномен встречается в *winter in*, *your arms*. Также в слове *three* присутствует прогрессивная ассимиляция   
по работе голосовых связок, месту и способу образования и регрессивная ассимиляция по месту образования.

Кроме того, использование данной песни в изучении фонетического аспекта иностранного языка позволяет обратить внимание и на прочие важные нюансы. В частности, на феномен так называемых «непроизносимых букв» в нашем случае примером являются такие слова, как *wrap* и *whole*, произносимые как [ræp] и [həʊl] соответственно. Более того, обратить внимание стоит и на артикуляцию звуков в окончании -ing, встречающемся в таких словах, как *darling*, *standing* и др. Применение песни в образовательном процессе потенциально позволит не допустить распространенной ошибки, заключающейся в замене велярного   
согласного [ŋ] альвеолярным [n], а также артикуляции непроизносимого «g». Помимо этого, анализ песни поможет обратить внимание на такие вызывающие трудности при произнесении лексические единицы, как *dreary* [ˈdrɪəri], в котором сложности вызывает буквосочетание *еа*, характеризующееся многообразием вариантов артикуляции, и *accidents* [ˈæksɪdnts], трудность артикуляции которого заключается в буквосочетании *сс*, в зависимости от лексемы произносимого, как [k] или [ks].

В тексте песни также встречаются слова с такой характерной особенностью английского ритма, как двойное ударение, например, *оutdoor* [ˈaʊtˌdɔːr]. В этом слове основное ударение падает на первый слог, а второстепенное – на второй, что обусловлено следующим за ним ударным существительным. Здесь важно отметить, что данную особенность следует разъяснять на основе противопоставления указанной лексемы и слова *outdoors*, основное ударение в котором всегда получает второй слог – [ˌaʊtˈdɔːz], что позволяет затронуть также   
и грамматический аспект языка, а именно синтаксическую роль различных частей речи в предложении.

Принимая во внимание этнокультурную принадлежность исполнительницы и автора песни, также важно разъяснить некоторые различия в британском и американском вариантах английского языка. Так, произношение слова *flaw* в британском и американском английском разнится: нормой британского произношения является [flɔː], американского – [flɑː]. Разница есть и в написании слов: слово *color* используется в американском варианте английского языка, в то время как *colour* – в британском, хотя их значение идентично. Более того, слово *colour*, а также слова *paper*, *shoulder*, *outdoor* и пр. отличаются произношением. Так, произношение носителей британского варианта английского языка отличается непроизносимым «r».

В заключение следует отметить, что использование английских песен   
в образовательном процессе является увлекательным и эффективным способом формирования и развития фонетических навыков. Они помогают воспринимать и запоминать звуки языка в контексте, что способствует более глубокому пониманию и лучшему овладению произношением   
на уровне носителя языка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Пашкеева, И. Ю. Использование песен в обучении иностранному языку / И. Ю. Пашкеева // Вестн. Казан. технол. ун-та. – 2014. – № 5. – С. 361–365.
2. Taylor Swift – Paper Rings Lyrics [Electronic resource] / GENIUS. – Mode of access: https://genius.com/Taylor-swift-paper-rings-lyrics. – Date of access: 17.05.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**М. В. ЕВДОКИМОВА**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – О. А. Мартынюк

**МУЛЬТИПЛИКАЦИОННЫЙ ФИЛЬМ КАК СРЕДСТВО ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ (НА ПРИМЕРЕ МУЛЬТИПЛИКАЦИОННОГО СЕРИАЛА   
«УТИНЫЕ ИСТОРИИ»)**

И без того непростой процесс овладения иностранным языком значительно усложняется, если обучающийся находится вне естественной языковой среды, что лишает его возможности слышать и практиковать речь на иностранном языке в повседневной жизни. Преодолеть   
это представляется возможным с помощью мультимедийных дидактических средств, одним из которых являются мультипликационные   
фильмы. Мультипликационные фильмы в качестве средства обучения иностранному языку имеют ряд преимуществ. Так, они воздействуют одновременно на несколько видов памяти: зрительную, слуховую   
и эмоциональную, т. к. каждая лексическая единица в мультфильме подкреплена действием или яркой эмоцией. Кроме того,   
в мультипликационных фильмах присутствует базовый, ориентированный в первую очередь на понимание детской аудитории, лексикон, что способствует изучению иностранного языка и помогает расширить словарный запас, помогает развить слуховое восприятие иностранного языка. Так, визуальная наглядность помогает лучше понять и запомнить как фактическую информацию, так и чисто языковые особенности речи в определенном контексте [1].

Мультипликационный фильм как средство обучения содействует всеаспектному изучению иностранного языка. В частности, овладению фонетическим аспектом содействует прослушивание, анализ   
и воспроизведение вступительных песен к мультипликационным сериалам. Помимо ненавязчивой мелодии и ритмичности, способствующих несложности запоминания и воспроизведения, они, как правило, отражают все многообразие фонетических особенностей языка: основных фонетических явлений и артикуляционных характеристик звукового состава. Рассмотрим вступительную песню в мультсериале «Утиные истории» [2]. Данная песня в первую очередь содержит множество примеров, характерных для английского языка взрывов, – коартикуляционных явлений, свойственных сочетаниям согласных звуков. Так, латеральный взрыв наблюдается в сочетаниях взрывных согласных   
и латерального сонанта [l]: *aeroplanes*, *blur*, *good luck*;фрикативный взрыв – в сочетаниях взрывных и фрикативных согласных: *it’s*, *mystery*, *it seems*, *that’s*, *successes.* Песня также изобилует примерами такого важного фонетического феномена, как потеря взрыва, характерная для сочетаний взрывных согласных звуков: *Duckburg*, *duck blur*, *ducktales*, *and good*, *luck tales*, *good deduction*, *out to*, *what to*, *just grab*, *not ponytails.* Не менее значимыми при овладении особенностями артикуляции звуков английского языка видятся примеры аспирации, или придыхания, характерного для глухих взрывных согласных в позиции перед гласными, представленной как в своем «сильном» – в ударном слоге (*cars*, *ducktales*, *tales*, *curtain*, *become*, *ponytails*, *cottontails*), так и «слабом» – в безударном слоге (*like a hurricane*, *making*, *certain*, *ponytails*, *cottontails*) – варианте. Явление потери аспирации также находит свое отражение в следующих словах и словосочетаниях: *history*, *mystery*, *worst of*.

