

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Сибирский государственный университет науки и технологий  
имени академика М. Ф. Решетнева

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ЛИНГВИСТИКИ,  
ПЕРЕВОДОВЕДЕНИЯ,  
ЯЗЫКОВОЙ КОММУНИКАЦИИ  
И ЛИНГВОДИДАКТИКИ**

*Сборник материалов  
XVIII Всероссийской научно-практической конференции  
с международным участием*

Электронное издание

Красноярск 2018

© СибГУ им. М. Ф. Решетнева, 2018

ББК Ш1В06  
УДК 81'42  
А43

**Редакционная коллегия:**

заведующий кафедрой ЛТиПП Ж. А. Сержанова (председатель),  
доцент кафедры ЛТиПП Н. А. Груба,  
доцент кафедры ЛТиПП Л. Я. Вавилова

**Актуальные проблемы лингвистики, переводоведения, языковой коммуникации и лингводидактики** [Электронный ресурс] : сб. материалов XVIII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Электрон. текстовые дан. (1 файл: 1,5 МБ). – Систем. требования : Internet Explorer; Acrobat Reader 7.0 (или аналогичный продукт для чтения файлов формата .pdf) ; СибГУ им. М. Ф. Решетнева. – Красноярск, 2018. – Режим доступа: <https://www.sibsau.ru/scientific-publication/>. – Загл. с экрана.

Представлены результаты научных исследований студентов, аспирантов и молодых специалистов высших учебных заведений России.

В статьях сохранен авторский стиль изложения.

*Информация для пользователя:* в программе просмотра навигация осуществляется с помощью панели закладок слева; содержание в файле активное.

**ББК Ш1В06  
УДК 81'42**

Адрес редакции: 660049, Красноярск, ул. Ленина, 69, ауд. 2/318, т. (391) 227-63-82

Подписано к использованию: 20.12.2018. Объем: 1,5 МБ. С 324/18.

Корректура, макет и компьютерная верстка *Л. В. Звонаревой*

Редакционно-издательский отдел СибГУ им. М. Ф. Решетнева.  
660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31.  
E-mail: rio@mail.sibsau.ru. Тел. (391) 201-50-99.

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Агамамедов Р. Г., Шерстянникова Е. А.</b> Изменение значения слов в результате заимствования на примере молодежного сленга .....	5
<b>Агейкин М. Д., Валькова Н. О., Абдулхаметова Н. Н.</b> Современные тенденции в развитии английского языка .....	7
<b>Анаскина М. Д., Прокудина С. В.</b> Переводческие трансформации при переводе текстов современных СМИ .....	9
<b>Андреева Л. А., Гречушникова Т. В.</b> О дидактическом освоении технологии QR-кода .....	11
<b>Андреева А. В., Воробьева В. А.</b> Особенности формирования китайской денежной системы и их отражение в языке .....	13
<b>Астахова М. Н., Виноградова С. А.</b> Способы сохранения манипулятивного эффекта при переводе речей Д. Кэмерона .....	16
<b>Баглай С. С., Фрезе О. В.</b> Обучение написанию эссе на английском языке учащихся старшей школы .....	19
<b>Бузмакова В. С.</b> Концепт милосердие в русской языковой картине мира .....	21
<b>Виноградова С. А., Шульпин И. В.</b> Способы сохранения юмористического эффекта при переводе произведений П. Г. Вудхауза .....	23
<b>Вяткина Е. А., Шерстянникова Е. А.</b> Внутренняя форма слова .....	25
<b>Галлиулина О. Р.</b> Языковая репрезентация оценочности в англоязычной любительской кинорецензии (лексический уровень) .....	27
<b>Глазунов А. Д., Шерстянникова Е. А.</b> Язык современной российской молодежи: развитие или деградация .....	29
<b>Гусарова М. П.</b> Речевой портрет английского аристократа на материале цикла П. Г. Вудхауза «Дживс и Вустер» .....	31
<b>Демидова С. А., Шерстянникова Е. А.</b> Роль переводческой ошибки в передаче смысла текста .....	33
<b>Дзюба Т. Н., Шерстянникова Е. А.</b> Влияние билингвизма на поведение и мышление людей .....	35
<b>Дук А. А., Моргунова (Атрошенко) О. В.</b> Этимология зоономов в русском и латинском языках: сравнительный анализ .....	37
<b>Ерофеева О. В.</b> Формирование коммуникативной компетенции в сфере профессионального общения .....	39
<b>Журавлева А., Прокудина С. В.</b> Средства создания образности в произведениях англоязычных писателей .....	41
<b>Зотова А. Е., Петракова Е. В.</b> Аббревиатура или сокращение как языковое явление .....	43
<b>Карпова А.</b> Картавит ли внутренний голос у картавых людей? .....	45
<b>Коровкина А. И., Вавилова Л. Я.</b> Трудности перевода англоязычной рекламы .....	47
<b>Крус А. С., Вавилова Л. Я.</b> Проблемы буквализма в переводе .....	51
<b>Луценко Д. С., Прокудина С. В.</b> Стилистические особенности американского детектива на примере рассказа «Убийство на улице Морг» .....	54
<b>Макарова А. С., Петракова Е. В.</b> Проблемы перевода безэквивалентной лексики .....	56
<b>Меликян С. Г., Моргунова (Атрошенко) О. В.</b> Наименования аптек города Екатеринбурга: этимолого-мотивационный аспект .....	58
<b>Мезина В. В., Вавилова Л. Я.</b> Проблемы перевода комиксов .....	60

<b>Набиева П. Э., Дрыгина И. В.</b> Английский язык в мире и специфика его диалектов .....	63
<b>Пахомова Т. А., Битнер М. А.</b> Ксенонимы-русизмы английского языка как отражение русской культуры на материале публикаций в британских СМИ .....	65
<b>Писарева Р. П.</b> Аббревиатурные процессы в английском языке .....	68
<b>Погодаев И. И., Балув К. В., Шерстянникова Е. А.</b> Феминистская лингвистика как новое направление в науке о языке .....	71
<b>Рехачева Т. В.</b> Паралимпийская терминология лыжных видов спорта в русском, английском и немецком языках. Проблемы и решения .....	73
<b>Сентябова В. В., Моргунова (Атрошенко) О. В.</b> Лексико-семантические особенности латинских паремий и их русских аналогов .....	75
<b>Скачёва Н. В.</b> Межкультурные компетенции студентов-переводчиков согласно требованиям образовательной программы по ФГОС .....	77
<b>Скулкова Е. С.</b> Лингвистические проблемы современных наименований лекарственных средств .....	80
<b>Стефанчук К. В., Шерстянникова Е. А.</b> Особенности молодежного сленга (на примере русской молодежи) .....	82
<b>Устинова Д. В., Олехнович О. Г.</b> Контрастивный анализ латинских и английских фармацевтических терминов (на примере названий лекарственных форм) .....	84
<b>Худоногова А. Г., Вершкова Н. Д.</b> Адаптация рекламных сообщений в соответствии с требованиями локализации (на примерах автомобильной рекламы немецкоязычных стран, России, Украины и Беларуси) .....	87
<b>Худоногова А. Г., Кондрашова Е. В.</b> Русскоязычные и англоязычные идиомы, используемые в деловой коммуникации: специфика и проблема лингвокультурной межъязыковой эквивалентности .....	89
<b>Шевченко Д. В., Груба Н. А.</b> Образ учителя в современной немецкой школе сквозь призму языка кино (на примере молодежной комедии «Fack ju göhte») .....	92
<b>Шевченко Д. О., Шерстянникова Е. А.</b> Тенденции русского языка после распада СССР .....	96
<b>Шляков Н. В.</b> Элементы драматизации текста при обучении иностранным языкам .....	99

## ИЗМЕНЕНИЕ ЗНАЧЕНИЯ СЛОВ В РЕЗУЛЬТАТЕ ЗАИМСТВОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА

Р. Г. Агамамедов, Е. А. Шерстянникова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматриваются семантические процессы, происходящие при заимствовании сленговых слов из других языков, а также особенности формирования сленга современной русской молодежи.*

*Ключевые слова: заимствования, молодежный сленг, лексика, семантические процессы.*

## CHANGES OF VALUES AS A RESULT OF BORROWING ON THE EXAMPLE OF YOUTH SLANG

R. G. Aggamamedov, E. A. Sherstyannikova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The article deals with semantic processes occurring with borrowed slang words from other languages and the peculiarities of the formation of slang of modern Russian youth.*

*Keywords: borrowing, youth slang, vocabulary, semantic processes.*

Любой язык в процессе своего развития подвергается влиянию других языков, самым ярким примером такого влияния является заимствование слов. Предметом данной статьи является сленг современной русской молодежи.

Непостоянность языка далеко не новое явление, все в мире меняется, как и язык. Руди Келлер в своей книге «О невидимой руке в языке» писал: «языковые изменения – это необходимые следствия нашего способа употреблять язык, представляющие собой «специальный случай социокультурных изменений» [1, с. 269].

Лексический уровень любого языка, который отображает в речи внешний и внутренний мир человека, претерпевает изменения чаще и больше, чем остальные. Так, словарный состав русского языка в последнее время с ускоренным темпом наполняется новыми, заимствованными из других языков словами. По словам Д.Э. Розенталя, заимствование слов происходит таким образом: «слова вливаются в русский язык из других языков, в результате экономических, политических и культурных связей русского народа с другими государствами. Внедрение иноязычных слов определяется и необходимостью народа давать названия новым предметам и понятиям. Такие слова могут быть результатом новаторства той или иной нации в какой-либо области науки и техники. Они также могут возникнуть как следствие снобизма, моды» [4, с. 69].

Молодежный сленг является одним из источников пополнения лексико-фразеологического состава языка, он пребывает в постоянной динамике для успешного удовлетворения коммуникативных потребностей носителей языка.

Важную роль в формировании молодежного сленга играет Интернет, выступающей в роли глобальной площадки, где протекают процессы заимствования лексики. Данный ресурс позволяет моментально обмениваться информацией в любой точке мира, в любое время, поэтому Интернет пользуется широкой популярностью у современной молодежи. Такая популярность Интернета обусловлена также демократичностью и интерактивностью в коммуникации в многочисленных социальных сетях, где обычно и происходит дистанционное общение молодого поколения. Современный лингвист М. А. Кронгауз об общении в социальных сетях говорил: «За тысячелетнюю историю человечество придумало две формы языка – сначала устную, а потом письменную, которую использовали для того, чтобы хранить речь и переносить ее на большие расстояния. Сейчас мы стали активнейшим образом использовать письменную речь не по назначению: не для хранения или перенесения смыслов, а для того, чтобы просто общаться. Мы общаемся письменно. И оказалось, что письменная речь не очень-то для этого приспособлена, ее надо менять. Изменения, которые происходят, это и есть настройка формальной письменной речи на общение» [2, с. 167]. Следствием этого стало упрощение сложных грамматических форм, стремление к экономии языковых средств и мода на использование иностранных слов, чтобы заменить общеупотребительную лексику на более модную. При этом в процессе заимствования некоторые слова могут приобретать новые значения, утрачивая старые.

К примеру, слово «*трэш*» (*trash*), которое в переводе с английского означает «мусор», перебравшись в русский язык, обозначало малобюджетные фильмы

ужасов, далее, это слово стали использовать для описания любого низкосортного, пошлого продукта или неприятного явления и ситуации. То есть в определенном контексте словом «трэши» можно выразить отрицательную оценку: «этот концерт был полный трэши», «трешовый фильм».

В речи молодежи также можно встретить слово «фóрсить», которое произошло от английского глагола «to force» (заставлять, принуждать). Русский аналог этого слова – «раскрутить», то есть им описывают такое явление, в процессе которого какой-нибудь продукт усиленно продвигают в массы, чтобы он стал популярным. Его можно встретить в следующих контекстах: «этот фильм слишком расфóрсили», «его песню много фóрсили». В таком случае оно приобретает отрицательную коннотацию.

Еще одно слово, пришедшее в лексику современной молодежи, слово «хайп». С английского «hype» переводится как «обман», «назойливая реклама». В молодежном сленге значение этого слово соответствует какому-либо исключительно новому событию, которое имеет массовое обсуждение, «ажиотаж» и «шумиху» вокруг себя, внезапная вспышка популярности, которая вскоре теряется. Примеры: «хайповый проект», «он это делает лишь ради хайпа», «это было интересно, пока было на волне хайпа».

В последнее время популярность стало приобретать слово «Рофл» – это русский аналог английской аббревиатуры ROFL, которую можно расшифровать как Rolling On The Floor Laughing. В переводе эта фраза означает «кататься по полу от смеха», в русском языке оно используется для обозначения громкого смеха, обычно применяется в онлайн-переписках как реакция на что-то смешное. Также в русском сленге от него произошло новое слово «рофлить» (смешить, смеяться). Например, «мы уже рофлили над этим» или «такой рофл!»

Слова «топ», «топовый» в переводе с английского («Top») – это «верхушка», данное слово достаточно давно появилось в русском языке со значением «топа» как верхней части одежды, от шеи до пояса. Отсюда и произошло слово «топлесс» – «с голым торсом», однако, в настоящее время, в сленге русской молодежи, это слово стало ближе к значению, которое имеет слово в языке источнике. Им стали называть также что-то, объективно входящее в список самого лучшего и популярного. Но слово «топовый» расширило свое значение, оно приобрело более описательный характер: «топовый» – красивый, вызывающий положительные субъективные эмоции. Его можно встретить в следующих контекстах: «топово выглядишь», «этот фильм был топовый».

В эпоху глобализации, в современном русском сленге крайне динамично происходят заимствования слов из других языков, эти слова являются примерами многообразных семантических процессов, которые происходят в языке.

#### Библиографические ссылки

1. Келлер Р. Языковые изменения. О невидимой руке в языке : пер. с нем. и вступ. ст. О. А. Костровой. Самара : Изд-во Самар. гос. ун-та, 1997. 312 с.
2. Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. М. : Москва, 2007. 480 с.
3. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода. М. : Моск. лицей, 1996. 208 с.
4. Розенталь Д. Э., Голуб И. Б., Теленкова М. А. Современный русский язык. М. : Айрис-пресс, 2014. 448 с.

© Агамамедов Р. Г., Шерстянникова Е. А., 2018

## СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В РАЗВИТИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА

М. Д. Агейкин, Н. О. Валькова, Н. Н. Абдулхаметова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*В современном мире английский язык выполняет функции интернационального языка. За последние десятилетия английский язык стал международным. Английский, как и любой другой язык, изменяется с течением времени. Поэтому важно рассмотреть тенденции развития данного языка в современном мире.*

*Ключевые слова: английский язык, грамматика, лексика, фонетика.*

## MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF ENGLISH LANGUAGE

M. D. Ageykin, N. O. Valkova, N. N. Abdulhametova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*In the modern world, English acts as an international language. Over the past decades, English has become international. English, like any other language, changes over time. Therefore, it is important to consider the development trends of a given language in the modern world.*

*Keywords: english, grammar, vocabulary, phonetics.*

Английский язык является одним из официальных языков ООН, ЮНЕСКО, Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), официальным и рабочим языком многих международных совещаний таких организаций, как Ассоциация государств Юго-Восточной Азии (АСЕАН), Европейский Совет, НАТО. Английский язык – единственный официальный язык Организации стран-экспертов нефти, единственный рабочий язык Европейской Ассоциации свободной торговли ЕФТА (European Free Trade Association). Также английский язык является рабочим языком всех международных научных конференций; 80 % сети Интернет – на английском языке.

В наши дни происходит радикальное изменение языковой ситуации в мире. Никогда в прошлом столько стран и народов не испытывали такой потребности в общении друг с другом. Никогда раньше столько людей не имели возможности путешествовать по всему миру.

В современном мире английский язык выполняет функции интернационального языка. За последние десятилетия английский язык стал международным средством общения, приобрел статус «глобального языка» (global language).

В реальности термин «международный английский язык» чаще всего соотносится только с британским и американским вариантами английского языка, в меньшей степени с канадским и австралийским вариантами и обычно не распространяется на другие региональные разновидности.

Современный английский язык имеет большое количество территориальных диалектов: в Великобритании – шотландский диалект, группа северных, центральных (восточно-центральных, западно-центральных), южных

и юго-западных диалектов; в США – восточно-английская, среднеатлантическая (центральная), юго-восточная, среднезападная группы. Диалектное варьирование английского языка в Великобритании носит значительно более ярко выраженный характер, чем в США, где основой литературной нормы становится центральный диалект.

Некоторые страны первоначально использовали его в качестве средства межэтнического средства, затем язык постепенно видоизменялся и становился родным для населения. Так, британский вариант английского языка положил начало американскому варианту, а затем австралийскому и южноафриканскому. В XX в. развились нигерийский, индийский, сингапурский варианты и многочисленные новые разновидности английского языка (New Englishes). Некоторые лингвисты высказывают предположения, что такая ситуация может свидетельствовать о развитии новой языковой семьи.

Говоря об английском языке, следует отметить две основные тенденции его развития. Первая – это дальнейшая унификация с целью международного использования, которая приводит к сокращению объема лексических единиц и упрощению грамматических форм для того, чтобы он мог стать удобным и простым средством международного общения. Например, в сложной системе глагольных времен усматриваются два важных изменения. Первое заключается во все более широком употреблении расширенных форм типа I am eating «я ем (в данный момент)» за счет простых форм типа I eat «я ем (вообще)». Это изменение происходит из желания придать действию, описываемому глаголом, больше живости и реалистичности – и этим оно отличается от других современных

тенденций в языке, в целом стремящихся к большей экономичности и краткости языкового выражения. Второе изменение состоит в более широком использовании расширенных форм глагола *go* «идти» для передачи ближайшего будущего, как в высказывании *We are going to write* «Мы сейчас будем писать» вместо *We will write* «Мы будем писать». Глагол *go*, прежде означавший *walk* «идти пешком» (как у Беньяна в Пути паломника: *I have resolved to run when I can, to go when I cannot run, and to creep when I cannot go*) «Я порешил, куда смогу, бежать; идти, когда не смогу бежать, и ползти, когда не смогу идти»), ныне настолько лишился своего прежнего вещественного значения, что может использоваться в качестве вспомогательного глагола при самом себе, как в выражении: *We are going to go a long way* «Мы собираемся пройти долгий путь».

Другой отличительной особенностью современного английского языка является все нарастающее использование фразовых глаголов в функции существительных: *comeback* «возврат к прежнему состоянию или положению», *setback* «откат назад; рецидив», *comedown* «деградация, потеря достоинства или социального положения», *buildup* «наращивание сил; лезть», *followup* «последующие мероприятия; дополнительная информация», *holdup* «грабёж; затор», *leadin* «введение, заставка», *input* «вклад; ввод» и т. п. Эти слова часто оказываются предпочтительнее своих синонимов из классических и романских языков, потому что они, в силу своей краткости, кажутся более яркими и убедительными. Во всех жизненных сферах – как в газетных заголовках, так и в повседневной речи – предпочтение в значительной степени отдается односложным словам: *jet* вместо *jet-propelled aircraft* «реактивный самолет» *op* вместо *operation* «операция», *up* вместо *promote* «стимулировать, продвигать». Потребностям современного мира отвечают также разнообразные сокращения, будь то легко произносимые аббревиатуры вроде *ERNIE* (*Electronic Random Number Indicator Equipment* «электронный индикатор случайных чисел»), или неудобнопроизносимые, как, например, *DSIR* (*Department of Scientific and Industrial Research* «отдел научно-промышленных разработок»). Несмотря на то стандартизирующее влияние, которое оказывают школа, радио, кино и телевидение, различные речевые уровни – ораторский, литературный, просторечные, разговорный и жаргонный – продолжают обогащать друг друга и оздоравливать язык в целом. Сегодня сленг в ходу больше, чем когда-либо, однако многие сленговые новообразования не задерживаются в языке, оказываясь однодневками: из сленговых новообразований лишь ничтожное число избранных попадает на уровень общепотребительного разговорного языка.

Вторая тенденция – это внутреннее развитие языка, изменение нормы внутри англоязычного сообщества.

В последнее время в английском языке наблюдается характерный процесс быстрого упрощения произношения, унифицирования многих региональных форм и толерантное отношение к ним в рамках современного английского языка, а также значительное увеличение вариативности на фонетическом уровне, которое явилось неизбежным результатом широкого распространения языка. Словарный состав стремительно изменяется под влиянием изменений в обществе и в культуре.

Таким образом, в современном мире английский язык выполняет функции интернационального языка. За последние десятилетия английский язык стал международным средством общения, приобрел статус «глобального языка» (*global language*).

В заключении можно сказать, что в процессе развития современного английского языка происходят различные грамматические, лексические и фонетические изменения. Грамматические и лексические изменения позволяют упростить язык с целью создания более простого и удобного средства международного общения. Кроме того, отмечается изменение нормы внутри англоязычного общества. Унифицируются многие региональные формы и формируется толерантное отношение к ним в рамках современного общества английского языка. Сдвиги и нововведения на всех языковых уровнях естественны и неизбежны. Больше всего новинок появляется, конечно, в разговорной речи. Не все нововведения, которые используются в устной речи, переходят в письменный вариант языка. На многие из них со временем проходит мода. Те же, которые закрепляются на письме, по прошествии нескольких лет, десятилетий или столетий становятся языковой нормой.

#### Библиографические ссылки

1. Ayto J. *20th Century Words*. Oxford : Oxford University Press, 1999.
2. *Dictionary of Language and Linguistics* comp. by R.R.K. Hartmann & F.C. Stork. London : Applied Science Publishers, 1972.
3. Mitchell D. S. *The Cloud Atlas*. New-York: Random House Trade Paperbacks, 2004. 283 p.
4. Сазонова Т. А. Аббревиатура в сфере компьютерных технологий и Интернета // Языки в современном мире : материалы VIII Междунар. конф. М., 2009.
5. URL: [www.forbes.com](http://www.forbes.com) (дата обращения: 05.02.2018).
6. URL: <http://macmillandictionary.com> (дата обращения: 05.02.2018).
7. URL: [ru.wikipedia.org](http://ru.wikipedia.org) (дата обращения: 05.02.2018).
8. URL: <http://wordspy.com> (дата обращения: 05.02.2018).

© Агейкин М. Д., Валькова Н. О., 2018



## ПЕРЕВОДЧЕСКИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИ ПЕРЕВОДЕ ТЕКСТОВ СОВРЕМЕННЫХ СМИ

М. Д. Анаскина, С. В. Прокудина

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Анализируются основные переводческие трансформации, применяемые при переводе текстов электронных средств массовой информации.*

*Ключевые слова: средства массовой информации, интернет-издания, перевод, эквивалентность, переводческие трансформации.*

## TRANSLATION TRANSFORMATIONS USED IN THE TRANSLATION OF MODERN MASS MEDIA TEXTS

M. D. Anaskina, S. V. Prokudina

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The article is devoted to the peculiarities of the translation of modern online mass media texts. The main translation transformations are analysed.*

*Keywords: mass media, online sources, translation, equivalence, translation transformations.*

Mass media is a universal way to communicate at the international level. Due to the huge impact of scientific and technical progress, it becomes more and more influential. Anyone with an Internet access can get up-to-date information at any time.

Modern journalism, most fully realizing itself in the media, is the first written source reflecting some general language trends based on the various political, economic and social processes. Being lexically diverse and expressive, it is the language that allows us to determine not only the changes occurring in the language at all levels, but also the changes occurring in the socio-political and socio-economic aspects of life [1].

In these circumstances, the translation of the foreign informational sources plays a very important role. Naturally, there are certain difficulties. They are related to cultural realities, reflected in the texts, as well as some language problems: phonetic, lexical and grammatical ones. In addition, online sources have a special format and a particular way of material submission to the consumer.

In the process of translation some difficulties will inevitably arise. To make a qualitative and adequate translation, a translator has to use the so-called translation transformations. Transformations are generally understood as linguistic substitution techniques, which are aimed to achieve the text equivalence [3, p. 172].

During the analysis of English and Russian versions of electronic articles, three socially significant topics (politics, economy, sport) were selected. Also some of the lexical difficulties arising in the translation were identified.

The use of phraseological units is one of the common features in modern Internet media texts. Being highly

metaphorical, phraseology makes articles more expressive. Most often, difficulties in translating phraseological units arise when some phenomena that are absent in the different culture occur [4, p. 15]. Here are some examples from the selected articles:

But this, too, is smoke and mirrors [6]. – Но это тоже пыль в глаза.

I have not mentioned the elephant in the room [7]. – Я не упомянул очевидного.

The translator either selected the Russian equivalent: 'пыль в глаза', or briefly explained it in simple words: 'очевидно'. In such cases, the main goal of the translator is to adapt the phraseological units to the audience, trying to make it as adequate as possible.