Вступительная песня также содержит примеры различных видов ассимиляции, уподобления друг другу звуков. Так, в словосочетании *out there* наблюдается регрессивная ассимиляция, влияющая на место артикуляции, альвеолярный звук [t] заменяется своим дентальным вариант под влиянием межзубного [ð]. Слово *stranger* позволяет проиллюстрировать прогрессивную ассимиляцию, влияющую на работу голосовых связок (звук [r] оглушается под влиянием глухого [t]).

Формированию и развитию навыков беглой речи также особенно содействуют такие фонетические явления, как элизия и связующие согласные звуки, характерные для быстрой речи носителей языка. Так, элизия, или выпадение звуков, наблюдается в словосочетаниях *just grab*, *and good*,связующее [r], проявляющееся в артикуляции непроизносимой в изоляции буквы «r» в позиции между гласными, – в словосочетании:*stranger out*, *с*вязующее «йот», характеризующееся заменой аффрикатой [tʃ] согласных [d] и [t] – *behind you*, *find you.* Помимо этого,в версии «Утиных историй» 1987 г., можно наблюдать ряд сокращений: *gotta*, *wanna*, *gonna*,свойственных как раз быстрой речи носителей языка [3].

Вступительная песня дает представление и о редукции какпроцессе ослабления и выпадения гласных звуков, характеризующемся тем, что в безударных слогах гласные звуки теряют свое полное качество и заменяются соответствующими краткими звуками либо нейтральным гласным [ə]: *what to do* [tə], *that’s for certain* [fə(r)], *tales of derring-do* [əv].

Наконец, анализ вступительной песни позволяет определить разницу между британским и американским вариантами языка. В частности,   
в песне представлен американский вариант произнесения слова *hurricane* – [ˈhɜːrəkeɪn], в то время как в британском английском, принятом   
в качестве стандарта обучения, оно произносится как [ˈhʌrɪkn].

Мультипликационные фильмы содействуют и изучению грамматического аспекта, содействуя запоминанию и последующему употреблению в речи различных грамматических конструкций, позволяют проанализировать правила употребления видовременных форм глагола, особенностей использования в речи артиклей. Рассмотрим примеры   
из первой серии мультсериала «Утиные истории» версии 2017 г. [4].   
В предложении *I didn’t give you a new address.* иллюстрируется использование неопределенного артикля «a», а также видовременной формы глагола Past Indefinite. В свою очередь следующие предложения содержат примеры употребления определенного артикля «the», а также таких видовременных форм, как Future-in-the-Past и Present Perfect:   
*Mrs. B. said that you would watch the boys! Uncle Donald has never done anything cool. Family truly is the greatest adventure.* *In the short time I’ve know you, you’ve wrecked my home and my money bin*. Проанализированные путем сопоставления примеры позволяют получить базовое представление   
об артикле как части речи, а также времени как категории глагола.

Помимо этого, в серии встречаются вопросы различных типов: *You already hit it two times, didn’t you? –* разделительный вопрос, *Where are you going? –* специальный вопрос, *Are you really our uncle? –* общий вопрос, что способствует пониманию порядка слов в предложении на английском языке, формированию синтаксических навыков. При этом значимым преимуществом мультипликационного фильма как средства обучения иностранному языку является то, что каждая конструкция проиллюстрирована действием, сопровождена необходимой интонационной структурой, что содействует усвоению грамматических знаний.

Рассмотрим и лексический аспект. Мультипликационные фильмы, будучи рассчитанными на преимущественно детскую аудиторию, содержат слова и выражения, необходимые в повседневной коммуникации, и позволяют значительно расширить словарный запас.   
В мультфильмах есть все слова базовых тем. Так, мультсериал «Утиные истории» версии 2017 г. включают лексические единицы, относящиеся к темам «Семья» (*Uncle*, *Granny*, *Mother*, *Nephew*, *Brother*),«Профессии» (*Banker*, *Pilot*, *Housekeeper*, *Babysitter*, *job interview*), *«*Дорожное движение» (*Hit the brakes! Jettison that jalopy from my driveway this instant!*). Таким образом, грамотный подбор серий под определенную тематику позволит максимально возможным образом разнообразить мультимедийным материалом занятия каждого цикла уроков.

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод, что мультипликационные фильмы представляют собой крайне полезное   
для овладения всеми аспектами иностранного языка дидактическое средство. Простота восприятия и многообразие мультфильмов, рассчитанных на разновозрастных зрителей, позволяет организовать образовательный процесс для любой аудитории, создавая при этом позитивный эмоциональный фон и погружая в инокультурный контекст.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Некрылова, Н. Н. Мультфильмы в обучении иностранному языку дошкольников [Электронный ресурс] / Н. Н. Некрылова // Студенческая научная сессия : материалы науч. сессии, Воронеж, 2020 г. : тез. докл. – Режим доступа: [https://www.rgph.vsu.ru/ru/ science/sss/reports/11/nekrylova.pdf](https://www.rgph.vsu.ru/ru/%20science/sss/reports/11/nekrylova.pdf). – Дата доступа: 16.05.2024.
2. Песня из мультсериала Утиные истории (английская заставка) [Электронный ресурс] // YouTube. – Режим доступа: https://www.youtube.com/watch?v=14IUsl3azxU. – Дата доступа: 16.05.24.
3. Утиные истории, 1987 [Электронный ресурс] // Inoriginal. – Режим доступа: https://inoriginal.net/series/1540-ducktales-1987.html. – Дата доступа: 16.05.2024.
4. Утиные истории, 2017 [Электронный ресурс] // Inoriginal. – Режим доступа: https://inoriginal.net/series/1541-ducktales-2017.html. – Дата доступа: 16.05.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. Д. КОВАЛЬ**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Е. Д. Осипов

**ФОРМИРОВАНИЕ ГРАММАТИЧЕСКИХ УМЕНИЙ**

**УЧАЩИХСЯ СРЕДСТВАМИ ИНФОРМАЦИОННО-**

**КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ**

**НА ПРИМЕРЕ СЕРВИСА *LEARNINGAPPS.ORG***

В современном обществе, где информационно-коммуникационные технологии (далее – ИКТ) занимают все более значимое место, их использование в образовательном процессе становится необходимостью. ИКТ предлагают новые возможности для обучения и развития учащихся, включая формирование грамматических умений.

ИКТ – это совокупность методов и средств, обеспечивающих эффективную обработку, хранение, передачу и представление информации в удобном для пользователя формате с использованием компьютерных   
и телекоммуникационных технологий.

ИКТ позволяют работать с информацией в цифровом виде, осуществлять ее обработку, хранение и передачу через компьютерные сети, а также представлять ее в наглядной и интерактивной форме [1, с. 169].

Сущность ИКТ заключается в следующем:

1. Обработка информации. ИКТ позволяют эффективно обрабатывать большие объемы данных, выполняя различные операции (сортировку, фильтрацию, анализ и др.) с высокой скоростью и точностью.

2. Хранение информации. ИКТ предоставляют возможности для надежного и долговременного хранения цифровых данных на различных носителях (жестких дисках, облачных хранилищах и т. д.).

3. Передача информации. ИКТ обеспечивают быструю и эффективную передачу информации на любые расстояния с помощью компьютерных сетей, интернета, беспроводных технологий.

4. Представление информации. ИКТ позволяют представлять информацию в мультимедийном и интерактивном формате, сочетая текст, графику, аудио-, видео- и анимационные материалы для наглядности   
и удобства восприятия.

5. Интеграция технологий. ИКТ объединяют различные технологии обработки, хранения, передачи и представления информации в единую систему, обеспечивая их взаимодействие и повышая эффективность.

Таким образом, ИКТ являются ключевым инструментом информатизации и цифровой трансформации различных сфер деятельности, способствуя повышению производительности, качества и доступности информационных процессов.

Рассматривая информационно-коммуникационные технологии в образовательном процессе, они имеют как положительные, так   
и отрицательные стороны.

К положительным аспектам использования ИКТ относят: наглядность, красочность, доступность учебного материала; повышение мотивации   
и вовлеченности обучающихся; актуальность и вариативность предоставляемой информации; развитие самостоятельности, креативности и коммуникативных навыков; формирование умений работы с различными источниками информации; возможность эффективного контроля уровня знаний. В качестве отрицательных аспектов учеными выделяются следующие: отсутствие единой педагогической концепции использования ИКТ; потенциальный вред здоровью при чрезмерном использовании компьютеров; недостаток непосредственного контакта между преподавателем и студентами; риск формального восприятия материала; трудоемкая подготовка для преподавателей; высокие затраты на компьютерное оборудование; недостаточная техническая компетентность участников процесса [2, с. 71].

Можно сделать вывод, что использование информационно-коммуникационных технологий позволяет учителю подобрать методические средства и приемы, которые позволяют разнообразить работу на уроке, сделать урок интересным и запоминающимся для учащихся. Кроме этого, использование мультимедийного оборудования   
на уроках позволяет учителю сэкономить до 30 % учебного времени   
по сравнению с работой на классной доске. Учителю не стоит беспокоиться, что ему не хватит места на доске, понятно ли записанное.   
У учителя появляется возможность увеличить плотность урока, обогатить его новым содержанием.

Сегодня информационно-коммуникационные технологии не только используются как средство дополнительной информации, но также являются и полноценным инструментом обучения. Особенно важно, что   
с их помощью можно формировать грамматические навыки у учащихся старших классов.

При обучении грамматике можно использовать различные упражнения на основе тестовых и игровых компьютерных программ.

«Learningapps.org» (<http://learningapps.org/>) – онлайн-сервис для создания интерактивных учебно-методических пособий по разным предметам. Сервис позволяет разнообразить урок, сделать его интересным, а процесс обучения – простым и понятным для всех учащихся.

Сервис «LearningApps» содержит:

– Большую библиотеку с готовыми упражнениями. Библиотека разделена на несколько категорий по предметам, конкретным темам   
и уровням образования (от дошкольного до профессионального).

– Шаблоны, позволяющие разрабатывать собственные интерактивные упражнения. Пользователь может создать тесты, кроссворды, игры, упражнения «Заполните пропуски», «Пазл» и т. д.

Учебно-методический комплекс для категории «Немецкий язык» включает в себя лексические и грамматические задания, чтение   
и аудирование (рисунок 1).

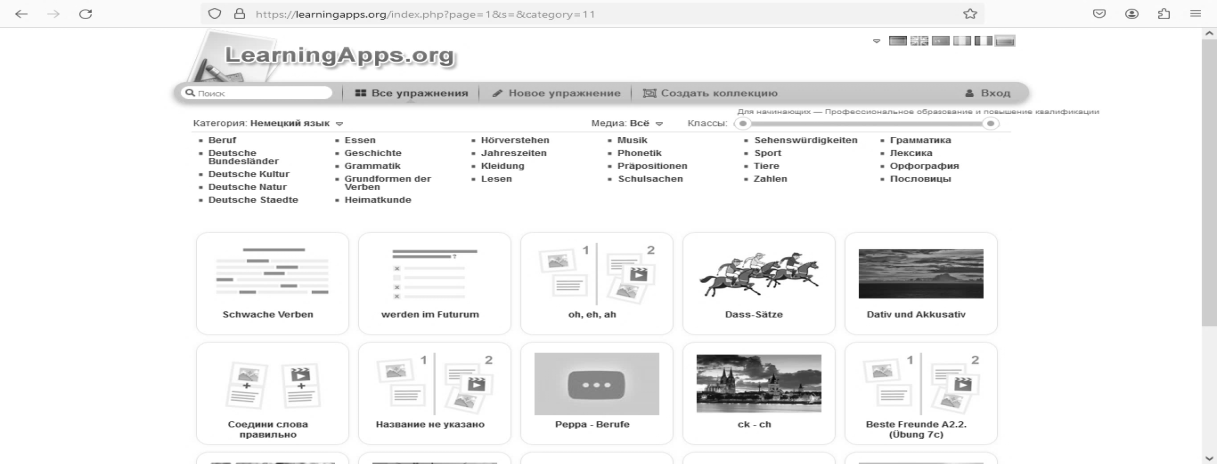


Рисунок 1 – Онлайн-сервис «Learningapps.org»

Рассмотрим упражнение «Пазл» (рисунок 2) для отработки грамматического материала по теме «Сложное предложение».