Interactive communication between the author and the readers leads to the fact that the language of the Internet media is becoming more and more conversational. It increases the expression of the text and thereby attracts the reader's attention [2, p. 140]. Here is the example:

But «getting it right» is not always easy, and when the Fed gets it wrong, the results can be pretty ugly [8]. – Но не всегда легко «делать все правильно», и когда ФРС ошибается, результаты могут быть довольно скверными.

The translator used the phrase 'делать все правильно' to translate the conversational 'to get it right'. However, instead of the literal translation of the phrase 'to get it wrong', which is 'делать все неправильно', there were used a more neutral meaning, which is 'ошибаться' (to make mistakes).

When translating from English into Russian, such methods as instantiation and generalization are often used. This happens due to the fact that the Russian text requires more detailed proposals. Also, the Russian reader often

needs more explanations and clarifying elements in the text. To the foreign reader such elements are usually more familiar.

The instantiation is used to clarify the meaning or specific vocabulary correspondence. Here is the example from the selected articles:

That is if Putin allowed neutrals to compete [9]. – То есть, так было бы, если бы Путин разрешил российским спортсменам выступать под нейтральным флагом.

The translator had to clarify the word ‘neutrals’, which is not quite understandable to Russian readers, explaining that those were the Russian athletes performing under a neutral flag.

Generalization is a reverse specifying. It is replacing the original concept by a broader meaning. Here are some examples:

Don't be shocked [10]. – Не стоит возмущаться.

But make no mistake [11]. – Но не сомневайтесь.

The meaning of the first phrase was replaced with a broader meaning ‘возмущаться’ (to resent). Also, instead of the literal translation of the second phrase, the translator chose another meaning, which is ‘сомневаться’ (to doubt).

Emphatization or neutralization of the initial meaning is determined by such factors as the discrepancy between the emotional and evaluative information and also by the requirement to emphasize or to understate the word meaning within the context [5, p. 115]. Here are some examples:

While Putin hailed Trump as ‘absolutely polite and friendly’. – Хотя Путин назвал Трампа человеком ‘в высшей степени корректным, доброжелательным, воспитанным человеком, комфортным в общении’.

To convey the emotional tinge of the word ‘hailed’, the translator used the method of emphatization. Thus, the neutral phrase ‘absolutely polite and friendly’ has turned into a laudatory epithet to the US President Donald Trump.

And in some cases, the translator uses a reverse technique, which is neutralization:

Output hums along. – Результаты производства не заставляют себя ждать.

The translator used a more neutral word combination instead of the word ‘hums’, and also specified what the sentence was about.

All of the above mentioned transformations help to establish equivalence at the semantic and pragmatic levels, which is the ultimate goal of a good translation. By the correct selection of linguistic transformations, taking into account the peculiarities of the two cultures, it is possible to create a competent and correct translation.

So, the work of a media translator in the last few years has become more creative. It is required to have the ability to solve new problems. Lexical difficulties in translating texts of the Internet media are similar to those in printed articles. However, since nowadays the reader gets the latest news on the Internet, it is possible that the online translator is the first one who makes changes in the translation itself and in the language of the media.

## References

1. Burmakina N. A., Bogdanova T. A. Implementation of the regulatory component in the youth media environment [Electronic resource]. URL: <http://sthum.ru/content/burmakina-na-bogdanova-ta-realizaciya-normativnogo-komponenta-v-molodyozhnoy-mediasrede> (reference date: 30.11.2017).
2. Eremina N. V., Tomin V. V. On the question of the stylistic features of English journalism in the context of cross-cultural interaction // Bulletin of the Orenburg State University. 2014, No. 11, P. 138–143.
3. Komissarov V. N. Translation theory (linguistic aspects). Moscow, Vysshaya shkola, 1990. 253 p.
4. Kunin A. V. On the translation of English phraseological units. Samizdat, 2009. P. 13–19.
5. Schweitzer A. D. Translation theory. Status. Problems. Aspects. Moscow, Nauka, 1988. 128 pp.
6. Почему Россию нужно отстранить от Игр в Пхенчхане [Electronic resource]. URL: <http://inosmi.ru/social/20171205/240924271.html> (reference date: 05.12.2017).
7. Россия сожалеет, что «полноценная» встреча Трампа и Путина не состоялась [Electronic resource]. URL: <http://inosmi.ru/politic/20171114/240754171.html> (reference date: 30.11.2017).
8. Федеральный резерв Дональда Трампа [Electronic resource]. URL: <http://inosmi.ru/economic/20171110/240698999.html> (reference date: 30.11.2017).
9. Donald Trump's Federal Reserve [Electronic resource]. URL: <https://www.project-syndicate.org/commentary/jerome-powell-fed-chair-pick-by-kenneth-rogoff-2017-11> (reference date: 30.11.2017).
10. Russian Doping: The Case for Barring Russia Entirely [Electronic resource]. URL: <https://www.nytimes.com/2017/12/04/sports/olympics/russia-doping-olympics.html> (reference date: 05.12.2017).
11. Russia Rues Trump-Putin Meeting That Got Away [Electronic resource]. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-11-13/russia-rues-trump-putin-meeting-that-got-away-as-rejection-hurts> (reference date: 30.11.2017).

© Анаскина М. Д., Прокудина С. В., 2018

УДК 811.93

## О ДИДАКТИЧЕСКОМ ОСВОЕНИИ ТЕХНОЛОГИИ QR-КОДА

Л. А. Андреева, Т. В. Гречушникова

Тверской государственный университет  
Российская Федерация, 170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33

*QR-коды являются одной из технологий на базе мобильных устройств. Созданные, изначально, для использования в промышленности, логистике и торговле, они постепенно распространились на все сферы человеческой жизни, включая образование. Использование новых информационных технологий и мобильных устройств на уроке иностранного языка вызывает огромный интерес у учащихся, позволяя разнообразить учебный процесс. Поэтому важно рассмотреть дидактическое освоение технологий QR-кода.*

*Ключевые слова: QR-код, технологи, мобильные устройства.*

## ABOUT DIDACTIC DEVELOPMENT OF QR CODE TECHNOLOGY

L. A. Andreeva, T. V. Grechysnikova

Tver State University  
33, Zhelyabova Str., Tver, 170100, Russian Federation

*QR codes are one of the technologies based on mobile devices. Created, initially, for use in industry, logistics and trade, they gradually spread to all areas of human life, including education. The use of new information technologies and mobile devices in a foreign language lesson is of great interest to students, allowing for a diversified learning process. Therefore, it is important to consider the didactic adoption of QR-code technologies.*

*Keywords: QR code, technology, mobile devices.*

Использование новых информационных технологий и мобильных устройств на уроке иностранного языка вызывает огромный интерес у учащихся, позволяя разнообразить учебный процесс. Технологии на базе мобильных устройств пользуются наибольшей популярностью, поскольку позволяют в быстрой форме проверить уровень знаний учащихся и выявить пробелы. Одними из самых популярных программ и технологий, используемых многими преподавателями, являются на сегодняшний день QR-коды.

QR-коды являются одной из технологий на базе мобильных устройств. Созданные, изначально, для использования в промышленности, логистике и торговле, они постепенно распространились на все сферы человеческой жизни, включая образование.

QR-код (от англ. quick response – «быстрый отклик») – это двухмерный матричный код, который по своей сути является более продвинутой версией штрих-кода. Разработан и впервые представлен японской компанией «Denso-Wave» в 1994 году. QR-код является миниатюрным носителем данных, который может содержать в себе зашифрованную текстовую информацию, контактные данные (используется в визитках), географические данные, SMS-сообщения, интернет-адреса, адреса электронной почты и телефонные номера. Максимальное количество символов, которые помещаются в один QR-код:

цифры – 7089;

цифры и буквы (латиница) – 4296;

иероглифы – 1817.

Данные кодируются при помощи чёрных и белых квадратов, каждому сочетанию квадратов соответ-

ствует определённая цифра или буква. Преимущество QR-кода в том, что его можно расшифровать при помощи любого мобильного устройства, на котором имеется камера и установлено приложение для распознавания этих кодов:

приложения для iPhone и iPad – Bakodo, Scan;

приложения для Android – Barcode Scanner, QuickMark Lite QR Code Reader.

Создать собственный QR-код несложно, это может сделать любой желающий совершенно бесплатно, воспользовавшись такими генераторами, как Qrmania, QR Coder, QR Code Generator. В появившемся окне нужно ввести текст, подлежащий кодированию, и сохранить его. Программа автоматически создаст QR-код на экране компьютера, его можно будет сохранить в форматах GIF, JPEG, PNG или TIFF. Полученный код можно поместить в презентацию, текстовый документ (печатный или электронный), разместить на сайте в Интернете. Его главное преимущество в том, что он позволяет компактно хранить информацию и быстро предоставлять доступ к полному объёму закодированных данных.

В образовательной среде QR-коды только начинают использоваться, однако их потенциал нельзя недооценивать. В своей статье «QR-коды в образовании школьников» К. Д. Литус и С. В. Напалков выделяют следующие преимущества этой технологии, которая «способствует достижению нескольких важных целей при обучении школьников:

усилению мотивации обучаемых к самостоятельной учебно-познавательной деятельности при обучении за счёт дополнительных мотивов игрового, соревновательного, познавательного плана;

внедрению в учебный процесс дополнительных (электронных) методических образовательных ресурсов;

использованию при обучении новых видов учебных поисково-познавательных заданий обобщающей и систематизирующей направленности, активизирующих учебную деятельность учащихся;

созданию новой организационной формы работы над учебным материалом, привлекательной для школьников;

развитию личностных качеств, которые не имеют спроса в учебном процессе, а также самооценки обучающихся» [3].

В процессе обучения QR-коды можно использовать в следующих видах деятельности:

учебной;  
игровой;  
проектной;  
внеурочной;  
воспитательной.

В учебной деятельности QR-коды можно использовать как ссылки, ведущие к различным информационным и мультимедийным источникам, которые нужны обучающимся для решения той или иной задачи. Они также могут содержать в себе подсказки и ответы на некоторые задания. Это является частью так называемой «дополненной реальности» – *augmented reality*. Под дополненной реальностью подразумевают сегодня «наложение информации в форме текста, графики, аудио и других виртуальных объектов на реальные объекты в режиме реального времени» [1]. QR-коды как раз и являются главной частью этой новой реальности, предоставляя простой и быстрый доступ к новым блокам информации.

Использование QR-кодов в обучении помогает развивать у детей внимание, интерес к самостоятельному поиску правильных ответов, умение грамотно использовать различные источники информации. Зашифрованные коды можно распечатывать и выдавать на занятия, или выводить в виде изображения на электронную доску.

В игровой деятельности их можно эффективно использовать при проведении различных игр, квестов, конкурсов, эстафет и мероприятий. В QR-код зашифровывают само задание, подсказку к нему, указание на то, где можно найти ответ и чем воспользоваться для решения задания.

В проектной деятельности коды позволяют создавать целые информационные блоки, коллекции веб-ссылок, комментарии и подписи к составным частям проекта.

Во время внеурочной деятельности QR-коды используются для создания тестовых заданий, для проведения викторин, конкурсов и олимпиад. Специальный сервис ClassTools.NET позволяет генерировать такие виды заданий в виде QR-кодов.

В воспитательной работе QR-коды используются для создания виртуальных путешествий, организации выставок, обогащения информационной среды учебного заведения. У обучающихся, в свою очередь, всегда есть возможность сохранить в памяти своего телефона всю интересующую их информацию.

QR-коды также используются в некоторых специально разработанных программах, и одной из них является Plickers. Он представляет собой систему опросов, которая не требует наличия мобильного устройства у каждого ученика. Достаточно одного учительского смартфона или планшета и бумажных карточек для учеников. После создания учётной записи учитель создаёт класс и присваивает определённый номер каждому учащемуся. Программа зашифровывает изображение каждого учащегося в определённый QR-код, который затем распечатывается и выдаётся ученику. «Изображение каждого учащегося может иметь разное значение, в зависимости от того, каким образом они его поворачивают. Одно положение означает ответ А, другое – Б, и так далее. Это позволяет учителю задавать любое количество вопросов с множественным выбором, а учащимся – отвечать на все эти вопросы при помощи одного листа бумаги, поворачивая его разными сторонами» [2]. Чтобы получить ответы, учитель сканирует изображения через специальную программу на своём смартфоне или планшете, после чего сразу же получает результат. Plickers позволяет создавать два варианта тестов:

с четырьмя вариантами ответов;  
опросы «да – нет».

Таким образом, QR-коды можно использовать в любом виде учебной деятельности. Их легко создавать и распространять, а их применение помогает развивать у учеников стремление к обучению и самообучению.

### Библиографические ссылки

1. Блог лаборатории мультимедийных решений. Новые выставочные возможности с технологией дополненной реальности [Электронный ресурс]. URL: <http://blog.maugry.ru/blog/technologies/augmented-reality-in-museums> (дата обращения: 05.02.2018).
2. Евзикова О. Что такое мобильный опрос. Как его создать и использовать в обучении [Электронный ресурс]. URL: <http://teachtech.ru/mobilnye-ustrojstva/chto-takoe-mobilnyj-opros-kak-ego-sozdat-i-ispolzovat-v-obuchenii.html> (дата обращения: 05.02.2018).
3. Литус К. Д., Напалков С. В. QR-коды в образовании школьников [Электронный ресурс]. URL: <http://www.scienceforum.ru/2015/1186/14191> (дата обращения: 05.02.2018).

© Андреева Л. А., 2018

## ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КИТАЙСКОЙ ДЕНЕЖНОЙ СИСТЕМЫ И ИХ ОТРАЖЕНИЕ В ЯЗЫКЕ

А. В. Андреева, В. А. Воробьева

Московский государственный педагогический университет  
Российская Федерация, 119991, г. Москва, ул. Малая Пироговская, 1, стр. 1

*Прослеживается история развития понятий, обозначающих деньги и их постепенную эволюцию, анализируется лексика, составляющая исследуемый концепт.*

*Ключевые слова: Китай, деньги, язык*

## PECULIARITIES OF FORMATION OF CHINESE MONEY SYSTEM AND THEIR REFLECTION IN LANGUAGE

A. V. Andreeva, V. A. Vorobyova

Moscow State Pedagogical University  
1/1 M. Pirogovskaya Str., Moscow, 119991, Russian Federation

*The article traces the history of the development of concepts that denote money and their gradual evolution, analyzes the vocabulary that makes up the research concept.*

*Keywords: China, money, language.*

Предметом исследования данной статьи является понятие «деньги» в современном китайском языкознании. Деньги на протяжении веков отражают культуру людей, а также языковую и культурную картины мира, поэтому изучение понятия «деньги» в китайском языке также даёт возможность лучше понять сознание китайцев и глубже изучить культуру Китая, отражаемую при помощи языка.

На основании множества археологических находок считается, что изначально в качестве денег в Китае использовали раковины моллюсков каури: раковины [1]. Для их обозначения использовался иероглиф «貝» (bèi), который являлся изображением каури [1, с. 4].

Во времена династии Чжоу (1045–221 до н.э.) денежные единицы представляли собой бронзовые и медные монеты, напоминающие ножи, мотыги, лопаты, муравьиный нос и т. д. В периоды Чуньцю и Чжаньго (770–476/403 гг. до н. э.) все вассальные государства использовали разные денежные системы: в разных районах в обороте были монеты в форме заступа, ножей, топоров, колец и других орудий труда, также существовали монеты иби – «муравьиный нос» – весом в 12 чжу (мера веса; 1/24, позже 1/48 лян).

В эпоху Цинь (221–205 гг. до н. э.) все еще в качестве денег использовали раковины каури и черепаший щиты. Цинь Шихуан (259–210 гг. до н. э.) ввел единую валюту. Готовые монеты представляли собой медные диски с необработанными краями, в центре которых имелось отверстие квадратной формы, что позволяло нанизывать монеты на палку, полировать и обрабатывать их напильником. Такие монеты были в обороте вплоть до XX в. [3].

Во 2 в. до н.э., во время правления династии Западная Хань, выпускали деньги из белой оленьей кожи. Помимо медных монет, расчётной единицей какое-то время служили хлопок, шёлк или рис. Кроме того, в обороте появились монеты номиналом в 3, 4 и 5 чжу [4].

Золотые монеты в Древнем Китае встречались редко. В периоды Чуньцю и Чжаньго в царстве Чу на юге Китая в бассейне реки Янцзы некогда в качестве денег использовали золотые диски и золотые тарелки. Медные монеты по-прежнему являлись государственными денежными единицами.

В Эпоху Троецарствия (220–280 гг.) в основном обменивались зерновыми культурами и тканями, использовали монеты «чжибай» и крупные монеты.

В период династии Суй (589–618 гг.) основными денежными единицами по-прежнему являлись монеты весом в 5 чжу, но в династию Тан (618–906 гг.) вместо них стали отливать деньги «кайюань».

После династии Тан, постепенно в оборот вошли серебряные деньги. Хотя в государственной казне они создавались в соответствии со стандартом – единые проба и вес монет – но в обращении были мелкие куски серебра [4].

В эпоху Сун (960–1279 гг.) основной валютой служили деньги «суньюань» и «кайюань». В дальнейшем появились расчётные ассигнации «цзяоцзы», по сути, они являлись переводными векселями, а после 1023г. стали правительственными бумажными деньгами.

В эпоху Юань (1279–1368 гг.) утвердили систему бумажных денег. Появились бумажные ассигнации «чжунтунчао» [4].

Во время династии Мин (1368–1644 гг.) стали выпускать бумажные деньги «дамин» («大明宝钞»), не

имеющие резервного фонда. В 1481 г. перестали использовать бумажные деньги, в 1581 г. в обращение вошли серебряные деньги.

В период династии Цин (1644–1911 гг.) серебряные деньги являлись основной денежной единицей в стране, начал распространяться мексиканский серебряный доллар. В конце XVIII века в Китае стали отливать свои серебряные монеты, были учреждены министерство финансов и банки, стали выпускать бумажные деньги по единому стандарту.

В 1935 г. в Китае стали использовать бумажные деньги фаби «法币» (fǎbì), выпущенные гоминьдановским правительством, официально отменили серебряный стандарт.

В настоящее время официальной китайской валютой является «жэньминьби» («人民币») – т. е. народные деньги. Они выпускаются Государственным банком и Народным банком Китая, основанным в 1948 году. Символическим обозначением жэньминьби является RMB ¥. Основной денежной единицей является юань «元» (yuán), разменными деньгами служат цзяо «角» (jiǎo) и фэнь «分» (fēn). Один юань равен 10 цзяо, один цзяо – 10 фэням. Деньги существуют в двух формах: бумажные купюры и монеты. В бумажной форме выпускаются банкноты номиналом в 1, 2, 5, 10, 20, 50 и 100 юаней, а в форме монет – номиналом в 1, 2, 5 цзяо, 1, 2, 5 фэней и в 1 юань.

Этапы развития китайской денежной системы можно представить в виде следующей таблицы:

№	Эпоха и место распространения	Денежные единицы	Оригинал
1	Древнейшие китайские деньги	Морские раковины каури	天然海贝。 (最早的货币)
2	Последние годы правления императора Хуан-ди (среднее и нижнее течение реки Хуанхэ)	Медные подражания раковинам каури, а также монеты в виде лопат и мотыг	铜仿贝与钱铸。(黄帝后期黄河中下游开始充当等价物)
3	Династия Западная Чжоу (1027 (?) – 770 гг. до н. э.)	Морские раковины по-прежнему являются основной валютой. Использование металлических монет: бронзовые раковинные деньги и медные монеты	天然海贝、金属货币：铜贝、铜块。 (西周)
4	Деньги периода Чуньцю (770–476/403 гг. до н. э.); территория Китая к северу от реки Хуанхэ; Восточное царство Ци	Монеты в форме заступа, монеты в форме ножей и других орудий труда	空首布 (关洛三晋地区)、 刀化、模仿一种生产工具 (东方齐国)。 (春秋)
5	Период Сражающихся царств (Чжаньго) (480 (403)–221 гг. до н. э.)	Основные денежные средства – топоры и др. орудия труда. Монеты иби («муравьиный нос») весом в 12 чжу	黄金流通以斤为单位；蚁鼻 (12 铢)。 (战国)
6	Династия Цинь (221–205 гг. до н. э.)	Черепашьи щиты и раковины каури. Монеты круглой формы с круглым или квадратным отверстием. Медные монеты баньян весом в половину ляна	珠玉龟贝； 圜钱：圆钱圆孔、圆钱方孔 (三晋)； 铜钱识曰半两。 (秦朝)
7	Династия Западная Хань (206 г. до н. э. – 24 г. н. э.)	Деньги из белой оленьей кожи. Монеты номиналом в 3, 4 и 5 чжу	皮币； 三铢钱、四铢钱、五铢钱。 (西汉)
8	Период правления китайского императора Ван Мана (9–23 гг.)	Цодао – деньги в форме ножа. Цидао – большие монеты, по форме напоминающие нож (2 г). Медные монеты с квадратным отверстием заменили деньги в 5 чжу (6 г)	错刀、契刀 (2年)； 小泉代替五铢钱 (6年)。 (王莽)
9	Период династии Восточная Хань (25–220 г. н. э.)	Железные деньги (30 г. н. э., Сычуань)	铁钱：公元30年 (公孙述在四川铸造铁钱)。 (东汉)
10	Золотые монеты в эпоху Чуньцю, Чжаньго и в эпоху Хань (206 г. до н. э. – 220 г. н. э.)	Золотые диски и тарелки (Чуньцю и Чжаньго). Золото в качестве основной валюты (Хань). Золотые монеты в виде стопы единорога (круглой формы) и в виде лошадиного копыта (овальной формы) (при императоре У-ди)	黄金为上币 (汉代)； 有麟趾金 (圆) 和马蹄金 (椭圆) (汉武帝)。

№	Эпоха и место распространения	Денежные единицы	Оригинал
11	Эпоха Троецарствия (220–280 гг.) и Цзинь (265–420 гг.)	Обмен зерновыми культурами и тканями; монеты весом в 5 чжу (царство Вэй); Деньги чжибай (царство Шу); Крупные монеты (царство У); Династии Западная Цзинь: Деньги весом в 5 чжу, разнообразные старинные монеты (династия Цзинь)	以谷帛相交易，五铢钱（魏）； 直百钱（蜀）； 大泉（吴）； 五铢及各种古钱（晋）。
12	Валюта в период династий Суй (589–618 гг.) и Тан (618–906 гг.)	Основная валюта – монеты весом в 5 чжу (Суй); Отказ от монет в 5 чжу; Деньги кайюань (Тан)	五铢钱成为境内流通中统一的货币（隋）； 废五铢铸开元通宝钱（唐）。
13	Конец эпохи Тан	Постепенно в обращение вошли серебряные деньги.	白银开始进入流通。（唐末）
14	Династии Северная (960–1127 гг.) и Южная (1127–1279 гг.) Сун	Основная валюта – суньюань и кайюань; Позднее: деньги тайпин и чуньхуа; Расчётные ассигнации (до 1023 г. – средство для обмена валюты, после 1023 г. – правительственные бумажные деньги)	货币为宋元通宝与开元通宝无差别； 之后还有太平通宝、淳化通宝； 交子：不用作货币，只用来兑换（宋徽宗改交子为钱）。 （两宋）
15	Династия Юань (1279–1368 гг.)	Установили систему бумажных денег, перестали отливать медные монеты; Бумажные ассигнации «чжунтунчао» (начало эпохи); Запрет на использование серебряных монет (конец эпохи)	奠定元纸币制度，元朝不铸铜钱； 中统钞并行流通（至元钞时期）； 元代在制度上严禁白银流通（至正钞时期）。 （元代）
16	Период династии Мин (1368–1644 гг.) и Цин (1616–1911 гг.)	Бумажные деньги дамин, на которые можно было обменивать золото и серебро В 1481 г. перестали использовать бумажные деньги; В 1581 г. серебряные деньги вошли в обращение	大明宝钞：发钞没有准备金，允许人民持金银换大明宝钞； 1481纸币崩溃； 1581白银成为通用货币。（明清）
17	Период новой истории	Золотые монеты номиналом в 5, 10 и 20 долларов; Бумажные деньги фаби (1935 г.) Официальная валюта: жэньминьби; Основная денежная единица: юань; Разменные деньги: цзяо и фэнь	面额为5、10、20美元的金币； 法币纸币； 中国官方外汇为人民币； 重要的货币单位为元； 零用通货为角、分。（近代）

Таким образом, проследивая развитие китайских денежных единиц можно увидеть, что деньги – это особый феномен, который включает в себя не только экономическое, но и широкое социальное значение. Мы не можем отрицать важность роли денег в жизни человечества. При изучении понятия «деньги» учёные рассматривают изменения в денежной сфере, появление в ней новых терминов и понятий, а также переменны в области экономической психологии под воздействием денежной эволюции [2, с. 14].

#### Библиографические ссылки

1. Быков А. А. Монеты Китая. Л. : Сов. художник, 1969. 80 с.