В данном упражнении учащимся необходимо составить предложение из уже предложенных слов: перетягивая слова одно за другим, учащиеся получают полноценное предложение. При выполнении упражнения, учащиеся отрабатывают грамматические навыки не только по теме «Сложное предложение», но и закрепляют такие темы, как употребление артикля и падежа, образование множественного числа, закрепляют ранее изученные слова или знакомятся с новыми. Плюсом упражнения является выделение цветом мест, где допущены ошибки, при этом учащиеся имеют возможность исправить ошибку и проверить исправленный вариант.

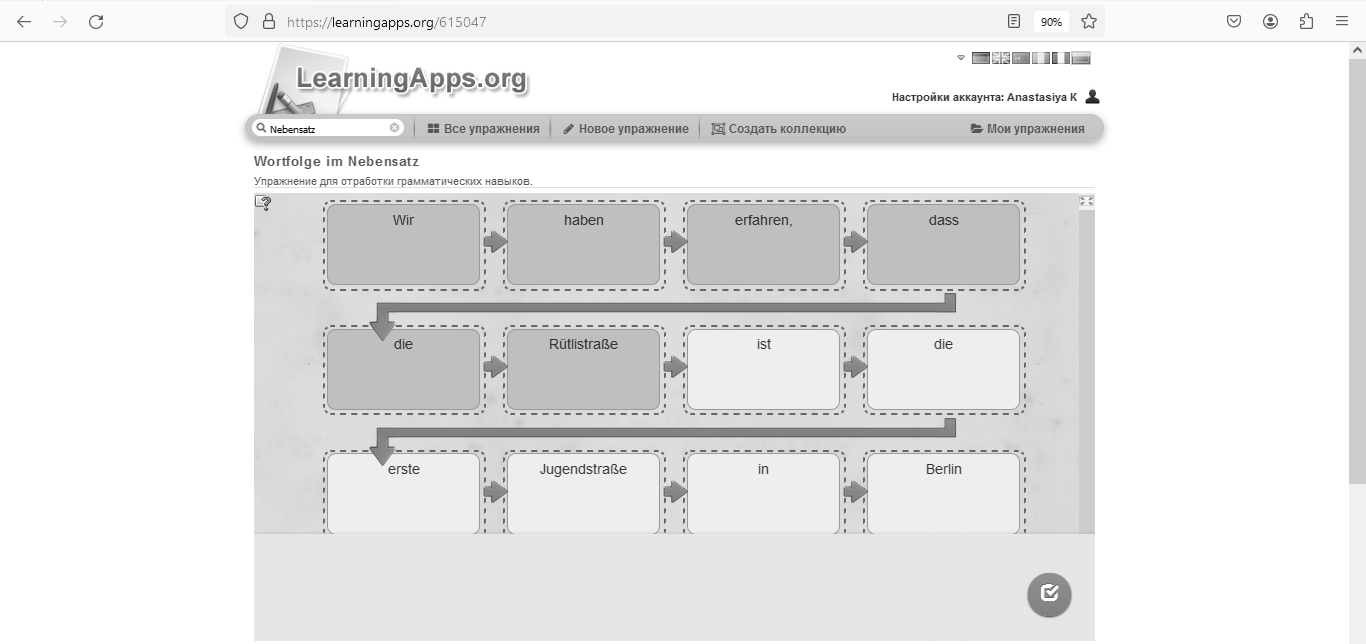


Рисунок 2 – Упражнение «Пазл»

С помощью проверки и оценки знаний, умений и навыков учащихся выявляется уровень достигнутых результатов усвоения знаний на каждом этапе. Упражнение «Викторина» (рисунок 3) отлично подойдет для этапа проверки и диагностики.



Рисунок 3 – Упражнение «Викторина»

Викторина состоит из 10 предложений, которые необходимо продолжить. В условии дано главное предложение и союз / союзное слово, а учащимся необходимо выбрать грамматически верное придаточное предложение. Предложено четыре варианта ответа, среди которых только один верный. Время ответа не ограничено. При правильном ответе придаточная часть предложения выделяется зеленым цветом. При неправильном ответе придаточная часть, которую указал учащийся при ответе, помечается точкой, а правильный ответ выделяется зеленым цветом, при этом учащиеся не могут ответить повторно.

Упражнения такого типа позволяют учителю диагностировать неточное понимание материала. По результатам упражнения учитель также может оценить учащихся, т. е. данное упражнение подойдет для контроля.

Онлайн-сервис «LearningApps» предоставляет учителю ряд полезных возможностей для создания интерактивных образовательных материалов   
и улучшения процесса обучения. С помощью сервиса учитель может создавать персонализированные задания и упражнения, соответствующие потребностям каждого учащегося.