2. Даринский А. В. Экономическая подготовка школьников // Педагогика. 2000. № 3. С. 14–17.

3. URL: <http://chinaed.ru/strana/kitajskij-yuan.html> (дата обращения: 05.02.2018).

4. URL: [https://zhidao.baidu.com/question/58919104.html?&mzl=qb\\_xg\\_1&mzl\\_jy=0&word=%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%8F%A4%E4%BB%A3%E9%92%B1%E5%B8%81%E5%8F%91%E5%B1%95%E5%8F%B2&hitRelateOptimi=&ad\\_test=&esqb\\_20per=4&abtest=](https://zhidao.baidu.com/question/58919104.html?&mzl=qb_xg_1&mzl_jy=0&word=%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%8F%A4%E4%BB%A3%E9%92%B1%E5%B8%81%E5%8F%91%E5%B1%95%E5%8F%B2&hitRelateOptimi=&ad_test=&esqb_20per=4&abtest=) (дата обращения: 05.02.2018).

© Андреева А. В., Воробьева В. А., 2018

## СПОСОБЫ СОХРАНЕНИЯ МАНИПУЛЯТИВНОГО ЭФФЕКТА ПРИ ПЕРЕВОДЕ РЕЧЕЙ Д. КЭМЕРОНА

М. Н. Астахова, С. А. Виноградова

Мурманский арктический государственный университет  
Российская Федерация, 183038, г. Мурманск, ул. Капитана Егорова, 15

*Рассматриваются лингвистические средства манипуляции, присутствующие в политическом дискурсе и способы сохранения манипулятивного эффекта при переводе. Были рассмотрены тексты выступлений бывшего премьер-министра Великобритании Дэвида Кэмерона и варианты их перевода на русский язык на основе материалов интернет-изданий. Были выявлены инструменты сохранения манипулятивного эффекта при переводе.*

*Ключевые слова: политический дискурс, манипулятивный потенциал, переводческие трансформации, средства речевой манипуляции.*

## METHODS TO RETAIN MANIPULATIVE POTENTIAL WHILE TRANSLATING DAVID CAMERON'S SPEECH

M. N. Astakhova, S. A. Vinogradova

Murmansk Arctic State University  
15, Captain Egorov Str., Murmansk, 183038, Russian Federation

*The article discusses the manipulative potential of the linguistic means in the political discourse and methods which help to preserve the manipulative effect while translating. The British prime-minister David Cameron's speeches are studied, as well as their translations into Russian on the material of the Internet resources. Instruments which help to preserve the manipulative effect are revealed.*

*Keywords: political discourse, manipulative potential, translation transformations, instruments of speech manipulation.*

На сегодняшний день перевод общественно-политических текстов является востребованным в силу увеличения интенсивности международных контактов, а также степени интеграции стран в мировое экономическое, политическое и социальное пространство. При составлении речей политики привлекают лексические, грамматические и стилистические средства манипуляции, перевод которых может вызвать трудности для переводчика. Высокая степень использования эмоционально окрашенной и оценочной лексики, а также устойчивых выражений требует от переводчика тщательного подбора эквивалентов перевода и понимания конечной аудитории, реципиента перевода

Переводчик – посредник. Его цель – обеспечить двуязычную коммуникацию в максимально возможной мере приближенную к естественной, одноязычной. Главной целью перевода является достижение адекватности перевода. По определению А. В. Федорова, адекватность – это исчерпывающая передача смыслового содержания подлинника и полное функционально-стилистическое соответствие ему» [2, с. 54].

Текст перевода не существует ради самого себя, а является средством передачи определенных идей и эмоциональных состояний реципиенту. Перед исходным текстом и переводным стоит задача определен-

ным образом воздействовать на получателя. Различие заключается лишь в том, на кого оказывается воздействие. В процессе перевода переводчик сталкивается с трудностями, которые необходимо преодолевать. Трансформации – один из приемов, помогающих переводчику. Переводческие трансформации – это многочисленные и качественно разнообразные межязыковые преобразования, которые осуществляются для достижения переводческой эквивалентности («адекватности перевода») вопреки расхождениям в формальных и семантических системах двух языков [1, с. 190]. Переводческие трансформации рассматриваются в переводе как приемы перевода, которые может использовать переводчик при переводе различных текстов, в тех случаях, когда словарное соответствие отсутствует, или не может быть использовано в условиях данного контекста.

Анализ перевода выступлений бывшего премьер-министра Д. Кэмерона показал, что для сохранения психологических приемов манипулятивного воздействия при переводе на русский язык достаточно эффективным является обращение к переводческим трансформациям.

*Антонимический перевод.* Рассмотрим пример: “*That’s why in the last Parliament, we devolved power to Scotland and Wales and gave the people of Scotland a*



*referendum on whether to stay inside the United Kingdom*” [Election 2015: PM speech, 08 May, 2015]. В данном примере в исходном языке (ИЯ) оратору важнее акцентировать внимание аудитории на решении, которое следует принять аудитории – остаться внутри, частью Соединенного Королевства. При переводе данная интенция не имеет прямого влияния на аудиторию, так как она не может повлиять на принятие этого решения, поэтому, в частности, русскоязычного реципиента в большей степени интересуют последствия от принятия данного решения. «Именно поэтому за последние пять лет мы передали управление Шотландии и Уэльсу и позволили жителям Шотландии провести референдум по вопросу выхода из состава Соединенного Королевства» [Русская служба новостей BBC, 08 Мая, 2015]. Выход Шотландии из состава Великобритании повлечет изменения на мировой арене, и окажет влияние на состоянии экономики Соединенного Королевства, а, следовательно, скажется на экономике в мире. Таким образом, при переводе удалось сохранить актуальность принятия решения и сформировать требуемое отношение к ситуации.

*Модуляция.* “It’s often meant we have stood neutral to between different values.” [Counter-Extremism Bill–National security Council meeting, 14 May, 2015] – «Часто это означало, что государство самоустранялось от решений вопросов о том, что является экстремизмом...» [Русская служба новостей, BBC, 14 Мая, 2015]. В данном примере в ИЯ имеет место манипуляция сознанием посредством выражения «stood neutral». В современном мире понятия толерантности, уважения к ценностям другой культуры, тенденция снижения уровня вмешательства государства в жизнь общества – являются неотъемлемыми характеристиками демократического общества. В своей речи, Кэмерон, скорее всего, пытается некоторым образом оправдать действия правительства, приведшие к развитию экстремизма в стране. Перед переводчиком стоит задача сделать акцент на причинах, приведших к этому. В результате в переводе используется слово, имеющее яркую эмоциональную окраску, обладающее негативной коннотацией: «самоустраняться – самовольно уклониться от выполнения своих обязанностей». Таким образом, при переводе формируется положительное отношение к роли государства в регулировании отношений внутри общества, так как это осуществляется в интересах общества.

*Описательный перевод (экспликация).* “That’s why in the last Parliament, we devolved power to Scotland and Wales, and gave the people of Scotland a referendum on whether to stay inside the United Kingdom.” [Election 2015: PM speech, 08 May, 2015] – «Именно поэтому за последние пять лет мы передали управление Шотландии и Уэльсу и позволили жителям Шотландии провести референдум по вопросу выхода из состава Соединенного Королевства» [Русская служба новостей, BBC, 08 Мая, 2015]. В данных примерах Дэвид Кэмерон использует информационно-интерпретационную стратегию. Он акцентирует внимание на достижениях партии, примерах выполнения обещаний. Слово сочетание “in this parliament” является

средством выражающим связь со временем, а не с местом. Для передачи манипулятивного эффекта и в целом для достижения адекватности перевода необходимо сохранить данную отсылку ко времени.

Еще один пример: “In this Parliament I will stay true to my word and implement as fast as I can the devolution that all parties agreed for Wales, Scotland and Northern Ireland” [Election 2015: PM speech, 08 May, 2015] – «В течение нового срока я останусь верен своему слову и выполню согласованные с другими партиями обещания передать полномочия Уэльсу, Шотландии и Северной Ирландии...» [Русская служба новостей, BBC, 08 Мая, 2015] В русском языке есть заимствованный термин деволюция (в конституционно-правовой практике ряда стран – передача центральными правительственными органами части своих полномочий местным органам власти). Но использование данного термина калькой с английского языка приводит к потере смысловой целостности высказывания, а следовательно, произойдет потеря манипулятивного эффекта.

В своих выступлениях Дэвид Кэмерон использует лексические единицы с экспрессивной окраской. Во-первых, речь политика не только информирует о событиях в стране и на мировой арене, а должна вызывать отклик, сформировать определенное отношение у аудитории. Анализ показал, что при переводе метафор, лексики с экспрессивной окраской переводчики при возможности прибегают к дословному переводу, с целью обеспечения стилистического и смыслового соответствия. Кроме того, данный вид перевода позволяет создать яркий образ и помогает апеллировать к мыслям и чувствам аудитории напрямую, сохраняя интенцию оратора. При переводе данного средства манипулирования, переводчик может использовать прием дословного перевода, если метафора качественно и концептуально совпадает в ИЯ и ПЯ. Например, “... but I do not think it would be right for me to try to be the captain that steers our country to its next destination.” [EU referendum outcome: PM Statement, 24 June, 2016] – «Но я не думаю, что мне стоит быть капитаном, который поведет корабль по новому курсу» [RT на русском, 24 Июня, 2016]. В данном высказывании, страна отождествляется с кораблем, а премьер-министр в этом случае выступает в роли капитана. При переводе эмоциональная образность сохраняет свое влияние на аудиторию. Однако данный способ не является универсальным, так как может привести к буквализму в переводе, которого следует избегать.

*Прием конкретизации.* “We should not conclude that intervention is always wrong. There are unquestionably times when it is right to intervene – as this country did successfully in Sierra Leone and Kosovo. But as with our intervention against Daesh in Iraq and Syria today...” [PM Statement on the Iraq inquiry, 06 July, 2016] – «Мы не должны приходить к выводу, что военное вмешательство всегда ошибочно. Есть ситуации, когда необходимо вмешиваться, как это страна успешно сделала в Сьерра-Леоне и в Косово». Вместо лексических единиц с ярко выраженной негативной коннотацией – war, invasion, invade, оратор

использует стилистически более нейтральные: “intervention” и “to intervene”. При переводе используется прием конкретизации, переводчик уточняет, что происходит «военное вмешательство», что позволяет сохранить нейтральный стиль выступления.

Таким образом, мы пришли к выводу, что при переводе необходимо уметь вычленять стратегии манипулирования общественным сознанием с целью создания адекватного и эквивалентного перевода. Перед переводчиком стоит непростая задача поиска соответствий, удовлетворяющих оригинальной интенции

автора и доступности текста перевода для представителей другой языковой культуры.

#### **Библиографические ссылки**

1. Бархударов Л. С. Язык и перевод. М. : Международ. отношения, 1975. С. 240.
2. Федоров А. В. Основы общей теории перевода. М. : ООО «Изд. дом «Филология ТРИ», 2002. С. 416.

© Астахова М. Н., Виноградова С. А., 2018

## ОБУЧЕНИЕ НАПИСАНИЮ ЭССЕ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ УЧАЩИХСЯ СТАРШЕЙ ШКОЛЫ

С. С. Баглай, О. В. Фрезе

Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского  
Российская Федерация, 644077, г. Омск, просп. Мира, 55а

*Рассматриваются разработка технологии обучения учащихся старшей школы написанию эссе в формате ЕГЭ по английскому языку, основные подходы к обучению письменной речи, приведены основные характеристики эссе в формате ЕГЭ, критерии оценивания текстов эссе. Дается информация об основных ошибках, допускаемых учащимися. Предложены задания, способствующие успешной сдаче раздела «Письмо» экзамена ЕГЭ.*

*Ключевые слова:* ЕГЭ, технология обучения, эссе, подход, ориентированный на продукт-текст, процессуальный подход, жанровый подход.

## TEACHING SENIOR STUDENTS WRITING AN ESSAY IN ENGLISH

S. S. Baglay, O. V. Freze

Omsk State University named after F.M. Dostoevsky  
55a, Mira Av., Omsk, 644077, Russian Federation

*The article is devoted to the technology of teaching senior students writing an essay in the format of Unified state exam in English language. Basic approaches of teaching written language, state exam essay main characteristics, standards for evaluation, typical mistakes and exercises that help students to pass Unified state exam are also described in the article.*

*Keywords:* Unified state exam, teaching technology, essay, product-oriented approach, process-oriented approach, genre-based approach.

Создание письменных текстов на английском языке в жанре эссе является очень актуальным для школьников старшего этапа обучения (10–11 классы). Написание эссе является одним из заданий, содержащихся в контрольно-измерительных материалах Единого Государственного Экзамена (далее – ЕГЭ) по английскому языку. Написание эссе вызывает наибольшие трудности у выпускников во время экзамена. Экзаменуемые не всегда могут привести аргументы в поддержку своей или противоположной точки зрения. Эксперты фиксируют в текстах экзаменуемых многочисленные нарушения в логике высказываний, лексические и грамматические ошибки [4, с. 110–112]. Данное обстоятельство делает актуальным разработку эффективной технологии обучения написанию эссе в формате ЕГЭ.

Цель данной статьи состоит в представлении эффективной технологии обучения написанию эссе в формате ЕГЭ. Говоря о технологии, мы имеем в виду совокупность наиболее рациональных способов научной организации труда, обеспечивающих достижение поставленной цели обучения за минимальное время с наименьшей затратой сил и средств [1, с. 313–314].

Эссе – прозаическое сочинение небольшого объема и свободной композиции, выражающее индивидуальные впечатления и соображения по конкретному поводу или вопросу [2]. Для эссе характерен ряд специфических характеристик. Во-первых, эссе посвя-

щено одной конкретной проблеме. Во-вторых, эссе выражает индивидуальные впечатления и соображения автора по конкретному вопросу [5].

ЕГЭ – это форма проведения государственной итоговой аттестации выпускников по освоению ими основных общеобразовательных программ среднего общего образования [10]. Максимальная оценка, предусмотренная ЕГЭ за написание эссе, составляет 14 баллов. Требуемый объем для эссе составляет 200–250 слов. При оценивании эссе применяются следующие критерии: решение коммуникативной задачи, организация текста, лексическая грамотность, грамматическая правильность речи, правильность орфографии и пунктуации [3, с. 29]. Структура эссе состоит из трёх частей: введение, основная часть и заключение. В тексте введения автор формулирует тему эссе. В основной части автор выражает свою точку зрения, приводя примеры и аргументы. В заключении приводятся выводы автора [9, с. 110].

В настоящее время выделяются три подхода к обучению созданию письменных текстов: подход, ориентированный на продукт-текст, процессуальный подход и жанровый подход [7, с. 213–216]. При использовании подхода, ориентированного на продукт-текст, ученики пишут свои тексты, ориентируясь на представленный им ранее образец [8, с. 56–60]. В процессуальном подходе на первый план выдвигается не сам текст, а процесс создания письменного текста

[8, с. 60–63]. Жанровый подход основан на понимании языка как социального знака, который реализуется в текстах [8, с. 63–67].

Наиболее целесообразным, на наш взгляд, является комбинирование всех трёх подходов. На основе всего вышесказанного была разработана технология обучения написанию эссе, включающая в себя следующие этапы работы:

1. Подготовительный.
2. Анализ текста-образца.
3. Составление одной из частей эссе.
4. Набрасывание целостного текста эссе.
5. Редактирование.
6. Написание окончательного варианта эссе.

Во время подготовительного этапа ученики знакомятся с определением понятия «эссе», с особенностями данного жанра. Задача учителя состоит в том, чтобы рассказать о стиле эссе, привести примеры словесных связей, ознакомить учащихся со структурой эссе из материалов ЕГЭ. Следующий этап представляет собой знакомство с образцом эссе. Учащиеся на данном этапе выполняют следующие упражнения: определить структуру представленного текста, найти вводные слова в предъявляемом тексте, заменить вводные слова их синонимами, определить тему эссе и позицию автора по проблеме, выявить аргументы и контраргументы автора в тексте эссе, выбрать эссе, наиболее соответствующее всем требованиям ЕГЭ, из нескольких представленных вариантов. Далее следует этап составления одной из частей эссе (введения, основной части или заключения). На данном этапе учащиеся выполняют следующие упражнения: перефразировать проблему, обозначенную в задании, привести свои аргументы в поддержку точки зрения автора, опровергнуть точку зрения автора с помощью собственных аргументов, сформулировать вывод по теме после перечисления всех аргументов. Во время следующего этапа в качестве домашнего задания ученики должны составить целостный вариант эссе с использованием разработок предыдущего этапа. Дальнейшая задача учеников состоит в том, чтобы отредактировать текст. Учащиеся могут редактировать тексты, работая в парах или малых группах. На данном этапе ученики должны проверить работы по следующим критериям: объём и структура текста, употребление вводных слов, количество приведённых аргументов и контраргументов, наличие лексических, грамматических, орфографических и пунктуационных ошибок. На последнем этапе ученики должны написать окончательный вариант эссе с учётом выявленных ошибок и полученных рекомендаций. Ученики могут составить окончательный вариант эссе как непосредственно в классе, так и дома в качестве домашнего задания.

Описанная технология была апробирована в ходе опытного обучения в 10 классе БОУ ОО «МОЦРО № 117». В конце обучения ученики писали эссе выражение мнения по теме «школьная форма: современная необходимость или пережиток прошлого», так как данная тема очень актуальна для современных

школьников. Ученики высказывали свои аргументы за и против ношения школьной формы. Результаты исследования показали, что учащиеся научились создавать тексты эссе, отвечающие требованиям ЕГЭ. В связи с этим можно сделать вывод об эффективности представленной технологии обучения. Приёмы данной технологии могут быть использованы не только при обучении школьников, но и при обучении студентов, так как написание эссе предусмотрено примерной программой по иностранному языку для студентов неязыковых вузов и факультетов [6, с. 9–13].

#### Библиографические ссылки

1. Азимов Э. Г., Щукин А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М. : ИКАР, 2009. 448 с.
2. Большая советская энциклопедия [Электронный ресурс]. URL: <http://bse.sci-lib.com> (дата обращения: 25.04.2018).
3. Вербицкая М. В., Махмурян К. С. Методические материалы для председателей и членов предметных комиссий субъектов Российской Федерации по проверке выполнения заданий с развёрнутым ответом экзаменационных работ ЕГЭ 2017 года : метод. рекомендации по оцениванию выполнения заданий ЕГЭ с развёрнутым ответом. Англ. яз. Раздел «Письмо». М., 2017. 90 с.
4. Вербицкая М. В., Махмурян К. С., Симкин В. Н. Методические рекомендации для учителей, подготовленные на основе анализа типичных ошибок участников ЕГЭ 2017 года по иностранному языку // Педагогические измерения. 2017. № 3. С. 95–118.
5. Дубина В. С. Как писать эссе [Электронный ресурс]. URL: <https://www.docme.ru/doc/902910> (дата обращения: 26.04.2018).
6. «Иностранный язык» для неязыковых вузов и факультетов. Примерная программа / под ред. С. Г. Тер-Минасовой. М., 2009. 23 с.
7. Колесникова И. Л., Долгина О. А. Англо-русский терминологический справочник по методике преподавания иностранных языков. М. : Дрофа, 2008. 431 с.
8. Мартынова А. Г. Обучение академическому письменному дискурсу в жанре экспозиторного эссе (на материале младших курсов языкового вуза) : дис. ... канд. пед. наук. Омск, 2006. 202 с.
9. Мачуло Д. А., Мартынова А. Г. Развитие стратегий написания эссе в формате единого государственного экзамена по английскому языку // Дайджест 2010. Статьи по материалам дипломных работ выпускников факультета иностр. яз. Омск : ОмГУ, 2010. С. 109–118.
10. Российское образование. Федеральный портал. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.edu.ru> (дата обращения: 27.04.2018).

© Баглай С. С., Фрезе О. В., 2018

## КОНЦЕПТ МИЛОСЕРДИЕ В РУССКОЙ ЯЗЫКОВОЙ КАРТИНЕ МИРА

В. С. Бузмакова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматривается понятие концепта милосердие в русской языковой картине мира. Проводится анализ и функционирование данного концепта в русском языке.*

*Ключевые слова: концепт, языковая картина мира, милосердие, жалость, норма милосердия.*

## THE CONCEPT OF MERCY IN THE RUSSIAN LANGUAGE PICTURE OF THE WORLD

V. S. Buzmakova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*This article discusses the concept of mercy in the Russian language picture of the world. The analysis and functioning of this concept in the Russian language is carried out.*

*Keywords: concept, language picture of the world, mercy, pity, norm of mercy.*

Современная лингвистика занимается исследованиями языка в связи с человеком, его сознанием, познанием окружающей действительности, то есть языковую картину мира ключевым понятием которой является концепт.

Известно, что знания людей о мире организованы в виде концептов, отражающих различные сферы деятельности человека. Человек мыслит концептами, комбинируя их, формируя новые концепты в ходе мышления. Поэтому концепт понимается как глобальная мыслительная единица, представляющая собой квант структурированного знания [1, с. 34].

Тема концепта в последние десятилетия становится особо актуальной в исследованиях лингвистов, философов, социологов. В лингвистике нет общего понимания понятия концепта.

Понятие концепта рассматривали такие ученые, как Е. С. Кубрякова, А. Вежицкая, Д. С. Лихачев, В. З. Демьянков и многие другие. Так, например, Е.С. Кубрякова считала, что концепт как термин служит для объяснения единиц ментальных или психологических ресурсов нашего сознания и той информационной структуры, которая отражает знание и опыт человека. По мнению исследователя, концепт есть «оперативная содержательная единица памяти, ментального лексикона, концептуальной системы и языка мозга, всей картины мира, отраженной в человеческой психике» [7, с. 90].

По мнению А. Вежицкой концепт – это ключевое слово культуры. Лингвист полагает, что концепты, как ключевые слова культуры, отражают культурно-национальные представления этноса о мире. Они представлены в сознании как ментальные сущности, но имеют имя в языке и эксплицируются при помощи языковых средств того или иного языка [3, с. 6].

С точки зрения А. А. Залевской концепт представляет собой продукт психических процессов [5, с. 35–46].

Н. Д. Арутюнова рассматривает концепт как понятие практической философии, являющейся результатом взаимодействия таких факторов, как национальная традиция, фольклор, религия, идеология, жизненный опыт, образы искусства, ощущения и система ценностей [2, с. 574].

В современной жизни концепт *милосердие* является одним из наиболее актуальных. Под словом *милосердие* понимается «готовность помочь, проявить снисхождение из сострадания, а также сама помощь, снисхождение» [4, с. 1]. Целью данной статьи является определить понятие концепта *милосердие* в русской языковой картине мира.

В современной жизни концепт *милосердие*, как было сказано выше, является одним из наиболее важных для выявления нравственных норм и социального поведения человека. В то же время среди культурных концептов *милосердие* до сих пор остается одним из наименее изученных.

По данным «Этимологического словаря» М. Фасмера в современный язык слово *милосердие* пришло из старославянского языка, где оно являлось словообразовательной калькой латинского слова *misericordia*. Установлена связь данного слова в других славянских языках: словацком (*milosrdenstvo*), польском (*milosierdzie*), белорусском (*мiласэрнасць*), хорватском (*milosrde*).

Значение слова милосердие претерпело некоторые изменения. Так, «Словарь русского языка 11–17 веков» приводит следующие синонимы: «сочувствие, сострадание» [9, с. 151].

Г. Н. Складневской в «Толковом словаре русского языка начала XXI века» дает более полное толкование

слова милосердие: «сострадательная помощь ближнему как христианская добродетель; вообще бескорыстная помощь, сострадание к людям» [10, с. 584].

В «Толковом словаре русского языка» С. И. Ожегова милосердие – это готовность помочь кому-нибудь или простить кого-нибудь из сострадания, человеколюбия. Проявить милосердие, взывать к чьему-нибудь милосердию [9, с. 372].

Исследователи заметили, что в конце XX века произошли сдвиги в семантике слова *милосердие*. В. Какорина на основе многочисленных контекстов демонстрирует, что значение слова милосердие сузилось настолько, что оно стало высоким, но уже обесцвеченным синонимом слова *благотворительность*. В современном мире субъектом милосердия могут выступать и личность, и сообщество людей, и организация, и официальное учреждение [6, с. 267].

В основе слова *милосердие* лежит эмоция жалости. Слово *жалеть* употребляется в современном русском языке в разных значениях, объединённых негативным характером эмоций субъекта жалости, возникших в результате оценки своего собственного состояния и состояния другого человека. Чувство жалости представляет собой переживание или сострадание. Синонимом слова *жалеть* является *сострадать, соболезновать*, что очень близко связано со словом милосердие.

Чувство сострадания может вызвать желание оказать помощь нуждающемуся. Между эмоцией жалости и возможностью оказать помощь способствует этическая *норма милосердия*, которая предписывает каждому человеку помогать тем, кто в этом нуждается.