Таким образом, формирование грамматических умений является одной из важнейших задач в обучении иностранному языку, поскольку грамматика составляет основу для построения правильных высказываний и понимания речи. Использование информационно-коммуникационных технологий открывает новые возможности для более эффективного формирования грамматических умений учащихся.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Падерин, А. В. Использование информационно-коммуникативных технологий в образовательном процессе / А. В. Падерин // Учен. зап. ун-та. им. П. С. Лесгафта. –2016. – № 8. – С. 167–176.
2. Волкова, О. В. Основные характеристики информационно-коммуникационных технологий / О. В. Волкова // Вестн. Белгород. юрид. ин-та МВД России. – 2011. –  
   № 1. – С. 70–72.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**В. В. КОНЕВЕГА**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – В. А. Петровская

**ИЗУЧАЮЩЕЕ ЧТЕНИЕ ИНОЯЗЫЧНЫХ**

**ХУДОЖЕСТВЕННЫХ ТЕКСТОВ КАК СРЕДСТВО**

**ФОРМИРОВАНИЯ КОММУНИКАТИВНОЙ**

**КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

В современной методике преподавания английского языка существуют разные определения термина «коммуникативная компетенция». Приведем некоторые из них: 1) коммуникативная компетенция – это «умение строить эффективную речевую деятельность и эффективное речевое поведение, которые соответствуют нормам социального взаимодействия, присущим конкретному этносу» [1, с. 34]; 2) коммуникативная компетенция – это «способность человека к общению в одном или всех видах речевой деятельности, которая представляет собой приобретенное в процессе естественной коммуникации или специально организованного обучения особое качество реальной личности» [1, с. 39].

Коммуникативная компетенция предполагает знания, умения и навыки, необходимые для понимания иноязычного участника диалога и порождения собственной модели речевого поведения, адекватной целям, сферам, ситуациям общения. Структура иноязычной коммуникативной компетенции имеет следующие компоненты:

а) языковой;

б) речевой;

в) социокультурный.

Языковой компонент отражает уровень знания фонетической, грамматической, лексической систем и уровень сформированности слухопроизносительных и лексических навыков. Речевой компонент основан на сформированных у обучающихся навыках чтения и письма. Социокультурный компонент представляет собой систему умений речевой деятельности, основанных на нормах социального взаимодействия.

Чтение художественных текстов на изучаемом языке способствует развитию умений речевой деятельности обучающихся, обогащает их словарный запас, знакомит их с культурой и литературой страны изучаемого языка. Изучающее чтение иноязычных художественных текстов обладает большим методическим потенциалом в процессе формирования коммуникативной компетенции обучающихся.

При обучении изучающему чтению иноязычный художественный текст предъявляется обучающимся без ограничения времени, с возможностью повторного прочтения, с установкой на последующее воспроизведение.

Обучение изучающему чтению иноязычных художественных текстов включает в себя следующие этапы:

1) предтекстовый;

2) текстовый;

3) послетекстовый.

Основной задачей предтекстового этапа является снятие языковых трудностей. Учитель вместе с обучающимися переводит незнакомые слова, объясняет незнакомые понятия и страноведческие реалии. Часто используются задания на поиск ключевых слов и разделение текста   
на смысловые части.

Перед первым прочтением текста учитель обязательно формулирует целевую установку. Например, *Read the text and say what it is about.* Целевая установка перед вторым прочтением текста, как правило, содержит более подробные инструкции. Например, обучающимся необходимо составить план прочитанного текста; найти в тексте отрывки, иллюстрирующие те или иные утверждения; придумать заголовки   
к выделенным частям текста; определить последовательность событий   
в тексте.

Основной задачей послетекстового этапа является контроль понимания прочитанного. На этом этапе учитель использует следующие виды заданий:

1) *Say whether the statements are true or false*;

2) *Answer the following questions*;

3) *Make up a dialogue on the following situation …*;

4) *Give a summary of the text*;

5) *Write a story describing* … .

Элементы анализа в изучающем чтении иноязычных художественных текстов в условиях обучения в школе сводятся к выполнению следующих действий: семантически-формальный анализ языковых явлений в тексте, формально-смысловой анализ для выяснения значения непонятного лексического или грамматического явления при непонимании микро-контекста [2, с. 77]. Перечисленные выше виды анализа могут позволить обеспечить всестороннее понимание содержания текста, а также преодолеть трудности, возникающие в непонимании содержания текстового материала.

Материалы для обучения изучающему чтению должны соответствовать ряду критериев: иноязычные художественные тексты должны обладать определенной познавательной ценностью, быть информативно значимыми в языковом отношении и соответствовать уровню языковой подготовки обучающихся.

Обучение изучающему чтению развивает лексические навыки, навыки письма, умения речевой деятельности обучающихся. Таким образом, изучающее чтение иноязычных художественных текстов является эффективным средством формирования коммуникативной компетенции обучающихся.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Гальскова, Н. Д. Современная методика обучения иностранным языкам / Н. Д. Гальскова. – М. : Высш. шк., 2000. – 300 с.
2. Бредихина, И. А. Методика преподавания иностранных языков: Обучение основным видам речевой деятельности : учеб. пособие / И. А. Бредихина. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2018. – 104 с.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**В. В. КРАВЧУК**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – В. В. Авраменко

**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАТИВНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПРОЦЕССЕ ОБУЧЕНИЯ ИНОСТРАННОМУ ЯЗЫКУ**

В современном образовательном процессе большое значение приобретают информационно-коммуникативные технологии, они неотъемлемая часть обучения и могут быть использованы для эффективного изучения иностранных языков. Настоящая статья посвящена использованию таких информационно-коммуникативных технологий,   
как мобильные приложения и веб-сайты при обучении немецкому языку.

Под мобильным обучением подразумевается изучение языка с помощью портативных носителей информации, в частности мобильных телефонов [4, с. 1].

Принципы мобильного обучения включают в себя следующие аспекты: [2, с. 21]:

1. Доступность. Мобильное обучение предполагает доступность для обучающихся в любое время и в любом месте.

2. Интерактивность. Мобильные приложения предлагают интерактивные возможности, позволяющие обучающимся активно взаимодействовать с учебным материалом.

3. Мультиплатформенность. Мобильные приложения должны быть оптимизированы для работы на различных устройствах, чтобы обеспечить доступность для широкой аудитории.

4. Персонализация. Обучение должно быть адаптировано под индивидуальные потребности учащихся, предоставляя персонализированные учебные планы и материалы.

5. Геймификация. Включение элементов геймификации – таких как достижения, бейджи, рейтинги – может повысить мотивацию обучающихся.

6. Эффективность. Дизайн мобильных приложений должен обеспечивать эффективное усвоение материала и достижение поставленных образовательных целей.

Коммуникативная направленность предмета «Иностранный язык» традиционно осуществляется через очные занятия. Однако в настоящее время современные методы преподавания включают использование медиаконтента [1, c. 6]. При преподавании немецкого языка учащимся важно использовать технологии обучения с применением мобильных технологий для обеспечения доступности качественного обучения иностранному языку и достижения запланированных результатов по всем видам речевой деятельности.

Под мобильным приложением понимают программное изделие, разновидность прикладного программного обеспечения, предназначенная для работы на смартфонах, планшетах и других мобильных (портативных, переносных, карманных) устройствах [3, с. 1].

Нами были проанализированы мобильные приложения и интернет-ресурсы, которые могут быть полезны при обучении говорению, письму, аудированию, чтению (Duolingo, Deutsche Welle, Lingoda, Lang-8, Tandem).

Использование мобильных приложений в образовательном процессе выходит за рамки простого предоставления знаний. Они нацелены на развитие у учащихся критического мышления и навыков самостоятельного обучения. Это позволяет им более эффективно усваивать материал.   
На старших ступенях обучения школьники получают больше возможностей для самостоятельного поиска и выполнения творческих работ с использованием интернет-ресурсов и мобильных приложений. Проекты становятся более сложными по форме и содержанию, предполагая научный подход к оформлению и требуя больше времени   
на подготовку.

Также нами был предложен план письменной проектной работы с использованием интернет-ресурсов. Тема проектной работы *“Aber jetzt längst schon wieder Schule”* направлена на изучение школьной системы Германии и сравнение ее с белорусской системой.

Нами был спланирован проект, включающий в себя написание эссе   
на немецком языке на тему *“Meine Schule”*,которое предполагает описание учащимися собственной школы; описание школы, в которой ученик хотел бы учиться; план идеального расписания; сравнение немецкой школы с белорусской; рассуждение об изменениях в белорусских школах, которые необходимо провести, и в заключение подведение итогов проекта.

Метод проектов находит применение в изучении различных тем.   
Мы хотим акцентировать внимание на том, что этот вид работы приносит существенную пользу как учащимся, так и учителю. Для формирования   
у учащихся восприятия языка как средства межкультурного взаимодействия необходимо не только знакомить их с материалами страноведческого характера, но и находить пути вовлечения их в активный диалог культур, чтобы они могли на практике познавать особенности функционирования языка в новой для них среде. В связке с самостоятельным поиском информации в сети Интернет и созданием проекта с помощью компьютера или телефона такой подход расширяет кругозор учащихся, активизирует их творческую деятельность и улучшает знания в области иностранного языка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Беловский, Г. Г. Мультимедийные технологии : лаборатор. практикум / Г. Г. Беловский, В. М Зеленкевич. – Минск : БГПУ, 2009. – 178 с.

2. Куклев, В. А. Феномен методология мобильного обучения : монография д-ра пед. наук, канд. техн. наук / В. А. Куклев. – Ульяновск : УГТУ, 2010. – 46 с.

3. Мобильное приложение [Электронный ресурс] // Википедия : свобод. энцикл. – Сан-Франциско : Фонд Викимедиа, 2023. – Режим доступа: [https://ru.m.wikipedia.org/ wiki/Мобильное\_приложение](https://ru.m.wikipedia.org/%20wiki/Мобильное_приложение) . – Дата доступа: 25.11.2023.

4. Сон, И. С. Мобильное обучение в изучении иностранных языков / И. С. Сон // Теория и практика образования в современном мире : материалы III Междунар. науч. конф., Санкт-Петербург, май 2013 г. – СПб. : Реноме, 2013. – С. 164–167.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**А. А. Огиевич**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Е. Д. Осипов

**РАЗВИТИЕ ИНОЯЗЫЧНОЙ КОММУНИКАТИВНОЙ**

**КОМПЕТЕНТНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ВЫПОЛНЕНИЯ**

**ГРУППОВЫХ ЗАДАЧ НА УРОКАХ ИНОСТРАННОГО ЯЗЫКА**

Коммуникация – это процесс обмена информацией, идеями, мнениями, увязанными конкретным поведением собеседников. Эта ключевая способность позволяет нам устанавливать контакт, понимать друг друга и сотрудничать [1, с. 262]. Коммуникация играет важную роль в нашей повседневной жизни, в образовании, работе, отношениях и других сферах.

В условиях глобализации и развития информационных технологий важность владения иностранными языками становится все более явной. Умение эффективно общаться на иностранном языке в групповых задачах оказывает существенное влияние на успешное функционирование в различных областях жизни и работы.

В процессе организации обучения иностранным языкам в старших классах имеет важное значение выбор учебной программы   
и соответствующего учебника.

Важными критериями для выбора учебной программы и учебника являются их соответствие образовательным стандартам и принципам компетентностного подхода. Учебные программы должны включать в себя разнообразные виды коммуникативной деятельности, предоставлять возможность для развития навыков чтения, письма, аудирования и говорения на иностранном языке. Они также должны содержать различные тематики, лексику и грамматические структуры, чтобы обеспечить разностороннее обучение.

При выборе учебника необходимо обратить внимание на его содержание и особенности. Учебник должен предлагать интересные и актуальные тексты, аудиоматериалы и упражнения, которые будут стимулировать учащихся к активному использованию иностранного языка в различных ситуациях. Учебник также должен быть структурирован   
и организован таким образом, чтобы облегчить понимание и усвоение языковых навыков.

Важно отметить, что выбор учебной программы и учебника должен быть осознанным и обоснованным, с учетом образовательных целей   
и задач, предъявляемых к обучению иностранному языку в старших классах.