*Милосердие* предстает как нравственная категория. Практическое милосердие противопоставлено духовному настолько, что милосердие получает два аспекта: как чувство, нравственная категория личности и как действие социальных структур.

Активность этого концепта в русской ментальности видно в народном творчестве в пословицах например: *Милостивому человеку и бог подает; Пуще божьего милосердия* и поговорках таких как *настоящий воин тот у кого есть милосердие; Пусть перед тобой закрыты все врата, дверь милосердия все же открыта*, обобщающих многовековой социально-исторический опыт народа. Они имеют устойчивую организованную форму и поучительный смысл. В русских пословицах *милосердие* отмечается как положительное качество в поведении и поступках человека, при этом главным выступает однокоренное слово *милость*.

Концепт *милосердие* также характерен не только для русской картины мира. В английском языке есть слово *mercy* – милосердие, милость, пощада,

сострадание, помилование, прощение, счастье или *charity* – благотворительность, милосердие, благотворительные дела. В немецком *Barmherzigkeit*, что значит жалость, любовь к ближнему. В китайском языке *慈悲* значит благожелательность, доброжелательность, пощада, симпатия. Во французском языке *miséricorde* переводится как благоволение, благосклонность, милосердие, милость, пощада, сострадание.

В каждом языке концепт *милосердие* имеет свое значение, что говорит о том, что у каждого народа свое восприятие этого понятия. Но, как мы видим, в русском языке слово *милосердие* имеет значение сочувствие, сострадательная помощь, нежели благотворительные дела или любовь к ближнему. В русском понимании значение этого слова лежит в душе человека.

Таким образом, концепт *милосердие* не просто понятие, а что-то большее. *Милосердие* является концептом, который может определяться при помощи таких понятий, как нравственная ценность, сострадание, жалость. Именно в этом концепте заложен психологический, социальный, культурный уровни человека. Именно от этого концепта зависят взаимоотношения между людьми.

#### Библиографические ссылки

1. Аскольдов-Алексеев С. А. Концепт и слово. М. : Русская речь, 1928. 340 с.
2. Арутюнова Н. Язык и мир человека. М. : Языки русской культуры, 1999. 896 с.
3. Вежбицкая А. Язык. Культура. Познание. М. : Русские словари, 1996. 416 с.
4. Ефанова Л. Г. Норма милосердия в русской языковой картине мира // Вестник ТГУ, 2010. 10 с.
5. Залевская А. А. Психолингвистический подход к проблеме концепта // Методологические проблемы когнитивной лингвистики. Воронеж : Изд-во ВГУ, 2001. 192 с.
6. Какорина Е. В. Трансформация лексической семантики и сочетаемости // Русский язык конца XX столетия. М., 2006. 580 с.
7. Кубрякова Е. Концепт. М., 1996. 416 с.
8. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М., 1997. 944 с.
9. Словарь русского языка XI–XVII веков. Вып. 9. М. : Наука, 1982. 363 с.
10. Складневской Г. Н. Толковый словарь русского языка начала XXI века // Актуальная лексика. СПб. : Норинт, 2000. 584 с.

© Бузмакова В. С., Шерстянникова Е. А., 2018

## СПОСОБЫ СОХРАНЕНИЯ ЮМОРИСТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА ПРИ ПЕРЕВОДЕ ПРОИЗВЕДЕНИЙ П. Г. ВУДХАУЗА

С. А. Виноградова, И. В. Шулпин

Мурманский арктический государственный университет  
Российская Федерация, 183038, г. Мурманск, ул. Капитана Егорова, 15

*Рассматриваются средства сохранения комического в переводах произведений Пелема Гренвилла Вудхауза. Авторами статьи анализируются использованные переводчицей Ю. И. Жуковой трансформации, позволяющие передать лексические, фразеологические, текстуальные и интертекстуальные приемы достижения юмористического эффекта.*

*Ключевые слова: английский юмор, переводческие трансформации, средства создания комического эффекта.*

## METHODS OF PRESERVING THE HUMOUR EFFECT IN TRANSLATION OF P. G. WODEHOUSE' NOVELS

S. A. Vinogradova, I. V. Shulpin

Murmansk Arctic State University  
15, Captain Egorov Str., Murmansk, 183038, Russian Federation

*The article deals with the means of preserving the comic effect in the translations of the works of Pelham Grenville Wodehouse. The authors of the article analyze the transformations used by the interpreter Yu. I. Zhukova, which allow to transfer lexical, phraseological, textual and intertextual means of achieving a humorous effect.*

*Keywords: English humor, translation transformations, techniques in producing comic effects.*

Пэлем Гренвилл Вудхауз является заслуженным английским писателем, благодаря которому весь мир смог познакомиться с каноничными представителями Великобритании, в роли которых выступали главные персонажи юмористической серии книг: Дживе и Вустер. В рассказах Вудхауза лингвокультурологические реалии тесно переплетаются с уникальным авторским языком, богатым комическими приемами.

Комические произведения Вудхауза малоизвестны в России, что является следствием значительной паузы в издании произведений в СССР. Более того, в современной лингвистической литературе изучению комического уделяется неоправданно мало внимания. Проблема изучения комического, средств его выражения и передачи на другой язык должна постоянно изучаться.

Как было замечено известной переводчицей Натальей Леонидовной Трауберг: «У Вудхауза кроме языка ничего нет. Он классик, поэт, у него все сплетено из различных оттенков слов» [2, с. 253]. В данной фразе отражена вся проблематика перевода Пэлема Гренвилла Вудхауза; именно поэтому, изучение переводов Вудхауза на предмет сохранения юмористического эффекта так актуально. В современной лингвистике проблемой остается определение системы средств в языке, использующихся исключительно в целях создания комического эффекта. «В значительной степени это объясняется тем, что не разработана единая система, которая включала бы все языковые средства создания комического эффекта» [4, с. 92]. При переводе следует учитывать, что в художествен-

ном произведении все приемы комического связаны с языком, так как художественное произведение создается на основе языкового материала. Однако не все приемы комического находятся в одинаково активных отношениях с лексическими и грамматическими средствами языка. Например, ирония, обусловленная ситуацией, контраст, комическое преувеличение, умаление, недоразумения, неожиданности находятся в меньшей зависимости от составных элементов языка. Рассматривая художественный перевод, необходимо осознавать, что сам переводчик наиболее полно влияет на качество перевода, проводя анализ и выбор переводческих решений и трансформаций.

Вудхауз, несмотря на неповторимость своего языка, использует наиболее часто встречающиеся для юмористических произведений приемы – метафоры, эпитеты и сравнения, что позволяет создавать красочный образ персонажа. В некоторых случаях логическое развитие позволяет наиболее полно сохранить образ. В предложении «Sunk, as she termed it in her forthright way, in hoggish slumber» сравнение со свиньей передается известной переводчицей Юлией Ивановной Жуковой частотным в употреблении выражением «дряхнуть как свинья» [3; 5].

Достаточно интересным случаем является перевод следующего предложения: «My frame of mind was more or less that of a cat in an adage» [5]. При переводе это предложение выглядит следующим образом: «Я по-прежнему пребывал в нерешительности, как та несчастная кошка в пословице» [3]. Калькирование «cat in an adage» не вызывает у читателя языка пере-

вода те же эмоции, какие могут возникнуть у носителя языка оригинала. Сама фраза отсылает к фоновым знаниям читателя, а именно к английской поговорке: *the cat would eat fish and would not wet her feet*. В русском языке такой поговорки нет, а наиболее близким эквивалентом является «и хочется и колется» или «и хочется и колется и матушка не велит». Стоит заметить, что в русских поговорках, эквивалентных оригинальной, нет упоминания какой-либо кошки.

Еще раз стоит отметить вышеупомянутую отсылку к поговорке *the cat would eat fish and would not wet her feet* в предложении «*My frame of mind was more or less of a cat in an adage*». Рассмотрим следующий пример, в котором Дживс ссылается на пьесу Шекспира «Макбет»: «*Macbeth, sir, a character in a play of that name by the late William Shakespeare. He was described as letting “I dare not” wait upon “I would”, like the poor cat i’th’adage*» [5]. Аллюзия на Шекспира не требует прагматической адаптации, так как она не является скрытой и не требует пояснений. Здесь снова можно увидеть ссылку на вышеупомянутую поговорку, которая остается в переводе без каких либо пояснений. Стоит обратить внимание на перевод данной фразы: «Вы имеете в виду Макбета, сэра, героя одноименной драмы покойного Уильяма Шекспира. О нем сказано: “В желаниях ты смел, а как дошло до дела – слаб. Но совместимо ль жаждать высшей власти и собственную трусость сознать” *И хочется, и колется как кошка в поговорке*» [3]. Здесь автор использует русский эквивалент, но оставляет ссылку на английскую поговорку. В результате русская поговорка нагружается несвойственным культурным фоном, что мешает восприятию и приводит к ситуации, в которой восприятие аллюзии затруднено в связи со смешением культурного фона России и Англии.

Большинство образов Вудхауза передается калькированием и не вызывает каких-либо проблем в переводе. Выражение «*snarl at on another like wolves*» переводится эквивалентным выражением «сварятся друг с другом как собаки» наиболее понятным для реципиента, читающего произведение на русском языке [3; 5]. Замена волков собаками в данном выражении вполне оправдана, так как для реципиента образ рычащих друг на друга волков может быть непонятен в связи с бытующим мнением о высокой «социальной» активности данного вида животных. Рычащие друг на друга собаки наиболее полно отражают образ, так как в русском языке существует много поговорок и выражений на эту тему.

Синтаксическое уподобление (дословный перевод) позволяет сохранить синтаксическую структуру оригинала путем преобразования в аналогичную структуру переводящего языка. Такая трансформация позволяет сохранить два ключевых приема Вудхауза по

созданию комического: ирония и стилистическое смешение речи.

Интересным решением переводчика является калькирование названия клуба, в котором часто любит отдыхать Вустер со своими друзьями. В оригинале заведение называется «*Drones*», что довольно явно характеризует шумную атмосферу бара-паба. Название данного заведения часто встречается в речи Вустера, поэтому переводчик просто переводит название как «Трутни», добавляя к шумной атмосфере клуба иронию. Трутень – самец в пчелиной семье, проводящий всю свою жизнь, работая ради сохранения и процветания улья. Трутни ассоциируются с трудолюбием, зато в баре «Трутни» люди занимаются обратным – веселятся и выпивают. В то же время названия помещений в произведении Вудхауза переводятся транскрибированием.

Итак, индивидуальный художественный стиль, британское мироощущение и литературная традиция затрудняют перевод текстов П. Г. Вудхауза, а существующие фразеологические единицы сознательно изменяются автором и почти никогда не используются в словарном значении. Сохранение юмористического эффекта требует от переводчика добавлений, и при переводе произведения Вудхауза чаще всего используются лексические и грамматические трансформации. С. И. Влахов и С. П. Флорин писали: «Более того, нередко приходится даже менять содержание в «угоду форме» – на новое, если невозможно сохранить старое» [1, с. 290]. Именно поэтому в случаях невозможности достижения полной эквивалентности компенсация, как одна из комплексно лексико-грамматических трансформаций, позволяет сохранить комизм ситуации именно в том моменте текста, где его задумал автор.

### Библиографические ссылки

1. Влахов С. И., Флорин С. П. Непереводимое в переводе. М. : Междунар. отношения, 1980.
2. Вопросы литературы. Журнал критики и литературоведения. Июль–август 2002 / под ред. Л. И. Лазарева, М. : АНО «Редакция журнала критики и литературоведения» : Вопр. лит., 2002.
3. Вудхауз П. Г. Семейная честь Вустеров. М. : АСТ, 2009.
4. Цикушева И. В. Лингвистические средства создания комического эффекта в сказках // Вестник Адыгейск. гос. ун-та. Сер. 2. Филология и искусствоведение / под ред. Р. Д. Хуганова. Майкоп, 2008.
5. Wodehouse P. G. *The Code of the Woosters*. London : Penguin Books Ltd, 1974.

© Виноградова С. А., Шульпин И. В., 2018



## ВНУТРЕННЯЯ ФОРМА СЛОВА

Е. А. Вяткина, Е. А. Шерстянникова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматривается один из сложных феноменов лингвистики – понятие «внутренняя форма слова», первооткрывателем и разработчиком которого был В. фон Гумбольдт.*

*Ключевые слова: язык, слово, форма слов, языкознание.*

## INTERNAL FORM OF THE WORD

E. A. Vyatkina, E. A. Sherstyannikova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The article is devoted to one of the complex phenomena of linguistics – the concept of "internal form of a word", the discoverer and developer of which was V. von Humboldt.*

*Keywords: language, word, word form, linguistics.*

Словосочетание внутренняя форма является переводом термина В. фон Гумбольдта *innere Sprachform* (внутренняя форма языка), под которым он понимал своего рода свидетельство «духа народа», заключенное в строе его языка [4].

Понятие внутренней формы находилось на периферии интересов структурной лингвистики, но в последние годы в связи с обращением лингвистики к объяснительным моделям, осознанием необходимости учета фактов диахронии в синхронном описании и потребности в таком семантическом представлении слова, которое было бы ориентировано на учет всех его релевантных парадигматических связей, наблюдается возобновление интереса также к проблеме внутренней формы слова [3].

Термин внутренняя форма слова в отечественном языкознании впервые употребил А. А. Потебня. В своей работе 1862 г. «Мысль и язык» ученый писал: «В слове мы различаем: *внешнюю форму*, т. е. членораздельный звук, *содержание*, объективируемое посредством звука, и *внутреннюю форму*, или ближайшее этимологическое значение слова, тот способ, каким выражается содержание. При некотором внимании нет возможности смешать содержание с внутренней формой. Например, различное содержание, мыслимое при словах *жалованье*, лат. *annuum*, *pensio*, франц. *gage*, может быть подведено под общее понятие платы; но нет сходства в том, как изображается это содержание в упомянутых словах: *annuum* – то, что отпускается на год, *pensio* – то, что отвешивается, *gage* первоначально – залог, ручательство, вознаграждение и проч., вообще результат взаимных обязательств, тогда как *жалованье* – действие любви, подарок, но никак не законное вознаграждение, не следствие договора двух лиц» [1, с. 156].

Внутренняя форма слова как научное понятие являет собой один из самых сложных феноменов не

только в современной лингвистике, но и лингвистике прошлого.

Внутренняя форма слова – мыслительный акт, в котором предшествующая мысль в виде усвоенного сообществом значения слова используется для представления и понимания, вновь воспринимаемого и обозначаемого предмета и, как следствие, образования нового значения. Внутренняя форма слова участвует в представлении нового содержания одновременно с внешней формой, т. е. с определенным образом организованным звуковым комплексом. Признак, по которому весь говорящий коллектив представляет новый предмет и тем самым образует значение слова, должен быть назван. Дискретная оформленная мысль возможна в единстве со средством своего материального дискретного же оформления и выражения вовне, т. е. в единстве с внешней формой. Только при этом условии мысль может быть воспринята и усвоена говорящим коллективом [3].

Внутренняя форма рождается и существует одновременно и в единстве с формой внешней. Форма языка создавалась в течение всей его истории, отразив в своем движении и развитии действительные взаимоотношения людей между собой и окружающим миром. Она представляет собой обобщенный и закреплённый опыт этого взаимоотношения, выражающийся в функционировании языка, в структурных и системных связях его единиц и их значений, в характере отражения ими действительности. Внутренняя структура существенно определяет качественный облик языка. Наследуя прошлое, находясь в процессе изменения и систематизации, внутренняя структура одновременно участвует в отражении разнообразного актуального содержания. И в этом выполнении переходящих коммуникативных задач в полной мере используется прошлый опыт применения языка, его формально-структурное, семантическое наследие [2].

Утрата внутренней формы слова может происходить по разным причинам. Бывает так, что слово, послужившее основой номинации, выходит из употребления. Такова ситуация, например, со словом *кольцо*: слово *коло*, от которого *кольцо* образовано при помощи суффикса, было вытеснено словом *колесо* (образованным от основы косвенных падежей слова *коло*). В других случаях просто утрачивается связь между производящим и производным словом. Так, *город* в современном русском языке уже не связывается с глаголом *городить*, *окно* с *око*, слово *медведь* не понимается как «едящий мед»; сочетания *красные чернила*, *розовое белье* или *белый голубь* не содержат оксюморона. Все эти связи, однако, присутствуют в языке в латентной форме и могут «оживать» в поэзии или в языковой игре [2].

Слова с абстрактной семантикой обладают внутренней формой смешанного типа. Значения таких слов возникают путем метафорического переосмысления пространственных категорий и других параметров материального мира; при этом само слово абстрактной семантики не имеет «конкретного» значения – его имеют лишь составляющие данное слово морфемы. Например, слова *впечатление*, *влияние*, *содержание*, *представление*, *отношение* и т. п.

Установление характера внутренней формы осложняется в таких случаях еще тем обстоятельством, что многие такие слова представляют собой кальки (поморфемные переводы) с иноязычных (прежде всего, греческих и латинских) образцов. Так, например, слово *предположение* является калькой с греческого *prothesis*, которое имеет исходное пространственное значение ('выставление').

Другой возможный путь возникновения таких слов – утрата исходного «конкретного» значения (например, слово *влияние* в XVIII в. еще имело значение 'вливание') [2].

Для внутренней формы характерна также необычайная вариативность относительно носителей языка. Для носителей языка, неискушенных и не склонных к языковой рефлексии, внутренняя форма существует только в своем тривиальном варианте – в той мере, в какой она обнаруживается в живых и регулярных словообразовательных процессах (*дом – домик, рюмка – рюмочная*) [3].

Неверно было бы думать, что внутренняя форма – понятие, нужное лишь лингвистам: как раз лингвисты могли бы без него и обойтись, так как соответствующие факты легко могут быть интерпретированы в других терминах – этимологии, словообразовательной семантики и лексикологии. Объединение довольно разнородных явлений в рамках единого понятия «внутренней формы» нужно лишь потому, что оно имеет под собой вполне определенную психолингвистическую реальность. Дело в том, что представление о том, что «истинным» значением слова является его «исходное» значение, необычайно глубоко укоренено в сознании говорящих. Достаточно вспомнить, что с этимологии началась наука о языке, и еще в XIX в. слово *этимология* употреблялось в значении 'грамматика'; при этом само слово *этимология*, обозначающее сейчас науку о происхождении слов, образовано от греческого слова *etymon*, которое означает 'истина' [2].

Что касается значимых сегментов слов, то эта тема заслуживает отдельной разработки. В настоящее время, когда составлен ряд мотивационных словарей и получены сотни тысяч показаний метаязыкового сознания говорящих на разных языках, эта проблема решается.

#### Библиографические ссылки

1. Потебня А. А. Мысль и язык. М. : Лабиринт, 1999. 268 с.
2. Внутренняя форма слова [Электронный ресурс]. URL: <https://studfiles.net/preview/2674293/> (дата обращения: 05.02.2018).
3. Блинова О. И. Внутренняя форма слова: мифы и реальность [Электронный ресурс]. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/blinova-12.htm> (дата обращения: 05.02.2018).
4. Панченко В. А. Вильгельм фон Гумбольдт. Внутренняя форма языка как отражение самобытности этнической культуры [Электронный ресурс]. URL: [https://lib.herzen.spb.ru/text/panchenko\\_124\\_396\\_401.pdf](https://lib.herzen.spb.ru/text/panchenko_124_396_401.pdf) (дата обращения: 05.02.2018).

© Вяткина Е. А., Шерстянникова Е. А., 2018

## ЯЗЫКОВАЯ РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ОЦЕНОЧНОСТИ В АНГЛОЯЗЫЧНОЙ ЛЮБИТЕЛЬСКОЙ КИНОРЕЦЕНЗИИ (ЛЕКСИЧЕСКИЙ УРОВЕНЬ)

О. Р. Галлиулина

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С. П. Королева  
Российская Федерация, 443086, г. Самара, ул. Московское шоссе, 34

*Исследуются особенности функционирования любительской кинорецензии в интернет-дискурсе и выявляются ее главные отличия от профессиональной интернет-рецензии, посвященной кино. Устанавливаются общие жанрово-специфические характеристики дискурса любительской интернет-рецензии, посвященной кино. Отдельным критерием выделяется оценочность как один из главных дискурсивных маркеров любительской кинорецензии. Рассматривается оценочная лексика (эмоционально-оценочные существительные, прилагательные, глаголы, слова-интенсификаторы, модальные слова и стилистические средства) как основной способ приписывания оценочных характеристик фильму.*

*Ключевые слова:* интернет-рецензия, любительская кинорецензия, оценочность, оценочная лексика.

## THE LINGUISTIC REPRESENTATION OF EVALUATION IN AN ENGLISH-LANGUAGE AMATEUR FILM REVIEW (LEXICAL LEVEL)

O. R. Galliulina

Korolev Samara National Research University  
34, Moskovskoye shosse, Samara, 443086, Russian Federation

*The article explores the peculiarities of the functioning of amateur film criticism in Internet discourse and reveals its main differences from the professional Internet review devoted to cinema. The article establishes general genre-specific characteristics of the discourse of the amateur Internet review devoted to cinema. A separate criterion stands out as one of the main discursive markers of amateur filmmaking. The article deals with evaluative vocabulary (emotional-evaluative nouns, adjectives, verbs, intensifier words, modal words and stylistic means) as the main way of attributing the estimated characteristics to the film.*

*Keywords:* Internet review, amateur film review, appraisal, evaluation vocabulary.

Интернет-дискурс за счет особенностей функционирования параметров медиапространства является плодотворной почвой для масштабного развития вторичных текстов и появления новых, в частности Интернет-рецензии [1, с. 78]. Среди жанров Интернет-рецензии большей популярностью в последнее время пользуется кинорецензия, что, в первую очередь, связано с возрастанием популярности кино как массового вида искусства [2, с. 98]. За исключением разве что возможности более широкого диапазона графического оформления и наличия гиперссылок, профессиональная

Интернет-рецензия, посвященная кино, характеризуется теми же параметрами, что и печатная: профессионализм, высокий уровень языковой компетенции, объективность критериев оценки, глубина анализа, привлечение дополнительного материала, стилистическая отстраненность. Совершенно иначе дело обстоит с любительской кинорецензией.

Для любительской кинорецензии, рассчитанной на широкую аудиторию, характерны высокий уровень оценочности, отсутствие качественной фильтрации контента, не обязательное наличие у автора профессиональных литературных навыков, соотношение с усредненным зрителем, сниженный стиль [3, с. 285].

В интернет-среде встречаются любительские кинорецензии, которые совершенно свободны как по форме, так и по содержанию. Преобладание эмоций над анализом, отсутствие аргументации, опора лишь на субъективное впечатление, широкий диапазон языковой репрезентации эмоциональности и оценочности в текстах любительской кинорецензии – именно эти выявленные параметры побудили выбрать оценочный блок, а не информационный, в качестве объекта анализа данной научной статьи.

Оценочность является жанро- и текстообразующей категорией кинорецензии. Преобладающий реактивный регистр кинорецензий выражен на лексическом уровне. Оценке подвергаются различные аспекты фильма, такие как игра актеров, спецэффекты, сюжет, работа режиссера и сценариста, сценарий и экранизация, саундтреки и т. д. [5, с. 302]. Приписывание оценочных характеристик фильму и его составляющим осуществляется, в первую очередь, оценочной лексикой, а именно:

1. Оценочными существительными с положительным значением: *masterpiece, blockbuster, hit, classic, adaptation, experience.*

2. Оценочными существительными с негативным значением: *fail, mistake, disappointment.*

Данные существительные в большинстве случаев идут за определяющими эпитетами *cinema/ cinematic, movie, screen: screen adaptation, movie disappointment, cinema fail*.

3. Общеоценочными предикатами с абстрактно-положительным значением: *good, great, perfect, successful, masterful, excellent, nice, superb, splendid*.

4. Общеоценочными предикатами с абстрактно-положительным значением: *bad, poor, weak, unsatisfactory*.

5. Частнооценочными предикатами, обозначающими разновидности оценки по разным критериям (психологическому, эстетическому и др.). К оценочным предикатам психологического вида частной оценки относятся эпитеты, оценивающие фильм в интеллектуальном плане (*naive, stupid, thought-provoking, pointless, analytical*) и в аспекте эмоционального воздействия на зрителя (*fascinating, touching, intoxicating, poignant, disappointing, horrible, dreadful, annoying, frightening*). К эстетическому виду частной оценки относятся оценочные эпитеты *elegant, vulgar, somber, artificial, sexy, beautiful, cruel, bloody*.

Превосходная форма прилагательных реализует функцию высшей степени проявления положительной оценки или же, напротив, крайней степени неодобрения: *«By far, the creepiest, scariest movie I've ever seen», «The film is the most breathtaking and employs the best out-there digital effects» «The most overrated and boring thing i have ever seen»*.