В современной школе значительное внимание уделяется различным методам обучения, в том числе и интерактивным, которые способствуют лучшему усвоению знаний учащимися.

«Интерактивный (в переводе *Inter* ‘взаимный’, *act* ‘действовать’) – это значит взаимодействовать или находиться в режиме беседы и диалога»   
[2, с. 47].

Примеры интерактивных технологий в обучении:

*Дидактическая игра.* https://etreniki.ru/ – это игра, которая во время урока помогает формировать ЗУН и развивать мышление каждого ученика, а также позволяет развивать их коммуникативные навыки.

*Инфографика* – это визуальное представление учебного материала, которое позволяет самостоятельно усваивать, анализировать и делать выводы. Интерактивная инфографика – это графическое представление информации, которое обеспечивает взаимодействие с содержанием.

*Видеоскрайбинг* – это способ визуализации информации   
с использованием графических символов и текста. В современной   
школе наиболее актуальным является компьютерный вид скрайбинга   
(для реализации можно использовать данную платформу: [https://www. powtoon.com/](https://www.powtoon.com/)) [2, с. 48].

Такие коллективные методы обучения, как организованный диалог   
и работа в парах, имеют множество преимуществ:

1. Развитие коммуникативных навыков. Участие в групповых задачах обеспечивает студентам возможность практиковать иноязычную речь в реальных ситуациях общения с товарищами по группе.
2. Активность и мотивация. Решение задач в группе стимулирует активность и мотивацию учащихся, поскольку они чувствуют себя более вовлеченными в учебный процесс и ощущают ответственность перед своими партнерами.
3. Развитие коллективных навыков. Работа в группе способствует развитию навыков сотрудничества, взаимодействия и обмена идеями. Студенты учатся работать в команде, слушать и уважать точки зрения других участников группы.
4. Привлечение различных умений и навыков. Групповые задачи позволяют привлечь разнообразные умения и навыки студентов, такие как аналитическое мышление, лидерство, организационные способности и эффективное решение проблем. Каждый участник группы может внести свой вклад в решение задачи с учетом своих сильных сторон.

На старшей ступени обучения продуктивными формами групповой работы на уроках иностранного языка являются: дискуссии, дебаты, конференции, выполнение проектов.

Дискуссия – популярная форма групповой работы на старшей ступени обучения, представляющая собой коллективное сотрудничество, направленное на развитие критического мышления, умение достигать согласия в условиях разных взглядов и формирование способности работать в группе.

Дебаты – сложная форма групповой работы на старшем этапе обучения, предполагающая высокий языковой уровень учащихся. Группа делится на две команды, выступающие «за» и «против» по заданной теме. Команды собирают информацию, готовят аргументы и ведут дискуссию   
в рамках установленного регламента. Дебаты способствуют развитию навыков устной речи, ведения беседы, аргументации своей позиции, убеждения оппонента. Эта технология сочетает групповую работу   
и развивает коммуникативные умения.

Конференция – форма групповой работы, при которой учащиеся опрашивают участников, выясняют их мнения, записывают ответы. Затем в малых группах ищут общее решение, которое обосновывают в итоговой дискуссии. Такая деятельность стимулирует мотивацию к изучению языка, увеличивает практику устной речи, развивает умение работать в группе.   
В процессе живого общения дети задают вопросы, обмениваются мнениями, что способствует коммуникативной практике.

Метод проектов – эффективный способ организации урока в старших классах. Учащиеся самостоятельно распределяются по интересам, ищут информацию, готовят сообщения. Учитель направляет и вдохновляет их. Для защиты проектов организуется специальная рассадка, способствующая общению и обмену мнениями. Метод проектов развивает самостоятельность, навыки устной речи, умение работать в группе, распределять обязанности. Углубляются знания по выбранной теме. Это интерактивный и коммуникативно-ориентированный метод [3].

Групповые задачи высоко эффективны для развития иноязычной коммуникативной компетентности старшеклассников. Работа в группах создает условия для активной речевой практики на иностранном   
языке в ситуациях, приближенных к реальному общению. Выполняя групповые задачи, учащиеся вынуждены взаимодействовать друг с другом, обмениваться информацией, высказывать и аргументировать свое   
мнение, приходить к согласованному решению. Это способствует совершенствованию всех видов речевой деятельности – говорения, аудирования, чтения и письма, а также формированию языковых навыков   
в ситуациях реального общения.

Важным преимуществом групповых задач является создание благоприятной атмосферы сотрудничества и взаимопомощи. Вовлеченность в совместную работу над общей целью повышает мотивацию учащихся, стимулирует их речевую активность. В группе ученики могут преодолеть психологический барьер, возникающий при общении с учителем, что облегчает говорение. Кроме того, работа в разноуровневых группах развивает социальные компетенции – умение вести дискуссию, убеждать, достигать компромисса.

Подводя итог, можно сделать вывод, что регулярное выполнение разнообразных групповых заданий коммуникативной направленности является действенным методическим приемом для комплексного развития всех компонентов иноязычной коммуникативной компетентности учащихся старших классов. Данный подход обеспечивает высокий уровень сформированности речевых умений, языковых навыков, а также социокультурных и компенсаторных умений, необходимых для эффективного общения на иностранном языке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Якупов, П. В. Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры / П. В. Якупов // Вестн. ун-та. – 2016. – № 10. – С. 261–266.
2. Троеглазова, Е. В. Использование интерактивных технологий в обучении / Е. В. Троеглазова // Актуальные вопросы образования. Современный университет как пространство цифрового мышления : сб. материалов Междунар. науч.-метод. конф., Новосибирск, 28–30 янв. 2020 г. : в 3 ч. / Сиб. гос. ун-т геосистем и технологий. – Новосибирск, 2020. – Ч. 3. – С. 47–49.
3. Групповая работа на уроках английского языка как средство формирования коммуникативных универсальных учебных действий [Электронный ресурс] // CORE – Aggregating the world’s open access research papers. – Режим доступа: [https://core.ac.uk/download/pdf/ 162319872.pdf](https://core.ac.uk/download/pdf/%20162319872.pdf). – Дата доступа: 18.05.2024.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)

**М. В. ЯТЧЕНКО**

Брест, БрГУ имени А. С. Пушкина

Научный руководитель – Ю. А. Тищенко

**ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ АКТИВНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ИЗУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА**

**В СРЕДНЕЙ ШКОЛЕ**

Одной из основных целей современного образования является создание эффективных методов обучения, которые могут стимулировать мотивацию учащихся и активизировать их учебную деятельность. Эти цели невозможно достичь без внедрения активных методов обучения   
в учебный процесс. Активные методы обучения включают в себя приемы, которые активизируют когнитивную и творческую активность учащихся   
в процессе усвоения новых знаний и навыков.