Общую положительную/ отрицательную оценку выражают словосочетания, где существительное играет роль классификатора, то есть указывает на жанр фильма, а атрибут выделяет основополагающий для данной жанровой группы признак (или его отсутствие): *a tearful drama, a black-white noir, a fascinating adventure movie, a predictable psychological thriller, unrealistic history movie, a not scary horror*.

Большую роль в выражении оценочности играют слова-интенсификаторы, которые усиливают или ослабляют эмоциональный и оценочный компонент стоящих после них слов. Наиболее часто встречаемыми в любительских кинокритических грамматических формах образования слов-интенсификаторов являются следующие.

1. Слова-интенсификаторы, образованные аффиксальным способом. Префиксами, образующими слова-интенсификаторы, являются: *super-, over-, sub-, sur-, under-*. Усиливающее или ослабляющее значение заключено в самих приставках: *«the sequel eventually overshadowed the two previous parts», «having been unfairly underappreciated in the year of its release, the movie somehow managed to gain critical acclaim much later»*.

2. Слова-интенсификаторы, образованные путем соединения двух основ. Интенсифицируемая часть слова выражается существительными, прилагательными, наречиями, а интенсификаторами выступают прилагательные и наречия: *best-directed, widely-watch, well-played, high-performed, must-watch, best-rated, well-written*.

3. Наречия-интенсификаторы с прилагательными: *brilliantly animated, thoroughly enjoyable, perfectly shot,*

*masterfully scripted, eagerly awaited, entirely predictable*.

4. Наречия-интенсификаторы с глаголами: *«I highly recommend the users to watch this movie», «I totally dislike the way the director put this timeless classic on the screen»*.

5. Эмфатические прилагательные с определяемыми существительными: *«rewatching this movie twice on demand of my girlfriend was an utter despair», «some of its screen adaptations were absolute rubbish»*.

6. Аналитическая форма Present Simple и Past Simple (вспомогательный глагол плюс инфинитив): *«I did enjoy it», «It does make sense to watch this movie over and over again», «In any event, I do worry about a society that thinks this is a good film»*.

Оценочный и эмоциональный компонент также заложен в некоторых глаголах [4, с. 142]. Подобные глаголы реализуют функцию психологического воздействия на пользователей сайта, посвященного кино, а именно, на формирование общего представления о фильме. К таким глаголам относятся:

1. Глаголы с семантикой положительного/ отрицательного результата просмотра фильма: *collapse, succeed, go wrong, fail, create, please, disappoint, displease, fizzle out*;

2. Глаголы с семантикой положительного/ отрицательного воздействия фильма на зрителя: *blow up, blow away, tear up, stir up, grind, transform*;

3. Глаголы со значением осуждения/ одобрения фильма: *criticize, recommend, encourage, blame*.

Результаты проведенного анализа языкового материала позволили заключить, что для более точной передачи возникающих от просмотра эмоций и выражения субъективной оценки авторы любительских кино-рецензий с высокой степенью частотности используют лексические средства выражения оценочности.

### Библиографические ссылки

1. Медведев С. А. Интернет-рецензия в аспекте эволюции жанра рецензии // Филология и лингвистика в современном обществе : материалы III Междунар. науч. конф. (г. Москва, ноябрь 2014 г.). М. : Буки-Веди, 2014. С. 77–79.
2. Первухина С. В. Семантико-прагматические особенности электронной рецензии как вторичного текста: на материале английского языка : дис. ... канд. филол. наук. Тамбов, 2004. 183 с.
3. Сабурова Н. А. Дискурсивные характеристики непрофессиональной кинокритики в виртуальном пространстве // Вестник Тихоокеан. гос. ун-та. Хабаровск, 2015. С. 281–290.
4. Стрелко В. В. Речевой жанр «рецензия» в англоязычном интернет-дискурсе // Вестник Челяб. гос. ун-та. Челябинск, 2016. С. 139–149.
5. Фомина В. А. Языковая реализация оценки анализируемого объекта в дискурсе автора кинокритики // Голоса молодых. 2015. № 10. С. 299–308

## ЯЗЫК СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: РАЗВИТИЕ ИЛИ ДЕГРАДАЦИЯ

А. Д. Глазунов, Е. А. Шерстянникова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматриваются поколения XX–XXI вв., описывается лексика данных поколений, выявляются факторы, влияющие на язык современной российской молодежи.*

*Ключевые слова: русский язык; литературный язык; сленг; поколения X, Y, Z; современная российская молодежь; факторы, влияющие на язык; развитие языка; деградация языка.*

## LANGUAGE OF THE CONTEMPORARY RUSSIAN YOUTH: DEVELOPMENT OR DEGRADATION

A. D. Glazynov, E. A. Sherstyannikova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The article considers the generations of the XX–XXI centuries, describes the vocabulary of these generations, identifies the factors affecting the language of modern Russian youth.*

*Keywords: Russian language; literary language; slang; generations X, Y, Z; modern Russian youth; factors affecting the language; language growth; language degradation.*

Русский язык всегда славился долгой историей и богатым словом, но в последнее время многие отмечают скудность речи и упадок языковой культуры молодого поколения в современной России.

Объектом изучения этой статьи является проблема языка современной российской молодежи. Предметом выступают факторы, влияющие на язык современной российской молодежи.

Основные задачи исследования:

1) рассмотреть поколения XX–XXI вв.;

2) описать лексику данных поколений;

3) выявить факторы, влияющие на язык современной российской молодежи.

Язык носит социальный характер, он неразрывно связан с обществом, которое говорит на этом языке. Известно, что молодежь – двигатель прогресса, и эту мысль вполне можно применить в отношении к языку. Главным признаком языка молодежи является возрастная характеристика его носителей. М. М. Копыленко пишет: «Значительная часть носителей русского языка в возрасте от 14–15 до 24–25 лет употребляет в общении со сверстниками несколько сот специфических слов и сильно идиоматических словосочетаний, именуемых молодежным жаргоном» [1, с. 79].

Условно выделяют несколько поколений XX–XXI вв.: X, Y, Z. Поколением X называют поколение людей, родившихся в период с 1960–1980 годы. Этот период в истории называют периодом застоя, на это есть причины: в это время для страны была характерна стабильность и высокий уровень жизни граждан. Много сил тратилось на развитие образования, науки и техники: развивалась атомная и газовая энергетика, велись исследования по квантовой электронике и лазерной технике, проводились исследования в биологических

науках, а также продолжали развиваться исследования в области космического пространства. Деятельность писателей подавлялась, так как правительство видело в их работах антисоветские мысли. Творческие личности покидали страну принудительно или по собственному желанию. В это время активно развивается культура. На этот период приходится пик посещаемости кинотеатров, музеев и прочих культурных мест. Для поколения X характерен культурный, литературный язык, зачастую с использованием научных терминов.

Поколением Y называют поколение людей, родившихся в период с 1980–2000. В этот период произошло немаловажное событие – перестройка, которая привела к распаду СССР и образованию РФ. Об этом периоде М. А. Кронгауз пишет: «...случилась гигантская перестройка языка под влиянием социальных, технологических и природных изменений. Выживает тот, кто успевает приспособиться. Русский язык успел, хотя ему пришлось сильно измениться. Как и всем нам. Он уже никогда не будет таким, как прежде. Но, как сказал, И. Б. Зингер, «ошибки одного поколения становятся признанным стилем и грамматикой для следующих». И дай бог, чтобы из наших ошибок вышла какая-нибудь грамматика. И мне надо будет с этим смириться, а может, даже этим и гордиться. В любом случае у живших в эпоху больших перемен есть одно очевидное преимущество. Им есть что вспомнить. После перестройки мы пережили минимум три словесных волны: бандитскую, профессиональную и гламурную, а в действительности пережили три важнейших одноименных периода, три моды, разглядеть которые позволяет наш родной язык. Про эти периоды можно просто произнести те самые слова, и за ними встанет целая эпоха. Это философия

языка. Глупо говорить о его засоренности, жизнь у нас такая. И надо быть терпимее и помнить, что слова суть отражения» [2, с. 5]. Для поколения Y характерна в большинстве своем бандитская, профессиональная и гламурная лексика. После распада СССР в русском языке стала появляться иноязычная лексика в большом количестве.

Поколением Z называют поколение людей, родившихся в 2000 и позже. Факторы, влияющие на язык данного поколения рассматриваются в статье. Поколение людей, родившихся в XXI веке жило и живет только в современной России, которая сама по себе представляет более раскрепощенное государство, относительно СССР. Больше нет того железного занавеса, больше нет той строгой советской цензуры. В современном русском языке происходит исчезновение множества слов (*самиздат, райком, репрессия*) и аббревиатур (*ГУЛга, НКВД, СНХ*) времен СССР. Появляются новые слова, заимствованных из других языков (*дедлайн, имидж, пиар*), которые отлично прижились в современном русском языке. Происходит засорение языка сленговыми словами, уже имеющими русские литературные аналоги (*агриться (злиться), бомбить (бесить), хейтить (ненавидеть)*). Для поколения Z характерен сленговый язык, развивающийся хаотично. Речь молодежи полна слов и выражений, находящихся за пределами литературных норм.

М. А. Кронгауз выделяет две стороны медали у заимствований: языковая свобода (положительная сторона, творчество, делающее речь более выразительной) и языковой хаос (отрицательная сторона, безграмотность, грубость) [2, с. 4]. Важно придерживаться баланса между этими явлениями.

Факторы, влияющие на язык молодежи, описал В. В. Павловский:

«Первый фактор – современная историческая эпоха, которая охватывает всю планету. Ее начало связано с так называемой “перестройкой” в СССР, которая развалила, обрушила часть мировой системы стран народной демократии, молодых социалистических государств. Для советского народа рождение новой исторической эпохи было трагичным. Многие молодые люди в России эти глобальные трансформации и их воздействие на наше ослабленное государство не были готовы встретить; часть из них просто бежала за “бугор”. Это отражалось в языке, в молодежном сленге в негативном оформлении.

Второй фактор связан со сменой общественного строя в России, установлением федерации, внедрением капитализма, массовой приватизацией государственной собственности, криминализацией, алкоголизацией и наркотизацией и т. п. Все это сделало страну и народ неузнаваемыми, вернуло их к самым худшим временам. В сленге российской молодежи можно наблюдать ненависть к врагам России, отчаяние и разочарование, протест, аномию, цинизм и т. п.

Третий фактор – классово-групповая структура российского общества, следствием которой являются острые противоречия между бедными и богатыми. Еще в начале XIX в. Ш. Фурье писал, что в хижинах и во дворцах люди думают по-разному. То же самое можно отметить в языке и сленге противоположных классов и социальных групп. Сленг молодежи имеет

общие черты, но по мере вхождения в экономические, политические и социальные структуры и порядки различных классов и социальных групп – в нем нарастают различия в языковом, сленговом общении, в профессиональной и обыденной коммуникации.

Четвертый фактор – национальные и межнациональные отношения в России. Большая часть молодежи не знает истории своей страны. Многие из них не знают истины о том, что происходило на земле, где они живут. В российском государстве растут представители “внеисторических” поколений. Национальные отношения, русский шовинизм, расизм и национализм других народов находят свое отражение в сленге.

Пятый фактор – национальная и межнациональная культура, ценности и ценностные ориентации, этнические и межэтнические традиции, обычаи, привычки. Чем меньше молодые люди связаны с национальной и межнациональной культурой, с русским или другим литературным языком, тем больше вероятность их приобщения к сленгу.

Шестой фактор – конфессиональные и межконфессиональные отношения, влияние религии, ее институтов и сект.

Названные факторы взаимосвязаны между собой в большей или меньшей степени. Они влияют на язык и сленг молодежи России позитивно или негативно. Сменяются исторические эпохи, трансформируется общественный строй, видоизменяется классово-групповая структура, перестраиваются национальные и межнациональные отношения, приходит в упадок или развивается культура, модифицируются религии и их институты, развиваются научно-техническая революция, глобализация, информатизация, как прогрессивное, так и разрушительное, деградиционное, а основа русского литературного и народного языка остается. Наблюдается экспансия английского языка, интернетовского глобализационного наступления, что требует проведения политики национальной самоидентификации» [3, с. 179–183].

При всем этом самое главное – это отношение к языку и стране. Важно любить свой язык и свою страну. Не стоит бояться изменений в языке. Изменения в языке – естественный процесс. Любое из изменений происходит не просто так. Если язык меняется, значит, он пытается подстроиться под современное окружение. Все те изменения, которые происходили в истории языка – это и есть современный язык.

### Библиографические ссылки

1. Копыленко М. М. О семантической природе молодежного жаргона // Социолингвистические исследования. М. : Наука, 1976. С. 79–86
2. Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва 3Д. М. : АСТ Астрель, 2015. С. 480.
3. Павловский В. В. К вопросу философской интерпретации социальных факторов молодежного и студенческого сленга в России // Вестник КГПУ им. В. П. Астафьева. М. : Изд-во КГПУ им. В. П. Астафьева, Красноярск, 2013. С. 179–183

© Глазунов А. Д., Шерстянникова Е. А., 2018

**РЕЧЕВОЙ ПОРТРЕТ АНГЛИЙСКОГО АРИСТОКРАТА НА МАТЕРИАЛЕ  
ЦИКЛА П. Г. ВУДХАУЗА «ДЖИВС И ВУСТЕР»**

М. П. Гусарова

Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева  
Российская Федерация, 660049, г. Красноярск, ул. Лебедевой, 89

*Представлен анализ произведений П. Г. Вудхауза, определен портрет английского аристократа того времени.*

*Ключевые слова: Англия, аристократ, речевой портрет.*

**SPEECH PORTRAIT OF THE ENGLISH ARISTOCRAT ON THE CYCLE MATERIAL  
P. G. WOODHOUSE "JEEVES AND WOOSTER"**

M. P. Gusarova

Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astafiev  
89, Ada Lebedeva Str., Krasnoyarsk, 660049, Russian Federation

*This article presents an analysis of the works of P. G. Woodhouse, a portrait of an English aristocrat of that time was determined.*

*Keywords: England, aristocrat, speech portrait.*

Речевой портрет представляет собой совокупность разнообразных языковых и речевых характеристик личности и играет большую роль в составлении ее образа. В речевом портрете отражаются различные аспекты личности: возрастные, гендерные, социальные, психологические, этнокультурные и лингвистические. Выделяют также функции речевой характеристики: характерологическую, выделительную, сравнительную и психологическую. Более того, существуют уровни анализа речевого портрета на различных языковых уровнях. В литературном произведении автор наделяет речь персонажа определенными фонетическими, лексическими, синтаксическими и стилистическими особенностями с целью создать его всестороннюю косвенную характеристику, раскрыть внутренний мир, социальное положение и мировоззрение героя. Мы проанализировали три произведения П. Г. Вудхауза: «Carry On, Jeeves» [2], «Right Ho, Jeeves» [3], «The Code of the Woosters» [4]. Сборник рассказов «Carry On, Jeeves», опубликованный в 1925 году, включает ранние рассказы П. Г. Вудхауза 1916–1925 годов.

Романы «Right Ho, Jeeves» (1934) и «The Code of the Woosters» (1938) являются одними из самых известных в цикле о Дживсе и Вустере. Эти романы по хронологии идут друг за другом, что позволяет отметить определенные языковые единицы и прецедентные феномены, повторяющиеся в этих романах.

Главные герои этой серии – Реджинальд Дживс и Бертрам Вустер. Берти Вустер – молодой аристократ, джентльмен, который постоянно попадает в курьезные ситуации. Он неизменно появляется вместе с Дживсом, его находчивым и умным камердинером, который постоянно вытаскивает его из разного рода

переделок. Дживс эрудирован и начитан, разбирается в психологии. Он отражает все лучшие традиционные представления о тактичном и чопорном английском слуге: всегда безупречно одет, тактичен, немногословен. Берти часто называет Дживса гением и пользуется его познаниями в разных сферах и советами, хотя не всегда сразу признает его правоту. У Дживса есть четкие представления о том, как истинный джентльмен должен одеваться и вести себя в обществе. Он тщательно заботится о гардеробе Берти, из-за чего у них часто случаются конфликты, однако в конечном итоге Берти всегда признает, что Дживс прав.

Будучи аристократом, он также владеет нормативным вариантом английского языка, его произношение правильно. «My dear chap, I said, gentlemanly to the gills» [3, с. 237]. Мы можем судить об эмоциональности его высказываний по качественным наречиям, которые нам дает Вустер-рассказчик. «Always anticipate everything, Jeeves, I said, a little sternly» [3, с. 53]. Таким образом, речь Вустера более эмоциональна, чем речь Дживса. Вустер нередко совмещает разные стили речи. На контрасте с нейтральной речью он использует поэтические слова. Это создает комический эффект несоответствия функциональных стилей речи и показывает, что Вустер умело балансирует между литературным и разговорным языком. «Learn, O thou of unshuffled features and agreeable disposition, I said, for one likes to be civil, 'that the above Travers is my uncle. He sent me here to have a look at the thing. So dig it out, will you? I expect it's rotten» [4, с. 54].

Метафора, или перенос смысла слова на объект, с которым он не соотносится, также помогает создать речевой портрет: «Jeeves inclined the coconut» [2, с. 144]. В повествовании Вустер также прибегает

к эвфемизмам, чтобы заменить грубое выражение, например: «to *dislocate his cervical vertebrae*» вместо «to break his neck» [4, с. 140]. Таким образом, используя в своей речи множество разговорных и сленговых выражений вместе с книжными словами и вставками на иностранных языках, Вустер предстает перед читателями как человек, который свободно обращается с языком. Будучи аристократом, он может позволить себе балансировать на грани разных функциональных стилей и использовать в своей речи разные лексические средства.

Сравнивая его прямую и косвенную речь, мы можем увидеть, что в отличие от прямой разговорной речи, в рассказах Вустера предложения более развернутые, что соответствует литературному языку. Однако многие синтаксические приемы встречаются как в речи Вустера, так и в его рассказах. «She crosses the threshold. She approaches the bed. And out leaps this man-eating dog» [4, с. 172] – в данном примере в речи Вустера сочетаются повторы, параллелизм и инверсия. Легко заметить, что Вустер неплохо знаком с Библией, он сам упоминает о том, что в колледже изучал Закон Божий. В его речи встречаются множество аллюзий на библейских персонажей, народы, ситуации: «Look at Jael, the wife of Heber» [3, с. 239] – сравнение с Иаиль, женой Хевера, убившей враждебного военачальника. Цитаты, которые Вустер использует, также предполагают наличие широких историко-филологических знаний у читателя, так как они часто позаимствованы из разных источников: Библия,

У. Шекспир, Р. Киплинг, Р. Бернс, Дж. Китс. Языковая игра тоже является особенностью речи Вустера. Он нередко заменяет в своей речи один компонент другим: «...to be to all appearances knee-deep in the bouillon» [2, с. 68]. Здесь идиома «in the soup» заменяется метонимией «in the bouillon». Авторские неологизмы являются выразительными средствами: «Incredulous!» [4, с. 126] – *incredible+fabulous*.

Подводя итог, стоит отметить, что особенности в наборе языковых единиц и речевом поведении Вустера характеризуют его социальный статус, уровень образования, культуру, начитанность, тем самым реализуют характерологическую функцию речевого портрета. Запоминающаяся игра с языком, словотворчество, использование восклицаний создают его отличительный образ, реализуя выделительную функцию. По приведенным выше примерам можно увидеть, что Вустер является джентльменом. Он грамотен, но достаточно небрежно обращается с языком, осведомлен в некоторых вопросах, однако не эрудирован как Дживс.

Автору удалось точно передать языковой феномен того времени – Upper English, сопоставляя разговорный стиль речи аристократа Вустера и более формальный стиль речи его камердинера Дживса и, таким образом, смешивая функциональные стили, что создает комический эффект.

© Гусарова М. П., 2018



## РОЛЬ ПЕРЕВОДЧЕСКОЙ ОШИБКИ В ПЕРЕДАЧЕ СМЫСЛА ТЕКСТА

С. А. Демидова, Е. А. Шерстянникова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматривается проблема переводческих ошибок. Речь идет о том, что является переводческой ошибкой и возможные последствия таких ошибок. Также обсуждаются некоторые классификации и виды переводческих неточностей.*

*Ключевые слова: ошибка, перевод, переводческая ошибка, буквализм, вольность, неточности, неясности.*

## THE ROLE OF A TRANSLATION MISTAKE IN TRANSFER OF THE TEXT SENSE

S. A. Demidova, E. A. Sherstyannikova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The article considers the problem of translation errors. It is about what is a translation error and the possible consequences of such errors. In addition, some classifications and types of translation inaccuracies are discussed.*

*Keywords: translation, translation error, literalism, liberty, inaccuracies, obscurity.*

Проблема переводческих ошибок изучается в кругах филологического и переводческого общества уже на протяжении многих лет.

Перевод в самом общем виде определяют, как передачу содержания текста на одном языке средствами другого языка. Это определение сфокусировано на одном из основных требований к переводу – передавать содержание оригинала. В акте речевой коммуникации переводчик может совершать ошибки и как получатель исходного сообщения, т. е. слушатель, читатель оригинального текста, и как отправитель переводного сообщения.

Ошибка обычно определяется как грубая неточность, отклонение от нормативного, стандартного, правильного, отступление от правил, нарушение требований. Чтобы понять, что такое переводческая ошибка, необходимо разобраться, что такое правильное в переводе, решение каких задач должен обеспечивать безошибочный перевод.

Большинство авторов понимают ошибку в переводе, как необоснованное отступление от нормативного требования эквивалентности (т. е. содержательного соответствия перевода оригиналу – А. Д. Швейцер), как меру несоответствия перевода оригиналу (Р. К. Миньяр-Белоручев), меру дезинформирующего воздействия на читателя (В. Н. Комиссаров) [6].

Цель настоящей статьи состоит в том, чтобы показать роль переводческих ошибок в передаче смысла текста. В данной работе будут рассмотрены существующие классификации переводческих ошибок и некоторые возможные последствия неверной передачи смысла текста.

Выделяют содержательные (смысловые) ошибки, которые делятся на два вида – буквализмы и вольности. Буквализм – ошибка при переводе с другого язы-

ка, заключающаяся в том, что вместо подходящего для данного случая значения слова используется главное или самое известное значение. Также может называться пословный или дословный перевод. Ярким примером буквализма может служить выражение «не в своей тарелке»: французское слово *assiette* (тарелка) имеет также другие значения – «положение», «место», «настроение»; Вольность – передача ключевой информации без учета формальных и семантических компонентов исходного текста. Приведем пример вольности: *In the West cut diamonds outnumber cars* – на Западе бриллиантов больше чем сотовых телефонов.

Выделение буквализмов и вольностей считается наиболее традиционным подходом к пониманию переводческих ошибок, но он довольно узкий. Существуют и другие классификации ошибок. Одна из таких принадлежит Л. К. Латышеву:

Ошибки в трансляции исходного содержания – функционально не мотивированные отклонения от содержания оригинала, различающиеся по степени дезинформирующего воздействия; Приведем пример такой ошибки, обратившись к переводу диалога с английского языка на русский.

A: What was it like?

B: I don't know. I must have blacked it out.

A: Как это было?

B: Не знаю, меня, должно быть, вырубил.

В словаре глагол «black out» имеет значения «вымарать; затемнить; замазать текст черной краской». В данном контексте идет разговор о прошлом, которое словно является черным пятном в памяти второго собеседника, поэтому в данной ситуации лучшим переводом ответной реплики было бы: Не знаю. Я ничего не помню.

Неточности – отклонения от содержания оригинала, характеризующиеся меньшей степенью дезинформирующего воздействия; немотивированное опущение или добавление информации, не искажающее полностью содержание оригинала, но требующее уточнения; They are almost untradeable as a commodity. Their resale value is significantly lower than their original cost, and nowadays they can easily be substituted in all their industrial uses (Они почти не используются как товар. Стоимость их перепродажи значительно ниже, чем их начальная стоимость и в наше время они могут быть легко заменены во всех промышленных областях).

Неясности – функционально-содержательный изъян перевода, затемняющий смысл высказывания, достаточно четко выраженный в исходном тексте, часто возникают из-за неудобоваримости синтаксических конструкций. Может быть связан с неудачным выбором слова или структуры фразы, либо обусловлен неадекватным использованием или неиспользованием переводческого приема. In fact, without the tradition and romance, which have always given diamonds their sentimental value, they would be almost worthless (То есть без традиций и романтики, которые дали бриллиантам их основанную на чувствах стоимость, они могли бы почти ничего не стоить).

Стилистические ошибки, т. е. «функционально-немотивированное употребление языковых единиц, не соответствующих общей стилистической тональности текста». Diamonds are neither valuable nor rare (Бриллианты не ценны и не редки).

Последствия переводческих ошибок широко известны всему миру, так в 1956 году, когда холодная война была в самом разгаре, советский лидер Н. С. Хрущев произнес речь в польском посольстве на банкете, на котором присутствовали многие послы западных стран. Гости буквально остолбенели, когда услышали от Н. С. Хрущева: «Нравится вам это или нет, но история на нашей стороне. Мы вас похороним!».