Изучение иностранных языков отличается от других предметов школьной программы, требуя чтения, аудирования, говорения и письма на другом языке. Применение активных методов обучения в изучении иностранных языков включает создание интересных, креативных уроков, которые делают обучение увлекательным и запоминающимся. Однако не все методики активного обучения, предложенные педагогической наукой, одинаково применимы и эффективны в образовательной практике.

В практике общего среднего образования чаще всего используются такие методы активного обучения, как обучение в сотрудничестве, метод проектов, метод проблемного обучения, кейс-метод, а также игровые методы обучения. Обучение в сотрудничестве предполагает формирование групп учащихся для совместного решения задач под руководством учителя. Каждый ученик получает индивидуальные задания, учитывающие его особенности. Этот метод позволяет каждому ученику активно участвовать, брать ответственность за общий результат и развивать свои способности.

Метод проектов предполагает, что ученики разрабатывают индивидуальные проекты по выбранной ими самостоятельно теме, а также выбирают способ ее представления и презентации. Этот подход позволяет каждому участнику работать над темой, которая вызывает наибольший интерес, что стимулирует их активность и мотивацию.

Метод проблемного обучения предполагает создание перед учениками ситуации, требующей решения проблемы. Однако для эффективного применения этого метода необходима определенная база знаний   
у учащихся. Проблемная ситуация представляет собой трудность, которую учащиеся должны преодолеть, приобретая новые знания или применяя интеллектуальные усилия.

Кейс-метод предполагает изучение реальной жизненной ситуации. Например, на уроке английского языка можно предложить рассмотреть изученную тему с точки зрения ее значимости для современного общества. Преимуществом этого метода является возможность актуализации знаний, наличие неоднозначных решений и развитие творческого мышления у учащихся.

Игровые методы, такие как бизнес-симуляции, ролевые игры и имитационные игры, естественны для детей школьного возраста. Эти методы предоставляют преподавателям значительные преимущества в активизации познавательной активности учеников. Игра является мощным стимулом для освоения иностранного языка, эффективным инструментом в арсенале преподавателя. Умение создавать игровые сценарии и использовать игру в обучении стимулирует учеников к активному общению и участию. В игре присутствует цель, правила и удовольствие, что делает учебный процесс более привлекательным и эффективным. Учебная игра – это особый вид задания, который требует напряжения как эмоциональных, так и интеллектуальных усилий [1].

В процессе обучения иностранным языкам игры можно классифицировать по следующим категориям:

1. Лексические игры, например, «Слова», где учащимся выдаются карточки с разными словами, и задача – выбрать слова на определенную тему быстрее других. В игре «Что лишнее» нужно проанализировать цепочку слов и выявить не принадлежащие к определенной группе.
2. Развивающие игры, например, «Опиши объект», где детям показывают предметы или картинки, которые они должны описать по памяти. В игре «Пять слов» один ученик считает до пяти, а другой называет пять слов по определенной теме.
3. Логические игры. К ним относятся кроссворды, ребусы, шарады, загадки. Например, игра «Guess», где один участник задумывает предмет с характеристиками, а остальные пытаются угадать его. В игре «What’s this?» сначала называются признаки объекта, а потом угадывается слово.
4. Командные игры. Здесь предлагаются более сложные задания, такие как «Find a proverb», «Make a story», «Snowball». Также сюда относится деловая игра, которая включает в себя профессиональные ситуации, например, «Школьный психолог: профессионально важные характеристики», «Проблема родительско-детских отношений», «Лучшие достопримечательности мира» и др. [2, с. 92].

Инновационной игрой в этом блоке является квест. Сущностью квеста является последовательное решение задач на пути к достижению   
цели. Квест является приключенческой игрой, в основе которой   
заложено разгадывание ребусов и загадок. Игры такого типа позволяют активизировать все познавательные процессы учащихся, все органы чувств, мышечную активность, социальные процессы в классе, раскрывают потенциал и возможности учащихся. При составлении квест-урока необходимо соблюдать четкую регламентацию: соответствие теме учебного плана, заранее разработанная система оценивания, временные ограничения, доступность и понятность темы для учащихся, наличие элементарной словарной базы. Кроме этого, квест-урок предполагает свободное передвижение учащихся по аудитории или выбранному периметру, что требует максимальной вовлеченности педагога в образовательный процесс.

Таким образом, применение игровых методов обучения, на наш взгляд, является наиболее целесообразным при изучении иностранных языков. Применение данных методов позволяет повысить интерес учащихся к предмету, активизировать мышление, разнообразить словарный запас, развивать память, коммуникативные навыки и социальные взаимоотношения. При этом следует помнить, что несмотря на разнообразие и очевидную значимость активных методов обучения, каждый из них имеет определенные условия применения, которые необходимо учитывать при внедрении в образовательную деятельность.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Сиденко, А. С. Активные методы обучения. Образовательный потенциал / А. С. Сиденко, В. С. Хмелева // Эксперимент и инновации в шк. – 2008. – № 3. –   
   С. 45–49.
2. Павлова, Е. В. Инновационные методики обучения иностранным языкам / Е. В. Павлова, Н. А. Кобзева, И. С. Овчинникова // Молодой ученый. – 2015. – № 12. –   
   С. 90–92.

[**К содержанию**](#Ксодержанию)