В условиях ожесточенной гонки вооружений западная печать восприняла его слова как прямую угрозу, однако советская сторона поспешила заявить, что Н. С. Хрущева неправильно поняли, и его слова были вырваны из контекста. В действительности, советский лидер имел в виду фразу Маркса из «Манифеста коммунистической партии» о том, что буржуазия порождает собственных могильщиков.

Правильный перевод его выступления – который не обязательно должен быть дословным – должен был звучать приблизительно так: «Нравится вам это или нет, но история на нашей стороне. Мы доживем до того, что увидим, как вас хоронят». Нельзя сказать, что это очень дружелюбная фраза, но в любом случае это был идеологический лозунг, а не угроза. В примере наглядно видны последствия переводческой ошибки или неточности перевода.

Также можем привести пример неточности перевода, который повлек за собой крайне серьезные последствия. 26 июля 1945 года страны антигитлеровской коалиции опубликовали Потсдамскую деклара-

цию, в которой были указаны условия капитуляции японской империи, подчеркивая, что в случае отказа ее ждет «быстрое и полное уничтожение». Декларация была типичным ультиматумом. Премьер-министр Японии Кантаро Судзуки созвал пресс-конференцию и сказал: «Без комментариев. Мы продолжаем это обдумывать». Все дело в том, что представители союзных стран поняли его слова иначе. Судзуки допустил ошибку, использовав слово tokusatsu, которое может означать «без комментариев», но также «мы это отвергаем». Лишь через 10 дней после пресс-конференции президент Трумэн прояснил миру, что означает «быстрое и полное уничтожение». Мы теперь уже никогда не узнаем, изменился ли бы ход событий в случае правильного перевода.

Различия между переводами можно объяснить тем, что ни один перевод не передает подлинника полностью. Судить о «верности» перевода тексту оригинала можно лишь на уровне смысла текста и речевой ситуации, а не на уровне языковых значений формирующих текст единиц.

Таким образом, ошибка в переводе текста может привести к утере его истинного смысла, непониманию сторон, говорящих на разных языках. Совершенно очевидно, что категоризация и анализ конкретных переводческих ошибок не только способствуют восстановлению системы смыслов исходного текста и предупреждению подобных ошибок в будущем

#### Библиографические ссылки

1. Абдрахманова, О. Р. Роль переводческой ошибки в обучении переводу // Вестник Челяб. гос. ун-та. 2014. № 6 (335). Филология. Искусствоведение. Вып. 88. С. 6–9.
2. Болдырева Л. В. Типология переводческих ошибок при переводе англоязычной проблемной статьи на русский язык // Вестник СамГУ. 2014. № 5 (116). С. 124–129.
3. Никулина Н. Ю., Зиновьева Т. А. Переводческая ошибка. Понятие, причины, классификация // Современная филология : материалы II Междунар. науч. конф. (г. Уфа, январь 2013 г.). Уфа : Лето, 2013. С. 107–109.
4. Комиссаров В. Н. Современное переводоведение. М. : Изд-во «ЭТС». 2001. С. 424 .
5. Латышев Л. К. Технология перевода: учебное пособие для студентов. 2-е изд., перераб. и доп. М. : Академия, 2005. С. 320.
6. Максютин О. В. Переводческая ошибка в методике обучения переводу // Вестник ТГПУ. 2010. № 1 (91). С. 49–52.
7. Миньяр-Белоручев Р. К. Теория и методы перевода. М. : Моск. Лицей, 1996. С. 208.
8. Швейцер А. Д. Перевод и лингвистика. (Газетно-информационный и военно-публицистический перевод). М. : Воениздат, 1973. С. 280.

© Демидова С. А., Шерстянникова Е. А., 2018

## ВЛИЯНИЕ БИЛИНГВИЗМА НА ПОВЕДЕНИЕ И МЫШЛЕНИЕ ЛЮДЕЙ

Т. Н. Дзюба, Е. А. Шерстянникова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматривается влияние билингвизма на поведение и мышление людей, проанализированы эксперименты, подтверждающие факт такого влияния.*

*Ключевые слова: билингвизм, билингв, двуязычие, мировосприятие, поведение, сознание.*

## INFLUENCE OF BILINGUISM ON BEHAVIOR AND WAY OF THINKING OF PEOPLE

T. N. Dzyuba, E. A. Sherstyannikova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The influence of bilingualism on the behavior and human thinking is considered in the article. The experiments confirming the fact of such influence was analyzed in this text.*

*Keywords: bilingualism, bilingual, bilingually, view of life, behavior, consciousness.*

Для чего мы учим иностранные языки? Многие ответят, что они учат языки для того, чтобы преуспеть в карьере, что им нравятся языки и культура носителей этих языков или просто потому, что хотят уехать в другую страну. Человек, изучая иностранный язык, не только повышает уровень языковой культуры, но и расширяет границы своего мира.

Ещё Л. Витгенштейн писал: «Границы моего языка означают границы моего мира». В этом афоризме содержится некая квинтэссенция витгенштейновского философствования – не даром его смысл пересекается с программным заявлением предисловия к «Трактату», где Л. Витгенштейн говорит, что хочет обозначить границы выражения мысли. Можно сказать, что это своеобразный лингвистический идеализм. «Я могу знать мир настолько, насколько это позволяет мне мой язык. Мой мир – это мир, данный мне в языке и посредством языка» [2, с. 181].

Изучение иностранных языков – всегда креатив среди молодёжи и людей и старшего поколения. Преподаватели, стараясь увлечь студентов, проводят праздники в зарубежном стиле, знакомят их с культурой страны изучаемого языка более подробно. Ведь в современном мире по-настоящему образованный человек – это не только тот, который знает иностранный язык и может общаться на нем, но и тот, который разбирается в культурных особенностях страны изучаемого языка, в литературе, искусстве и политике и пр.

Следует заметить, что изучение языка – это тонкий когнитивный процесс, который помогает правильно развиваться и расти гармоничной и развитой личностью. Овладение новым языком не может изменить мышления человека, так как законы мышления универсальны, но может изменить его сознание. Освоение новой информации, в том числе и о другом языке, – это процесс познания (невозможный без мышления). Для

познания разных явлений используются одни и те же универсальные механизмы, однако любое познание опосредствуется содержанием сознания человека. Именно этот аспект проблемы приобретает особую значимость в контексте овладения иностранным языком. Изучение иностранного языка на любом уровне и в любом объеме есть сложный процесс, непосредственно затрагивающий сознание субъекта [3, с. 387].

В мире есть много людей, владеющих не одним иностранным языком, а несколькими. Таких людей называют билингвами.

Исследование о влиянии билингвизма (употребление нескольких языков в пределах определённой социальной общности) на самосознание человека было опубликовано в журнале *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism* (2012). Ученые провели эксперимент с участием 102 билингвов (в данном случае были представлены носители польского и английского языков) и выяснили, что переход с одного языка на другой менял поведение человека и стиль его общения.

Участников эксперимента просили оценить истинность утверждений, таких как «Я чувствую себя другим человеком, когда говорю на английском», «Мои друзья говорят, что я веду себя по-другому, когда говорю на английском». В результате работы выяснилось, что это действительно так: многие люди начинают замечать, что у них проявляются некоторые черты характера (открытость, эмоциональность, общительность и социальное осознание) только тогда, когда говорили на английском, а не на польском языке.

Эти изменения были заметны в случае с теми людьми, которые отличаются высокой степенью социализации и имеют много знакомых и друзей. Впрочем, как полагают исследователи, это не значит, что на остальных билингвизм не оказывает подобного влияния, возможно, оно просто менее заметно [5, с. 2].

Если сознание действительно зависит от языковой структуры, то у двуязычных людей мировосприятие должно быть смешанным. Это утверждение пытался доказать лингвист Панос Атанасопулос из Ланкастерского университета и его коллеги, опубликовавшие свои результаты в *Psychological Science*. В их эксперименте участвовали люди, говорящие на английском и немецком языках, либо на каком-то одном, либо на обоих. В первой части эксперимента участвовали люди, владеющие только английским или немецким языком. Известно, что немцы и англичане по-разному делают акценты на происходящем. Если в англичане могут очень хорошо объяснить, в каком времени случилось событие и как разные его эпизоды соотносятся друг с другом на временной шкале, то в немцы больше внимания уделяют обстоятельствам действия: где, как и зачем оно происходило.

Если язык действительно влияет на сознание, то немецкоязычные и англоязычные индивидуумы должны по-разному видеть происходящее. И тем и другим показывали серию видеороликов с людьми, которые гуляли, бегали, ныряли в бассейн или катались на велосипедах, но цель их действий для них был не вполне очевиден. Например, видео с гуляющей женщиной было снято таким образом, что можно было предположить, что у неё есть цель и она идёт к конкретному зданию – или же что она бесцельно гуляет по улице. И вот на таких сценках участников эксперимента просили всё же определиться с тем, есть ли цель у человека на видео или нет.

Оказалось, что говорящие на немецком в 40 % случаев искали конкретную цель у происходящего на экране, тогда как говорящие на английском – лишь в 25 %. Подчеркнём, что речь здесь не идёт о правильном или неправильном ответе, обе интерпретации, и целенаправленная, и бесцельная имели право на существование. Можно сказать, что немцы были ориентированы на возможные последствия действий, тогда как англичан больше занимало действие само по себе [4, с. 23].

А что же двуязычные люди? Они занимают промежуточное положение, отчасти подчиняясь тому языку, который владеют в совершенстве. Если немец, свободно говорящий по-английски, находится во время эксперимента в своей родной стране и при этом с ним говорят по-немецки, то он по-прежнему будет ориентирован на цель действия. Если же опыт проводят в Великобритании и на английском языке, то двуязычные немцы переключаются на само действие. Конечно, и здесь можно говорить о влиянии общего

культурного окружения. Однако следующий вариант эксперимента показал, что дело всё-таки в языке. Людей просили во время просмотра видео произносить вслух набор чисел по-немецки или по-английски – так, по мысли авторов работы, можно было на время активировать один язык и «усыпить» другой. Оказалось, что восприятие видео менялось в зависимости от того, какой язык был активен: если человек считал вслух по-немецки, то он искал цель происходящего («женщина идёт, чтобы прийти»), если счёт шёл по-английски, то акцент был уже на самом действии («женщина просто гуляет»). Если язык счёта менялся по ходу эксперимента, то следом менялось и восприятие увиденного [1, с. 7]

Рассмотренные эксперименты, проводимые среди билингвов, указывают на то, что в поведении человека проявляются не свойственные ему в обыденной жизни черты поведения, как бы перенимая их у народа говорящего на том или ином языке. Когда билингвы меняют язык, они начинают обращать внимания не на смысл, а на цель действия. Ученые в своих работах уверены, что между языком и психикой человека существует гораздо более глубокая, чем принято думать, связь и она требует дальнейшего тщательного изучения.

#### Библиографические ссылки

1. Балаева М. Правда ли, что люди, которые говорят на двух языках, могут неосознанно менять личность при переходе с одного языка на другой? [Электронный ресурс] // Газета.ru/ URL: <http://www.gazeta.ru/> (дата обращения: 05.02.2018).
2. Витгенштейн Л. *Tractatus logico-philosophicus* : пер. с нем. и англ. М. : Территория будущего, 2005. С. 440.
3. Волобуев Д. О. Влияние изучения иностранных языков на личность человека [Электронный ресурс] // Лингвистический энциклопедический словарь. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/> (дата обращения: 05.02.2018).
4. Department of Psychological and Brain Sciences [Electronic resource] // Panos Athanasopoulos *Psychological Science*. URL: <https://psychology.uiowa.edu/> (дата обращения: 05.02.2018).
5. Хлюстова Я. Сменил язык – смени и личность [Электронный ресурс] // The question. URL: <https://thequestion.ru/> (дата обращения: 05.02.2018).

© Дзюба Т. Н., Шерстянникова Е. А., 2018

УДК 83'373.6

## ЭТИМОЛОГИЯ ЗООНИМОВ В РУССКОМ И ЛАТИНСКОМ ЯЗЫКАХ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ

А. А. Дук, О. В. Моргунова (Атрошенко)

Уральский государственный медицинский университет  
Российская Федерация, 620028, г. Екатеринбург, ул. Репина, 3

*Рассмотрены названия животных в русском и латинском языках с точки зрения происхождения и мотивации. Выполнен их сравнительный анализ.*

*Ключевые слова: зоонимы, латинский язык, этимология, мотивация.*

## ETIMOLOGY OF ANIMAL NAMES IN RUSSIAN AND LATIN LANGUAGES: COMPARATIVE ANALYSIS

A. A. Duk, O. V. Morgunova (Atroschenko)

Ural State Medical University  
3, Repin Str., Yekaterinburg, 620028, Russian Federation

*In this article the names of animals in Russian and Latin languages are considered in etymological and motivational aspects. Their comparative analysis is carried out.*

*Keywords: animal names, Latin language, etymology, motivation.*

Каждый народ в названиях местных животных пытался отразить наиболее важные для него признаки и свойства, которые бы отличали одно существо от другого. Наименования животных, обитающих в других странах, чаще всего заимствовались.

Цель исследования – этимолого-мотивационный анализ названий животных в русском и латинском языках.

Материалы и методы исследования

Для анализа методом фронтального просмотра из толкового словаря С. И. Ожегова [1] было выбрано 30 русских зоонимов\*. Затем были подобраны их латинские аналоги [3]. Методы исследования – сопоставление, этимолого-мотивационная классификация.

Результаты исследования и их обсуждение

В ходе исследования лат. и рус. зоонимы были разделены на 8 мотивационных групп.

1. Соответствие зоонимов родовым названиям/ названиям семейств

Слово *акула* произошло из др.-исл. *hakall* «рыба». [5]. Лат. *squalus* соответствует названию *Squalus* – роду акул семейства катрановых.

Рус. *лошадь* производно от др.-рус. лоша < тюрк. алаша «лошадь, мерин» [4]. Лат. *equus* «лошадь» соответствует названию рода семейства лошадиных.

Русское *бегемот* произошло от др.-евр. *בהמות* «зверь, сухопутное животное» [4]. Лат. наименование имеет другую мотивацию (см. *hipparotamus*).

*Леопард* заимствован из ст.-сл. яз., в котором оно восходит к лат. *leopardus*, сложению *leo* «лев» и *pardus* «тигр» [5].

Рус. *енот* заимствовано из голл. *genetta*, франц. *genette*, исп., порт. *ginetta*, источником которого является араб. *ǧarnaiṭ* «соболиная кошка» [4]. Лат. *procyon* образовано от греч. *προ κύων*, что означает «перед собакой».

Рус. *кот, кошка* является родственным лат. *cattus* «дикая кошка» [4]. В лат. *felis* означает представителя биологического рода *Felis* (Кошки).

*Бизон* из франц. *bison*, ср.-лат. *bison* от греч. *βίσων* из прагерм. формы *\*wisand-* означает «тур, дикий бык» [4].

Лат. *corvus* «ворон» происходит от праиндоевроп. *\*korw-* «птица, ворона, голубь». Происхождение рус. *ворон* (общеслав. *\*vornъ*) неясно [5].

Рус. *лев* заимствовано через герм. из лат., где *leo* < греч. *λεόν* «лев» [4].

Лат. *lupus* (от греч. *λύκος*) обозначало лису, куницу (рус. см. ниже).

Лат. *ovis*, рус. *овца* «овца, баран» – от праиндоевр. *\*owi-* «овца» [2].

Лат. *bos* «бык, корова», *sciurus* «белка», *alces* «лось», *vulpes* «лиса», *lepus* «заяц», *erinaceus* «еж», *papilio* «бабочка» (род Парусники) соответствуют родовым названиям. Рус. аналоги имеют другую мотивацию.

2. Названия животных по внешним признакам

Название *носорог* возникло в результате переформления др.-рус. *ноздорогъ*, словообразовательной кальки греч. *ῥινόκερως* (*rinos* «нос», *keras* «рог») [5]. Лат. *rhinoceros* также происходит от греческого.

Рус. слово *корова* производное от лат. *cornu* «рог». Так, корова буквально переводится «рогатая» [5]. Лат. *bos* имеет другую мотивацию.

*Улитка* – от чеш. *ulita*. По-видимому, первонач. *\*ulitъ* «полюй». Ср. греч. *φερέοικος* «носящий (свой)

\* Зоонимы – названия животных. Под термином *животные* понимаются многоклеточные организмы, эукариоты, гетеротрофы, способные активно передвигаться.

дом». Латинское *domiporta*, обозначающее улитку, буквально «носящая на себе свой дом» [5].

Рус. *пингвин*, возможно, происходит от лат. *pinguis* «толстый, жирный» [4]. В лат. фиксируется только название семейства Пингвины (*Spheniscidae*).

*Черепаша* происходит от рус. *череп*. Черепаша получила свое имя по твердому покрытию [5]. Лат. *testudo* восходит к лат. *testa* «черепица, череп» [3].

К этой группе примыкают названия животных, данные им по окраске шерсти. Так, рус. *белка* производно от др.-рус. бѣла. Животное получило имя по цвету меха белой, очень редкой и дорогой породы [5].

*Лось* от общесл. \**olsъ* > лось [5]. Ср. др.-в.-нем. *elo* «рыжий». Возможно, в рус. животное названо по цвету шерсти. Лат. *alces* «лось» см. выше.

Рус. *лиса* того же корня, что рус. диал. *лисий* «желтоватый». В таком случае животное названо по цвету шерсти [5]. Лат. *vulpes* «лиса» см. выше.

3. Названия животных по особенностям передвижения

Рус. *заяц* родственно лит. *žaišti* «прыгать» [5]. Лат. *lepus* «заяц» см. выше.

Латинское *serpens* «змея» происходит от лат. *serpere* «ползать, пресмыкаться» [2]. Рус. слово имеет другую мотивацию.

Рус. *тигр* заимствовано в др.-рус. эпоху из греч. яз., где *tigris* < авест. *tigrī-* «стрела». Животное названо, вероятно, по скорости бега. На это же указывает и его латинское название *tigris* [2].

Лат. слово *ursus* «медведь», возможно, образовано от *cursus*, *ūs m* [*curgo*], что означает бег, быстрое движение [2]. Рус. слово см. ниже.

4. Названия животных по «деятельности»

*Ёж* в праслав. \**ezjo-*, связано с греч. *ἐχίς* «змея», арм. *iž* «гадюка». Возможно, табуистическое название «пожиратель змей» [4]. Рус. *волк* – от прасл. \**vьlkъ* «уволакивающий, растерзывающий» [4]. Рус. *дятел* (*Picus*) в праслав. \**detylъ* из \**dьlbtьlъ* «долбящий». Лат. аналоги см. выше.

Лат. *apis* «пчела» переводится как «собирающая цветочный нектар» [2]. Рус. *пчела* имеет другую мотивацию.

5. Названия животных по месту обитания

Рус. *выдра* происходит от др.-инд. *udrás* «водяное животное», греч. *ὑδρος*, *ὑδρα* «водяная змея» [4]. Так, *выдра* «водяная». Лат. *lutra* «выдра» также родственно этим словам (индоевроп. \**ud-ro-*, ср. фр. *loutre*, нем. *otter* «выдра»).

Рус. *змея* родственно слову *земля*. Буквально «земляная, ползающая по земле» [5]. Лат. слово *serpens* имеет другую мотивацию.

Рус. *хамелеон* заимствовано из лат. яз., где *chamaeleon* < греч. *chamaileōn* (от *chamai* «на земле» и *leōn* «лев»). Буквально «наземный лев» [5].

Русское *гиппотам* заимствовано из лат., которое пришло туда из греческого. Лат. *hippopotamus* < др.-греч. *ἵπποπόταμος* < *ἵππος* ὁ *πόταμος*, дословно означает «речная лошадь» [5].

6. Названия животных по пищевым предпочтениям

Рус. *медведь* происходит от общеслав. *медв* < *medu* и *едь* < *ědъ*. Буквально «едящий мед» [5]. Лат. *ursus* «медведь» имеет другую мотивацию.

7. Звукоподражательные названия

Рус. *баран*, возможно, является звукоподражательным переоформлением (под влиянием подзывного бар-бар-бар) [5]. Лат. *ovis* «баран» см. выше.

Рус. *пчела* восходит к праслав. \**byčela* < \**byčela* к *бучать* «жужжать» [4].

8. Названия, связанные с мифологическими представлениями

*Бабочка*. Исконно производное от *баба* «мотылек, бабочка». В основе названия лежит языческое представление о бабочке как о «вместилище» души предков женского пола [5]. Лат. *papilio* «бабочка» см. выше.

Лат. *picus* «дятел», возможно, связано с мифолог. именем Пика, сына Сатурна, который, по легенде, был Киркой превращен в дятла.

*Выводы*

Большинство русских зоонимов образовано от слов, обозначающих внешние признаки животных, скоростные качества, место обитания, «деятельность». Исходное значение лат. зоонимов зачастую неизвестно, но чаще всего они совпадают с родовыми наименованиями.

Чаще всего русские названия не совпадают с латинскими с точки зрения мотивации. Однако встречаются и лат. заимствования в русском языке.

## Библиографические ссылки

1. Ожегов С. И. Словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: <https://slovarozhegova.ru> (дата обращения: 13.05.2018).
2. Петрова Г. В. Латинско-русский словообразовательный словарь. М.: Мир и образование, 2008.
3. Русско-латинский словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ruslat.info> (дата обращения: 13.05.2018).
4. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: <http://red-book.narod.ru/index.html> (дата обращения: 13.05.2018).
5. Шанский Н. М. Этимологический словарь русского языка [Электронный ресурс]. URL: <https://shansky.lexicography.online> (дата обращения: 13.05.2018).

© Дук А. А., Моргунова (Атрошенко) О. В., 2018

УДК 81-25

## ФОРМИРОВАНИЕ КОММУНИКАТИВНОЙ КОМПЕТЕНЦИИ В СФЕРЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ

О. В. Ерофеева

Уральский государственный медицинский университет  
Российская Федерация, 620028, г. Екатеринбург, ул. Репина, 3

*Современный специалист в любой сфере деятельности должен быть готов к коммуникации в устной и письменной форме на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности и использованию информационных ресурсов на иностранном языке.*

*Ключевые слова: провизор, профессиональная деятельность, коммуникативная компетенция, профессиональное общение.*

## FORMATION OF COMMUNICATIVE COMPETENCE IN THE SPHERE OF PROFESSIONAL COMMUNICATION

O. V. Erofeeva

Ural State Medical University  
3, Repin Str., Yekaterinburg, 620028, Russian Federation

*A modern specialist of any professional field must be ready to professional communication in oral and writing forms, to use professional information whether it is in Russian or foreign languages. Also, he must be ready to decide tasks of professional activity.*

*Keywords: pharmacist, professional activity, communicative competence, professional communication.*

Проблема профессионального общения обсуждается во всех странах мира уже не первый десяток лет. С недавнего времени в России этой проблеме также оказывается пристальное внимание. Особенно, это касается тех профессий, где общение с людьми неизбежно. Это, в первую очередь, профессии врача, провизора/ фармацевта, воспитателя, преподавателя, психолога и др. Поэтому, для будущих провизоров учебным планом специальности «Фармация» предусмотрены такие дисциплины как «Фармацевтическое консультирование провизора», «Введение в специальность», «Психология и педагогика», «Социология медицины», «Межкультурная коммуникация», «Биоэтика», которые ориентированы на формирование навыков профессионального общения на родном языке [2].

Но в настоящее время существенно растет интерес к иностранному языку, расширяющему возможности специалиста получать профессиональную информацию из зарубежных источников и повышающему его конкурентоспособность на рынке труда. Современный студент осознает важность владения иностранным языком. Умение общаться на иностранном языке открывает такие приоритетные возможности как участие в международных образовательных программах и проектах, семинарах и конференциях, публикации в зарубежных научных журналах, а также становится доступной академическая мобильность и стажировка за рубежом. И задача профессорско-преподавательского состава, ориентированная на удовлетворенность обучающегося образовательными услугами, – стиму-

лировать их желание овладеть иностранным языком и научить использовать иностранный язык как средство профессионального общения [1].

В этих целях в 2016 году ученый совет фармацевтического факультета при поддержке кафедры иностранных языков для студентов 3 курса фармацевтического факультета было решено о внесении в учебный план факультатив «Английский язык в сфере профессионального общения».

Факультативный курс является продолжением основного курса изучения иностранного языка в вузе. Это – практико-ориентированный курс, минимум теории и максимум общения на иностранном языке. Для организации занятий требуется привлечение дополнительной информации по профессиональной тематике из отечественных и зарубежных источников. Например, использование еженедельной газеты «Фармацевтический вестник», в которую включена немаловажная для общения провизора рубрика «Практические рекомендации провизора» с реальными ситуациями общения между «первостольником» и потребителем. За весь курс обучения (72 аудиторных часа) обучающиеся «проговаривают» в парах более 30 диалогов по различным ситуациям, касающихся, например, выбора лекарственного средства; вежливые рекомендации и предложения по новым медицинским средствам; консультирование клиентов по лекарственным препаратам, выписанными доктором и т. д. Подобраны видеоролики и мультфильмы по темам «В аптеке», «Приготовление ЛС по рецепту врача», «Обычный день в аптеке» («Filling a prescription», «An ordinary

day in the pharmacy», «Red flags when filling controlled substances»). Также, основанная на симуляционной технологии, ролевая игра, широко применяется на внеаудиторных занятиях, когда студент выступает в роли потребителя. В 2017–2018 учебном году обучающиеся имели возможность реального общения с провизорами аптек г. Екатеринбурга и Свердловской области (всего посещено 38 аптек). Приятно осознавать, что в большинстве аптек, расположенных в центре города, «первостольник» смог понять иноязычную речь «иностранца», дать консультацию и отпустить нужное лекарство. Аптечные работники, которые не владели иностранным языком, попросили студентов разработать памятку – инструкцию для общения с иностранным клиентом, что является актуальным в преддверии Чемпионата мира по футболу. Такие памятки были разработаны и распространены по аптекам центра города.

В рамках организации центра Китайской Медицины в УГМУ с января 2018 учебного года велась работа по переводу фармацевтических прописей и рецептов китайской традиционной медицины с английского языка на русский под руководством преподавателей английского языка. Студенты получили огромный опыт перевода текстов, созданных не носителями английского языка, перевод которых имеет свои специ-

фические трудности и тонкости. В результате было переведено около 300 страниц прописей. Этот вид работы содействует формированию готовности обучающегося к коммуникации в письменной форме [1].

Таким образом, среди практических навыков при формировании новой модели специалиста с высоким профессиональным уровнем, важное место занимают навыки профессионального общения как на русском, так и на иностранном языке, которые необходимы для оказания качественной медицинской и фармацевтической помощи.

#### Библиографические ссылки

1. Профессиональный стандарт «Провизор» : утв. Приказом М-ва труда и соц. защиты Рос. Федер. от 09.03.2016 г. № 91н. Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по специальности 33.05.-1 Фармация (уровень специалитета) : утв. Приказом М-ва образования и науки Рос. Федер. от 11.08.2016 № 1037.

© Ерофеева О. В., 2018



## СРЕДСТВА СОЗДАНИЯ ОБРАЗНОСТИ В ПРОИЗВЕДЕНИЯХ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ ПИСАТЕЛЕЙ

А. Журавлева, С. В. Прокудина

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматриваются вопросы средств создания образности в произведениях англоязычных писателей в рамках художественной литературы и вопросам использования метафор как средств создания образности.*

*Ключевые слова: художественный стиль, образность, стилистические приемы, метафоры.*

## EXPRESSIVE MEANS IN THE WORKS OF ENGLISH-SPEAKING AUTHORS

A. Zhuravlyova, S. V. Prokudina

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The article is devoted to the analysis of expressive means used in the works of English-speaking authors and metaphors as the example of lexical stylistic devices.*

*Keywords: belles-lettres style, expressiveness, stylistic devices, metaphors.*

XXI век – это эпоха, когда форма становится выше содержания. Способы выражения идеи зачастую выше, чем сама идея. Именно в этом аспекте большую роль играют языковые средства, которые авторы используют для создания образности в своих произведениях.

Исследуя словарные толкования слова «образ», С. В. Чернова приходит к выводу, что в русском языке у этого слова выделяется до 9 значений, и сводит их к двум, выделив у него значение «образ человека» и значение «образ окружающего человека мира» [1].

Образ человека – совокупность субъективно окрашенных и ассоциативно связанных непроцессуальных (внешность, одежда, социальное происхождение, система ценностей, пристрастия, желания и так далее) и процессуальных (деятельность, модель поведения, образ жизни) характеристик. Образ человека формируется в сознании у человека о реальном или литературном персонаже, посредством памяти, восприятия и воображения.

Образ окружающего человека мира – совокупность субъективно окрашенных и ассоциативно связанных характеристик живых существ, а также неодушевленных предметов и явлений окружающего мира, формирующихся в сознании человека (группы лиц, поколения) посредством восприятия, памяти и воображения.

Также существует понятие как «художественный образ» – это целостное образование «образа человека» и «образа окружающего человека мира».

Художественный образ формируется в рамках художественного текста, который объединяет различные изобразительно-выразительные ресурсы на всех уровнях языка. Эти ресурсы используются с целью украшения речи, придания ей эстетичности, выразительности, эмоциональности и других качеств, способствующих усилению речевоздействующей функции образа.

Важным способом создания образности речи являются стилистические приемы (тропы/фигуры) [2].

Среди ученых нет единодушия в том, какие выразительные средства относить к тропам. Все признают в качестве тропов метафору, связанную с двумя основными осями структуры языка: парадигматической и синтагматической.

А. Н. Баранов отмечает, что, метафора способна привлечь и удержать внимание, наполнить текст выразительными образами, которые долгое время сохраняются в памяти, оказать влияние на ассоциативное мышление, а также стимулировать процесс принятия решений [3].

Метафора представляет собой оборот речи, в котором слова и выражения употребляются переносном смысле на основе какого-то сходства или аналогии.

Существует множество классификаций метафор, которые основываются на различных признаках: цвете, форме, объеме, относительно времени и пространства [4].

Н. Д. Арутюнова предлагает следующую классификацию метафор:

1) номинативные метафоры – метафоры, состоящие в замене одного описательного значения другим и служащие источником омонимии;

2) образные метафоры – это метафоры, которые служат развитию фигуральных значений и синонимических средств языка. Использование сходства между далекими друг от друга предметами приводит к возникновению яркого образа. Чтобы добиться неожиданного сопоставления предметов или явлений, они должны быть достаточно непохожи друг на друга, или же сходства могут быть незначительными.

3) когнитивные метафоры – это метафоры, которые возникли в результате переноса значения и создающие полисемию;

4) генерализирующие метафоры – это метафоры, которые стирают в лексическом значении слова границы между логическими порядками и стимулируют возникновение логической полисемии.

В рамках данной работы проводился анализ средств создания образности на материале произведения Николаса Спарка «С первого взгляда». Данный роман был издан в 2005 году и является продолжением романа «Чудо любви».

В романе Николаса Спарка прослеживаются несколько женских образов. Особый интерес представляет центральная фигура произведения – Лекси – главная героиня произведения, в которую влюблен Джереми. Джереми полюбил Лекси с первого взгляда. Уже в самом названии романа актуализируется метафора *at first sight*, которая проходит красной нитью через все произведение.

Лекси привлекала Джереми своей внешней красотой, он не переставал ей восхищаться:

With her auburn hair and reedlike figure, she was as appealing as ever, although Jeremy thought she seemed more tired than usual.

В данном примере использована авторская метафора, которая передает утонченный образ девушки.

Н. Спарк также использует метафоры для описания привычек и характера Лекси, он подчеркивает, что девушка очень любит порядок и всегда критиковала своего друга за беспорядок, рассмотрим пример:

All in all, it looked as if a Tasmanian devil had burst through the door, had himself a party, then left once there was nothing else to be destroyed.

В данном примере мы видим, что автор включает в речь героини метафорическое сравнение беспорядка в комнате Джереми с дьявольским. Такое коннотативное сравнение однозначно дает понять о пристрастии Лекси к опрятности и чистоте.

Отдельно внимания заслуживает образ Лекси во время беременности, здесь отмечается активное использование антропоморфных метафор, которые помогают читателю воссоздать в своем воображении именно тот образ беременной женщины, который автор рисует в своем произведении:

Ever since she'd started reading books about pregnancy, he'd been hearing words like placenta, umbilical, and hemorrhoids far too often, and if she mentioned the fact that her nipples would get sore while

breast-feeding one more time – “even to the point of bleeding!”

В произведении подчеркивает мысль, что беременность способна изменить манеру поведения женщины. Для создания образа беременной Лекси Н. Спарк использует антропоморфные метафоры.

Отметим, что Н. Спарк для создания женского образа своей главной героини использует следующие виды метафор: метафора по основному объекту сравнения; метафора по вспомогательному объекту сравнения; метафора по общности основного и вспомогательного объектов сравнения; антропоморфная метафора.

По итогам работы можно сделать ряд выводов.

Любое художественное произведение характеризуется образностью, что отличает его от текстов других функциональных стилей. Основные средства создания образности – лексические средства языка, прежде всего, метафора. Метафора представляет универсальный способ мышления человека и позволяет в языковой форме увидеть некоторые стороны его механизма.

Исследование женских образов показало, что одной из главных детерминант женской сущности выступает эмоциональная составляющая ее «внутреннего мира», которая репрезентируется широкой палитрой эмоций, чувств и переживаний («отчаяние», «страдание», «печаль/ грусть», «любовь», «счастье», «восхищение», «радость и так далее»), доминирующее положение среди которых занимает состояние любви.

#### Библиографические ссылки

1. Чернова С. В. Семантика слова образ в русском языке // Язык. Текст. Дискурс: Научный альманах Ставропольского отд-ния РАЛК / под ред. Г. Н. Мананко. Ставрополь, 2014
2. Beth A., Marpeau E. Figures de style, 2005.
3. Баранов А. Н., Караулов Ю. А. Русская политическая метафора (материалы к словарю). М.: Ин-т рус. яз. РАН, 1991. 245 с.
4. Лакофф Дж. Мышление в зеркале классификаторов // Новое в зарубежной лингвистике. Вып. XXIII. Когнитивные аспекты языка: пер. с англ. / сост., ред., вступ. ст. В. В. Петрова и В. И. Герасимова. М.: Прогресс, 1988. С. 12.

© Журавлева А., Прокудина С. В., 2018

## АББРЕВИАТУРА ИЛИ СОКРАЩЕНИЕ КАК ЯЗЫКОВОЕ ЯВЛЕНИЕ

А. Е. Зогова, Е. В. Петракова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассмотрены проблемы и особенности перевода аббревиатур английского языка. Исследованы причины и условия возникновения сокращенных лексических единиц. Дана классификация сокращений в современном английском языке. В результате работы были рассмотрены популярные английские сокращения в интернете.*

*Ключевые слова: аббревиатура, функция аббревиатуры, экономное использование языка.*

## ABBREVIATION OR ABBREVIATION AS A LANGUAGE EVENT

A. E. Zotova, E. V. Petrakova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*Problems and features of translating abbreviations of a foreign language were considered in this article. The reasons and conditions for the appearance of abbreviated lexical units were investigated. The classification of abbreviations in modern English was given. As a result of the work, the popular English abbreviations on the Internet were considered.*

*Keywords: abbreviation, abbreviation function, economical use of the language.*

Каждый день при переводе переводчик сталкивается с аббревиатурами. Аббревиация как способ словообразования это очень сложное и многогранное явление. Д. И. Алексеев пишет, что под термином «аббревиация» имеется в виду процесс, «способ создания номинаций для тех понятий и реалий, которые были первоначально обозначены описательно, с помощью атрибутивных словосочетаний» [1, с. 107], а «аббревиатура» – результат этого процесса. Другие авторы полагают, что аббревиация – это способ создания новых слов – неологизмов (Г. Д. Маслова [2, с. 22]; Е. П. Волошин [3, с. 26]).

Функция аббревиатуры состоит в экономном выражении мысли. И это очень актуально, так как темп жизни ускоряется, вследствие чего и язык реагирует на это. Так вместо того, чтобы использовать огромные обороты и сложные слова, используются сокращенные лексические единицы. «Язык по природе экономен в средствах», – подчеркивал известный русский языковед А. М. Пешковский [4, с. 63].

Актуальность аббревиации определяется потребностью в наименовании новых понятий и объектов.

Целесообразность заключается в создании предельно экономных и семантически ёмких номинативных единиц.

Широкое употребление аббревиатуры наступило под влиянием экстралингвистических факторов, таких, например, как ускоренный ритм жизни, вследствие чего произошла экономия языковых усилий.

Перевести аббревиатуры нет так просто, нужно придерживаться, во-первых, определенной схемы:

Поиск эквивалента сокращений в специальных словарях и словарях сокращений.

Поиск сокращений в специальных англо-английских справочниках.

Если в словаре нет эквивалента, то переводчик должен просмотреть весь текст, и понять контекст с целью определения, из какой области может быть сокращение.

Просмотр текстов близких по теме.

Во-вторых, существуют определенные способы передачи сокращений на русский язык. Рассмотрим некоторые из них:

Передача английского сокращения эквивалентом в русском языке. Например: ADPCM (Adaptive differential pulse-code modulation) – ИКМ (адаптивная дифференциальная импульсно-кодовая модуляция)

При поиске эквивалента на русский язык, переводчик ищет максимально близкое содержание к микроконтексту.

Передача английского сокращения при помощи транслитерации. Например: WTO (World Trade Organization) – ВТО (Всемирная торговая организация).

Передача сокращений при помощи транскрипции. При транскрипции сохраняется звуковая форма английского языка.

Например: сленг, который широко употребляется в переписках в Интернете, LOL – (Laughing Out Loud) – Лол (ржу не могу).

Заемствование английского сокращения. Английской сокращение полностью остается в изначальной форме.

Например: WS – (weaponsystem) в русском языке можно так и оставить WS.

Передача сокращений при помощи описательного перевода. Этот способ применяется тогда, когда в переводном языке нет эквивалента – сокращений.

Например: ЦУМ – Central Department Store.

Создать новое сокращение – это самый сложный способ, так как переводчик должен очень хорошо знать определенную сферу. Этот способ можно применить лишь тогда, когда другие способы совершенно не подходят, и новое сокращение должно согласовываться со специалистами.

При переводе аббревиатур нужно учитывать схему и способы для того, чтобы сделать адекватный перевод и донести смысл до реципиента.

Существуют различные типы классификаций сокращений. Рассмотрим одну из них:

Сокращения по начальным буквам и упрощение:

По начальным буквам, например: BBC (British Broadcasting Corporation), ANS (American Nuclear Society), BOS (basic operating system), BCI (British Standards Institute), также в любом языке есть сокращения типа: «т. д.», «т. п.», в английском это: «i. e.», «a. s. a. p.», «etc.».

В некоторых словарях указывается сокращения название стран, для того чтобы показать в какой стране используется слово: B. – British, D. – Dutch, F. – French, Ger. – German.

Когда какие-нибудь выражения или слова используются очень активно, то начинают использовать его сокращение, и оно становится устойчивым, например: OK – сокращение от allcorrect, i. o. u. – I owe you (я твой должник).

Упрощение

При этом сокращении возможно отсечение конечных или начальных слогов.

В первом случаи, например: vac (vacation), hols (holidays), caps (capital letters), demo (demonstration), LANG-language (языке программирование), sec (second), exam (examination)

Во втором случаи, например: phone (telephone), fence (defence).

Бывают случаи, когда сокращение когда сокращением является корень слова, например: flu (influenza), fridge/ frig (refrigerator).

Аббревиатуры или сокращения широко используются в Интернете, поскольку это очень экономит время для пользователей социальных сетей. Приведем самые популярные сокращения в Интернете:

U, Y – you

cnt – can't

ttyl – talk to you later

idk – I don't know

OMG – Oh, my God!

AFAIK – As Far As I Know

SY – See You

RLY – really

GF – girlfriend

MU – I miss you

SIS – sister

PLS – please

Незнание аббревиатур может привести к неловкой ситуации или даже к огромным последствиям. Рассмотрим на примере неправильного употребления сокращения «IDK, LY, TTYL», «WTF».

Messages:

Mom: "What does IDK, LY & TTYL mean?"

I: I don't know, love you, talk to you later.

Mom: OK, I will ask your sister.

В результате работы был сделан следующий вывод, что переводчику нужно придерживаться схемы, нужно знать все способы перевода сокращений, знать классификации и успевать за продвижением новых сокращений в Интернете.

#### Библиографические ссылки

1. Алексеев Д. И. Сокращенные слова в русском языке. Саратов : СГУ, 1979.
2. Волошин Е. П. Аббревиатуры в лексической системе английского языка : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1967.
3. Маслова Г. Д. К вопросу о неологизмах в современном французском языке : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 1962.
4. Паршин А. Теория и практика перевода [Электронный ресурс]. URL: [http://www.xliby.ru/jazykoznanie/teorija\\_i\\_praktika\\_perevoda/p1.php#metkadoc9](http://www.xliby.ru/jazykoznanie/teorija_i_praktika_perevoda/p1.php#metkadoc9) (дата обращения: 05.02.2018).
5. Пешковский А. М. Методика родного языка. Лингвистика. Стилистика. Поэтика : сб. статей. Л.-М., 1925.
6. Trifonov N. Yu. English-Russian Dictionary of Abbreviations in Science and Technology. Minsk, 1992.
7. URL: [https://studwood.ru/1388531/literatura/pere-dacha\\_sokrascheniy\\_abbreviatur\\_angliyskogo\\_yazyka\\_ru\\_sskiy](https://studwood.ru/1388531/literatura/pere-dacha_sokrascheniy_abbreviatur_angliyskogo_yazyka_ru_sskiy) (дата обращения: 05.02.2018).

© Зотова А. Е., Петракова Е. В., 2018

## КАРТАВИТ ЛИ ВНУТРЕННИЙ ГОЛОС У КАРТАВЫХ ЛЮДЕЙ?

А. Карпова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассмотрен вопрос о влиянии дефектов внешней речи картавых людей на их внутренний голос. Приводятся примеры исследования внутренней речи и объясняется важность дальнейшего изучения внутреннего голоса картавых людей.*

*Ключевые слова и словосочетания: внешняя речь, внутренняя речь, дислалия.*

## DOES THE INNER VOICE OF BURRY PEOPLE JAR?

A. Karpova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The article deals with the question about the influence of allolalias in ordinary speech of burry people on their inner voice. The investigations of inner voice have been provided and the importance of further study of burry people's inner voice have been explained.*

*Crucial words and passages: ordinary speech, inner speech, dyslalia.*

Картавит ли внутренний голос у картавых людей?

Существует два вида речи: внешняя речь и внутренняя речь. Внешняя речь – это речь в собственном смысле, т. е. облеченная в звуки, имеющая звуковое выражение. Мы же говорим о внутренней речи. Внутренняя речь – это речь непроизносимая, незвучащая, речь «про себя», обращенная субъектом к самому себе [3].

Учеными были разработаны различные методы исследования речи. Для исследования внутренней речи используются следующие методы:

- принудительная вербализация и одновременное выполнение мыслительных операций – использование речевых помех;
- электромиографические исследования;
- механическая задержка артикуляции (зажимание языка зубами);
- электроэнцефалограмма.

На протяжении долгого времени ученые интересовались вопросом, влияют ли дефекты звукопроизношения при внешней речи на внутреннюю речь у людей, подверженных дислалии.

Дислалия – различные дефекты звукопроизношения у лиц с нормальным слухом и сохранной иннервацией артикуляционного аппарата. Дислалия проявляется отсутствием, заменами, смещением или искажениями звуков в устной речи. При дислалии проводится логопедическое обследование строения и подвижности речевого аппарата, состояния звукопроизношения и фонематического слуха, при необходимости – консультации стоматолога, невролога, отоларинголога. Логопедическое воздействие при дислалии включает 3 этапа: подготовительный, формирование первичных произносительных навыков, формирование коммуникативных навыков [5].

Практически может быть нарушено или затруднено произношение любой из фонем родного языка. Данный вопрос остается открытым и по сей день.

Внутренняя речь является весьма универсальным механизмом, с помощью которого происходит логическая переработка чувственных данных, их осознание и понимание в определенной системе понятий и суждений [4, с. 3].

Российский психолог, доктор психологических наук А. Н. Соколов утверждает, что у психически здоровых людей «голос внутри нас» – это наш голос. Когда мы используем внутренний голос, наши внешние органы речи могут незаметно двигаться, например, когда мы решаем задачи в уме, слушаем других людей, пишем и вспоминаем или мысленно планируем что-то [1].

Специалистом по компьютерному обучению и анализу данных С. Ивановым был проведен соцопрос среди картавых людей. Участникам соцопроса было предложено закусить язык и сказать в уме словосочетание «ретро структура». В результате данного соцопроса выяснилось, что некоторые картавые люди говорят и думают одинаково – картаво [1].

Основываясь на опыте А. Н. Соколова, рассмотрим два абсолютно противоположных высказывания девушек с дислалией:

Первая девушка говорит, что её внутренний голос не отличается от внешнего – «как говорю вслух, так и думаю – картаво». Вторая же, наоборот, утверждает, что произношение её внутреннего голоса не зависит от внешней речи: «Как человек произносящий “Р” на “французский манер”, а попросту говоря, – картавый, могу точно сказать, что у моего внутреннего голоса проблем с произношением нет и никогда не было» [1].

Некоторые картавые люди проверяют свой внутренний голос при помощи сложных скороговорок, например, «В недрах тундры выдры в гетрах...», но и при таком методе проверки, у разных людей получаются разные результаты.

Вопрос об особенностях произношения внутренней речи людей при дислалии до сих пор является спорным и требует дальнейших исследований, так как данный вопрос сможет:

- помочь ученым найти решение многих загадок о функционировании головного мозга человека;
- помочь в составлении учебных логопедических пособий;
- помочь в сфере медицины для исправления/ лечения дислалии;
- помочь в поиске новых, еще неизведанных, возможностей человеческого мозга.

### **Библиографические ссылки**

1. The question [Электронный ресурс]. URL: <https://thequestion.ru/questions/3529/u-kartavykh-lyudei-golos-vnutri-tozhe-kartavyi> (дата обращения: 05.02.2018).
2. Скороговорки для развития речи и не только [Электронный ресурс]. URL: <http://skorogovor.ru/Сложные-скороговорки/В-недрах-тундры-Выдры-в-гетрах-Тырят-в-ведра-Ядра-кедров.php> (дата обращения: 05.02.2018).
3. Словарь лингвистических терминов и основных понятий общего и русского языкознания, толкования и определения основных терминов лингвистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.textologia.ru/slovari/lingvisticheskie-terminy/?q=484> (дата обращения: 05.02.2018).
4. Соколов А. Н. Внутренняя речь и мышление. М., 1967. 36 с.
5. Справочник болезней. Нарушение речи [Электронный ресурс]. URL: <http://www.krasotaimedicina.ru/diseases/speech-disorder/dyslalia> (дата обращения: 05.02.2018).

© Карпова А., 2018

## ТРУДНОСТИ ПЕРЕВОДА АНГЛОЯЗЫЧНОЙ РЕКЛАМЫ

А. И. Коровкина, Л. Я. Вавилова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматриваются проблемы перевода англоязычной рекламы. Основной проблемой перевода является адаптация рекламных текстов к разным культурам, недостаточному вниманию к семантике лексических единиц и переводу не существующих в русском языке реалий.*

*Ключевые слова: трудности, адекватный перевод, межкультурная коммуникация, рекламный текст, лексические единицы, реалии, стиль рекламы, адаптация текста.*

## THE DIFFICULTIES OF TRANSLATING ENGLISH-LANGUAGE ADVERTISING

A. I. Korovkina, L. Ya. Vavilova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*This article deals with the problems of English-language advertising translation. The main problem is the adaptation of advertising texts to different cultures; insufficient attention to semantics of lexical units and to the translation of non-existing realities in Russian language.*

*Keywords: difficulties, adequate translation, cross-cultural communication, advertising text, lexical units, realities, advertising style, text adaptation.*

Адекватность перевода рекламы является весьма важным аспектом, так как реклама представляет собой наиболее противоречивый способ осуществления межкультурной коммуникации в процессе межкультурной коммуникации, который отражает функцию связи между разными народами. Чтобы достигнуть наиболее яркого коммуникативного эффекта, переводчику следует использовать особенные средства передачи стилистических и смысловых составляющих оригинала. Важным инструментом при этом предстаёт именно адаптация текста, для его лучшего восприятия представителями иной культуры. В противном случае перевод может привести к неадекватности, в результате чего рекламная кампания не будет иметь успеха в другой стране, и в некоторых случаях, может явиться следствием конфликта культур.

В чем же заключаются трудности при переводе англоязычной рекламы на русский язык. Первой проблемой перевода рекламы является то, что в процессе работы с рекламным текстом следует учитывать особенности традиций и культуры той страны, для которой производится перевод.

Так, в одном из рекламных текстов стирального порошка «Tide» применяется выражение «winter fresh», эквивалентом которому в русском языке является выражение «зимняя свежесть». Однако для россиян «зимняя свежесть» может представлять не самое лучшее понятие, так как в нашем понимании оно может означать «мороз». Более того, лексема «свежесть» в русском языке скорее ассоциируется не с временем года, а с температурой воздуха или новизной.

Реклама американского лекарства Tylenol также не прижилась на российском рынке. Этому причиной стал неудачный рекламный слоган: «American doctors and pediatricians recommend their small patients Tylenol». С одной стороны, это всего лишь безобидная фраза, однако российским педиатрам не понравилось, что американских врачей выделили в особую группу, а их не упомянули. В связи с этим данный препарат редко рекомендовался пациентам, и он не имел успеха в России. Затем данная реклама была адаптирована, но снова не прижилась на российском рынке. В конце рекламного ролика звучала фраза «Врачи и педиатры рекомендуют». Однако такое выражение вызвало отрицательную реакцию у педиатров, что было связано с тем, что лексические единицы «врач» и «педиатр» были связаны союзом «и», что нарушает родовидовые отношения между данными словами. Таким образом, формируется впечатление, что понятие «врач» не включает в себя понятие «педиатр», с чем педиатры, естественно, не согласились, что снова сказалось не лучшим образом на рекламе данного лекарства.

Неудачной также является адаптация рекламного слогана Old Spice «I am on a horse». Запуская рекламную кампанию бренда в России, переводчики приняли решение оставить данный слоган и перевести его дословно, и так же не переснимать ролик. Исследования этого рекламного слогана показали, что он абсолютно непонятен российскому потребителю.

Финская компания, разрабатывающая туалетную бумагу под названием «Serla» и имеющая такой же

странный текст: «There is a serla for those who loves comfort», не обрела у российского потребителя заслуженного почитания. В России туалетная бумага под таким названием так и не прижилась.

Еще одна сложность может возникать при переводе рекламных текстов косметической продукции. Зачастую при рекламе шампуня можно встретить такие рекомендации «для блестящих волос», а при рекламе крема – «для здоровой кожи» или «для мягкой и бархатистой кожи». При прочтении рекламных текстов, содержащих подобные рекомендации, возникает вопрос, что же делать, если у тебя тусклые волосы или нездоровая и не бархатистая кожа. При переводе таких сообщений не учитывается тот факт, что русскоязычный предлог «для» не может иметь значение «для того, чтобы что-то стало каким-то», как англоязычный предлог «for». Что приводит к конфликту в сознании русских покупателей. В последнее время встречаются и адаптированные варианты подобных рекламных сообщений: «И ваши волосы станут красивыми», «Для здоровья вашей кожи» и так далее.

Еще одна сложность перевода рекламных текстов может заключаться в недостаточном внимании к семантике лексических единиц, что в итоге может привести к логическим ошибкам. К примеру, рекламная кампания зубной пасты «Toothpaste Aquafresh repairs cracks on your teeth» была переведена русскими переводчиками дословно: «Aquafresh восстанавливает трещины на зубах». Данный текст имеет с точки зрения русскоязычного носителя забавную информацию: данная паста используется, чтобы состояние зубов ухудшилось. Если до момента использования зубной пасты этой марки трещин на эмали не было, то после ее применения они обязательно появятся («восстанавливаются»).

Еще одной проблемой перевода английских рекламных текстов является перевод тех реалий, которых нет в русском языке. При этом в последнее время происходит так, что перестали переводиться и те слова, которые имеют русскоязычный перевод. Первое, что бросается в глаза в языке современных российских рекламных текстов – это всевозможные англицизмы, различные заимствования из английского языка. Таким образом, переводчики снимают с себя часть задачи и при этом указывают на то, что реклама сама по себе также представляет заимствованный товар.

В русском языке реклама представляет собой некий коктейль, смесь русского с английским. Это проявляется как в заголовках, так и в текстах рекламы. К примеру, в следующей рекламе холодильника:

ICEBEAM  
DOOR COOLING

- охлаждение двери icebeam;
- общий объем 590 л;
- без инея. No Frost.

Также встречается очень много рекламных текстов, в которых английские слова пишутся русскими буквами. Например,

Дилинговый центр Акмос Трейд  
Работаем с 1995 года  
– минимальный депозит \$2000;  
– комиссионные \$0;

- бесплатные учебные счета;
- обучение;
- конкурс трейдеров.

Все депозиты застрахованы.

Круглосуточно.

FOREX.

Если в трейдерских, дилерских и брокерских рекламных текстах это звучит нормально, то в других аспектах это может звучать совершенно непривычно и ставить потребителя в тупик. В результате быстрой и бездумной транслитерации английских слов могут появляться совершенно неблагозвучные и нелепые варианты, которые потом осмеиваются русскими юмористами. К примеру, такими являются названия зубной пасты «ГЛИСТЕР» или крема «КАЛОДЕРМА».

При входе в один русский ресторан висела реклама, на которой был изображен Микки-Маус, указывающий на вход, и было написано английскими буквами «Go, Mick», типичная неудачная передача рекламы.

И еще пример рекламы кофе:

*Шедевр купажа с вкусовой доминантой кенийской арабики. Single bean с высокогорных кофейных плантаций.*

В данном рекламном тексте понятно только, что это шедевр, но что представляет собой доминанта и арабика. И даже понимающие английский язык не могут понять, почему single bean (одно зернышко).

Также проблема перевода рекламы заключается в том, что, как правило, в оригинале применяются всевозможные средства выразительности, это могут быть различные «игры» с правописанием, графикой или значением лексических единиц. Именно такими являются многие англоязычные рекламы, это объясняется тем, что в культурной традиции английского языка особую ценность представляют именно игра слов и юмор, который основывается на данной игре.

Одним из таких примеров, является рекламный текст к фильму «Русалочка», который обыгрывает слова sea и see:

*The Littell Mermaid: Sea it  
I like seafood  
I eat what I see.*

В следующем рекламном тексте газеты «Daily Mail» также присутствует игра слов, в них обыгрываются слова mail и male, т. е. каждой женщине нужен мужчина и ежедневный выпуск газеты «Daily Mail».

*Every man knows why every woman needs her daily male.*

*Такая игра слов может иметь и речевую неоднозначность, к примеру, ее мы можем наблюдать в следующем тексте, который рекламирует автосервис:*

*«Auto Repair Service. Free pick-up and delivery. Try us once, you'll never go anywhere again».*

*Речевая неоднозначность заключается в выражении «you'll never go anywhere again», которая может определяться, как «вы навсегда останетесь нашими клиентами» или «вы навсегда останетесь с нами» в значении, что вам постоянно придется чинить вашу машину. При переводе такого текста следует*



*отбирать перевод, который не будет создавать такой неоднозначности, а иначе русские потребители могут неправильно его воспринять.*

Зачастую игра слов помогает сделать рекламный текст необычным, интересным и выделяющимся, что позволяет привлечь внимание потенциального реципиента, в чем и заключается основная функция рекламы. Однако перевод таких текстов, несомненно, вызовет трудности у переводчика, так как очень сложно будет добиться аналогичного эффекта у потребителей в другой стране, как у потребителей исходного рекламного текста.

Очень часто в рекламных текстах также используются намеренные орфографические ошибки, слияния лексических единиц (контаминации), смешение морфем разных языков и т. п., что также может привести к сложностям перевода. К примеру,

DRINKA PINTA MILKA DAY (Drink a pint of milk a day).

Petcetera (pet – домашнее животное + etcetera – и так далее) – реклама сети магазинов, которая торгует зоотоварами кормом для домашних животных.

Рифма, которая также часто используется в рекламных текстах, может вызвать сложности при их переводе:

HARD BACK  
Of  
PAPER BACK  
Books etc offer a  
MONEY BACK  
Guarantee.

Проблему в переводе также составляют различные окказиональные образования, при которых очень сложно подобрать соответствие в русском языке. К примеру, название корма для кошек «Whiskas» происходит от слова whisker (усы). При переводе на русский язык данное название не переводится, при этом некоторый элемент языковой игры в данном названии полностью исчезает в восприятии русскоязычным реципиентом.

В вышеуказанных случаях, подобные языковые средства направлены на то, чтобы убедить потребителя купить товар, развлекая его и формируя позитивные эмоции, т. е. обращая к чувствам. Но для переводчика все это вызовет несомненные трудности для передачи таких текстов на русский язык.

Рекламный текст может передавать некоторые образы, что тоже приведет к проблемам перевода в иноязычной культуре. К примеру, в английской рекламе духов, ее стиль, как правило выразителен и изыскан:

'M' is for moments you'll never forget?  
For days marvelous with flowers and laughter.  
For nights magical with means and old promises.  
'M' Fragrances by Henry C. Miner.  
It's Magic.

Стиль рекламного текста по продаже автомобилей стремится создать впечатление скорости:

Its sleek, sporty styling shows a careful attention to aerodynamics. Low-slanting hood. Sharp high-tipped rear end. Air-clam front spoiler. And a wedge shape that slices air cleanly – all of which adds up to better fuel economy.

Нужно учитывать, все ли перечисленные преимущества также важны в русскоязычной культуре.

Стиль рекламы следующего продукта (чай) создает атмосферу изысканного комфорта:

Earl Grey Tea  
Reminiscent of the warm nature  
Scents of a far-away summer evening  
With a tantalizing taste and delicately  
Scented in a secret way described by  
A Chinese mandarin many years ago.  
Much to the satisfaction of its many  
Admirers Twinings share the secret.  
At its most refreshing served  
Straight with only a sliver of lemon.

Итак, среди основных трудностей перевода англоязычной рекламы можно выделить следующие: учет особенностей культуры и традиций; недостаточное внимание к семантике лексических единиц; перевод отсутствующих реалий; использование англицизмов; передача стиля рекламы; использование различных средств выразительности: игры слов, окказиональных случаев, рифмы и т. п.

Перевод рекламного текста представляет собой сложную задачу, которая требует обязательной адаптации текста к социокультурным особенностям предполагаемого адресата. Перевод рекламы – не просто перевод слов, а перевод идей.

### Библиографические ссылки

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) : учеб. пособие для студентов факультетов иностр. яз. вузов. М. : Академия, 2003. 128 с.
2. Баскакова Е. С., Буйновская Н. П. Особенности перевода рекламного текста с английского языка на русский // Вестник Челяб. гос. пед. ун-та, 2015. С. 194–202.
3. Борнякова И. В. Специфика языка рекламных сообщений и их перевода в рамках межкультурной коммуникации : автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2007.
4. Голланд К. В. Сравнительный анализ перевода английских рекламных текстов на русский язык // Молодая наука. 2015. Ч. 11. С. 47–48.
5. Дурицкая Н. К. Лексические особенности англоязычных рекламных текстов // Вестник Чуваш. ун-та, 2009. 5 с.
6. Жук Н. В., Тузова М. К., Ермакова Л. В. Актуальность рекламного слогана и проблемы его перевода // Филологические науки в России и за рубежом : материалы II Междунар. науч. конф. СПб. : Реноме, 2013. С. 91–95.
7. Ильясова С. В., Амири Л. П. Языковая игра в коммуникативном пространстве СМИ и рекламы. 2-е изд. М. : Флинта, 2012. 296 с.
8. Мамонтов А. С., Морослин П. В., Астремская Е. В. Межкультурная коммуникация в аспекте переводоведения // Вестник Рос. ун-та дружбы народов, 2013. С. 90–94.

9. Новикова О. С. Культурологическое описание рекламы // Вестник Рос. ун-та дружбы и народов, 2012. № 1. С. 80–91.

10. Пирогова Ю. К., Паршин П. Б. Рекламный текст: семиотика и лингвистика. М. : Изд. дом Гребенникова, 2000.

11. Сургунд К. В. Адаптация рекламы как маркетинговый инструмент международных компаний // Молодой ученый. 2016. № 20. С. 433–436.

12. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учеб. пособие. М. : Слово, 2000. 624 с.

13. Ягодкина М. В. Перевод рекламных текстов в аспекте межкультурной коммуникации // Вестник Ленингр. гос. ун-та им. А. С. Пушкина, 2008. С. 137–144.

14. Межкультурная коммуникация в рекламе [Электронный ресурс]. URL: <https://studfiles.net/preview/1853693/> (дата обращения 30.05.2018).

15. С запада на восток: как в России адаптируют рекламу [Электронный ресурс] // Городской информационный канал m24.ru. URL: <http://www.m24.ru/articles/57660> (дата обращения 05.06.2018).

© Коровкина А. И., Вавилова Л. Я., 2018

## ПРОБЛЕМЫ БУКВАЛИЗМА В ПЕРЕВОДЕ

А. С. Крус, Л. Я. Вавилова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматриваются проблемы буквализма в переводе различных типов текстов. Основной проблемой является интерферирование родного и иностранного языков на уровне лексики, фонем и морфем. Уделяется внимание двум источникам и типам буквализма, вольному переводу.*

*Ключевые слова: проблемы, перевод, адекватный перевод, транслация, вольный перевод, экстралингвистические факторы, высокий/низкий уровни, лексика, фонемы и морфемы, «точность» перевода, верность.*

## THE PROBLEMS OF LITERALISM IN TRANSLATING

A. S. Krus, L.Ya. Vavilova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*This article deals with the problems of literalism ("word-for-word") while translating different kinds of texts. The main problem is in native or foreign languages interfering on the vocabulary, phonemes and morphemes level. The author pays attention to two sources and types of literalism, to free style translation.*

*Keywords: problems, translation, adequate translation, "translatio", sense-for-sense free style translation, extralinguistic factors, high/low levels, the vocabulary, phonemes and morphemes.*

Преобладание тенденции «буквализма» или «вольности» во многом были продиктованы требованиями и потребностями того или иного времени, политической и социальной обстановкой, а также особенностями передающей и принимающей культур.

Одна из тенденций полностью опирается на оригинал текста и была описана как «точность» перевода (accuracy) или «верность» (faithfulness). Хотя это понятие с течением времени несколько изменилось. В античные времена термин «верный переводчик» подразумевался как полное подражание всякому слову в оригинале, а именно «дословный перевод».

В XV веке в Европе на передний план вышла тенденция приспособления или «одомашнивания» (domestication) перевода, другими словами ассимилирование или адаптация иностранного произведения к лингвистическим и культурным ценностям принимающих культур. Постепенно данная тенденция делалась в большей степени преобладающей.

Термин «буквальный» как синоним неадекватного перевода низкого качества использовался в работах ряда лингвистов, другие же подчеркивали амбивалентность понятия или даже рассматривали его как положительный фактор, который обогащает и развивает целевой язык через заимствования из исходного. Такие противоречивые наблюдения показывают, что до сих пор не достигнута некая согласованность в отношении характера буквализма, и его критерии оценки не были идентифицированы и достаточно истолкованы. Таким образом, можно уверенно сказать, что популярная дихотомия «буквальная и свободная» требует пересмотра и уточнения.

Проблемы буквализма (полностью соответствующий чему-либо, дословный) в переводе рассматриваются многими переводоведами, как в России, так и за рубежом. Часть специалистов считают, что буквализм часто вызывает нарушение языковых правил и что данный вид перевода является своего рода серьезной ошибкой переводчиков. В то же время другие специалисты утверждают, что свободный (вольный) перевод является более качественным.

Общеизвестно, что буквализм и вольность перевода зачастую полностью зависимы от жанра оригинала. Однако часто бывает такой жанр, в рамках которого вероятен лишь буквальный перевод: это официальные документы, различного рода анкетирования, официально-деловые переписки и так далее, в противном случае жанровое требование разрушается, и как было выяснено, прежде всего, буквально переводят саекральные тексты.

Как известно, буквальный перевод осуществляется переводчиком «побуквенно» на уровне морфем и «пословно» на уровне лексики. Таким образом, можно отметить, что одной из причин буквального перевода является интерферирование родного или иностранного языка на уровне лексики (слово, как единица словарного состава языка), фонем (звуковая единица языка, в разных позициях обнаруживающая свои отличительные признаки) и морфем (в языкознании: минимальная часть слова (корень, суффикс, постфикс, приставка), которая имеет лексическое или грамматическое значение).

Существуют два источника и два типа буквализма. Первый находится во внешнем фонетическом или

графическом сходстве иностранных и русских слов. Это называется «этимологическим буквализмом». Второй тип заключается в использовании переводчиком наиболее распространенной семантики слова или перевод фразеологизмов на основе их компонентов [1, с. 22].

В переводоведении существует несколько классификаций видов перевода. Также известно, что далеко не каждый лингвист в своих классификациях уделял внимание двум противоположным направлениям: «буквализму» и «вольности», именно эти направления определяют переводческую деятельность. Смена данных тенденций отчетливо прослеживалась на протяжении многих веков.

Так, Д. Драйден выделил три вида перевода:

1. Метафраз – буквальный или дословный перевод, которые можно признать переводческой позицией.

2. Парафраз – переводчик следит не за передачей отдельных слов, а за передачей смысла. При этом допускаются различные изменения по сравнению с оригиналом, главное – передача смысла (*sense-for-sense*), основных идей, тем не менее, переводчик не следует за каждым словом автора.

3. Имитация – «переводчик забывает и про слова, и про смысл», это по сути является адаптацией. Переводчик берет из оригинала только идею текста.

Наиболее благоприятным способом он называет парафраз.

Имитация – это попытка переводчика, живущего в более позднюю эпоху, писать так, как писал бы на ту же тему автор, живший до него, то есть, не переводить дословно и не передавать все авторские смыслы, а писать так, как писал бы автор, если бы он был современником переводчика [6, с. 17–31].

Д. Драйден подвергает критике тех переводчиков, которые пользуются в своей работе стратегией метафразы, считая дословный перевод противопоказанным, поскольку данный вид перевода делает понимание текста трудным для читателей. Он выражал такое мнение, что «имитация – это использование текста оригинала в качестве образца для создания своего. Переводчик пытается писать так, как писал бы автор, если бы жил в эту эпоху и в этой стране» [6, с. 17–31].

Но, несмотря на это, Д. Драйден советует обходить в переводе как метафразу, так и имитацию, а наиболее благоприятным способом называет парафраз. Если структурные различия между языками значительно усложняют работу переводчика, он имеет возможность изменить форму, но не изменять суть, то есть применять парафраз. Но переводя «Энеиду» Вергилия Д. Драйден использует имитацию, а не парафраз, поскольку, он делал попытки сделать такой перевод, чтобы «Вергилий говорил на таком английском, будто он родился в Англии в современную эпоху».

Необходимо выделить то, что в XVIII веке главной направленностью при переводе стала выражение «духа» оригинального текста, а в XIX веке большее предпочтение уделялось обсуждению различных вопросов о переводимости текста.

В различные эпохи тенденции «буквализма» и «вольности» сменяли друг друга. Ещё в античном

мире переводчики широко обсуждали вопрос о степени близости перевода к оригиналу. Церковь защищала буквальный перевод, потому что хотела исключить любую возможность двусмысленного или не совсем правильного понимания текста. Переводам в то время, как правило, предпосылались предисловия, где переводчик объяснял собственную переводческую позицию, ведь абсолютно любой переводчик стремился к определенной цели, которая изредка описывалась в термине «эквивалентность».

В советское время было широко распространено такое явление как «псевдоперевод» или «подстрочник», когда автор – переводчик подписывал свое собственное произведение как перевод, из-за страха гонений и преследований цензурой за свои личные идеи. «Подстрочник» как подручное средство в филологическом исследовании текста был известен довольно давно, но в советской практике перевода он играл чрезвычайно исключительную роль. Опубликованные книги должны были пройти пару этапов: подстрочный перевод и обработку. Подстрочный перевод совсем не был пословным, а довольно добротным и близким к оригиналу, но в нем выявлялись «вредные» высказывания. На стадии обрабатывания подстрочника тексту были даны такие акценты, которые являлись идеологически «полезными». В то же время создатель подстрочного текста не был указан, и потому обязательство за опубликованный текст разделялось, и становилось неизвестно – кто был виновником допущенных искажений. И мало кто мог сравнить перевод с оригиналом.

В настоящее время отношение к переводу неминуемо поменялось, потому что распространение культурных работ выходит за рамки узких кругов образованных людей и приобретает организованный характер. С другой стороны, в связи с расширением культурных контактов и уменьшением числа людей, которые читают тексты в оригинале, перевод неизбежно начал выполнять функцию оригинала в культуре, стал заменой оригинала. Таким образом, требование эквивалентности, или адекватности было одним из основных, в связи с чем это понятие становится одним из основных в теории перевода.

Однако оппозицию «буквальный – вольный» не всегда можно назвать продуктивной, так как она не описывает все пространство переводческой деятельности, во многом определяемой культурными факторами, традиционно ограничиваясь обсуждением фактически «*translatio*», т. е. соотношением буквализма и вольности, а в конечном итоге переводом как заменой текста на одном языке текстом на другом языке. Все прочее при этом называется «экстралингвистическими факторами», без учета того, что именно эти факторы и определяют характер перевода [1, с. 22].

Таким образом, существуют разные мнения в отношении к буквализму в переводе, от несомненного прославления, как единственно возможного способа перевода до не менее революционных требований как можно скорее устранить его из практики перевода. Какая бы ни была точка зрения, на протяжении многих лет буквализм демонстрировал огромную способность к выживанию. Языковые предпосылки включа-

ют определенную межъязыковую симметрию, существующую между типологически родственными языками. Изоморфизм языков создает основу для эквивалентности перевода и может быть найден на всех языковых уровнях, включая лексику и структурную организацию предложений. Этот факт очень хорошо известен переводчикам, которые используют фиксированные межъязыковые эквиваленты как самый простой способ для перевода.

Буквальный перевод полностью исключает «отсебятину» и отказывает переводчику в праве выступать в качестве соавтора переводимого текста. Он с одинаковой долей внимания относится к любому элементу текста и старается как можно точнее воспроизвести стиль автора, избегая как добавлений, так и пропусков.

Но стремясь сохранить синтаксис и грамматические конструкции иноязычного текста, буквальный перевод идет на нарушение норм родного языка, что делает его непонятным и неудобочитаемым. Зачастую он превращается в полную бессмыслицу, поскольку лишает слова родного языка присущего им значения, насильно изымает их из привычных семантических и синтаксических связей.

Понимание буквального перевода как одного из этапов перевода решает старые противоречия свободного перевода, выявленные много веков назад. Точно так же стала понятна концепция антиномий перевода, поскольку описание процесса перевода, позволяет рассматривать парадоксы перевода как две фазы перевода, а не как противоречивые и взаимоисключающие тенденции. Использование буквальной стратегии передачи может привести либо к удовлетворительным, либо к неудовлетворительным результатам, поэтому могут появиться адекватные переводы или переводы, нарушающие правила целевого языка.

Лингвисты и переводчики всегда знали о противоречивом и неоднозначном характере перевода. Это определяет его изменчивость, множественность переводов одного и того же текста, выполненную из разных положений перевода, крайними точками которой являются «трансляция» (*translatio*) как точное воспроизведение элементов исходного текста, воплощение идеала «верного перевода» и «традукция» (*traductio*), а именно совершенно легкое исполнение оригинального текста, достижение малоизвестных скрытых заимствований, передача культуры.

«Трансляция», коррелированный с буквальным переводом, преобладал в передаче священных текстов и, возможно, это, а также тот факт, что необходимо было получить точный эквивалент исходного текста, заменив его в культуре хозяина, объясняет широкое распространение этого принципа перевода в межкультурном взаимодействии. О соблюдении этого принципа настаивает отечественная лингвистическая теория перевода. «*Translatio*» регулирует лингвистические компоненты процесса перевода, не обращая внимания на другие существенные аспекты перевода. А. Лефевр, который ввел этот термин, отмечал, что «*translatio*» в принципе невозможно, поскольку обмен означаемыми в интеллектуальном вакууме, игнорирующем культурный, идеологический и поэтический контент, обречен на провал» [7, с. 33].

При переводе художественной литературы вплоть до XX века повсеместно была распространена «традукция» (*traductio*), то есть культурный перенос. А. Лефевр считал «традукцию» (*traductio*) основным культурообразующим переводческим феноменом. Традукция придает равное значение как языковому, так и культурно-идеологическому компоненту перевода, который выступает на первый план в значимых текстах культуры. Вопрос о том, как перевести, связан с языком, на котором переводится культура, и насколько эта культура является авторитетной для культуры принимающей стороны. «Традукция» из-за различных видов отклонений исходного текста позволила создать собственную культуру без ссылки на престиж преобладающей культуры, объявив все эти тексты собственными.

Термин «традукция» (*traductio*) шире, чем вольный перевод, поскольку он включает в свой объем такие существенно переводческие явления, как заимствование жанра и его отдельных элементов, перевод в культуру методов создания текста, мотивов, архетипов. Поэтому оппозиция «*translatio/ traductio*» представляется близкой, но более предпочтительной и емкой, чем оппозиция «буквальный вольный».

А. Лефевр предлагает многоплановый подход к переводу, что само по себе объясняет разнообразие переводов одного текста в культуре и тот факт, что эти переводы часто оказываются абсолютно различными по отношению друг к другу и к исходному тексту: во-первых, текст может быть переведен с разных позиций; во-вторых, если это вопрос адекватности, то он скорее всего определяется не только чисто лингвистическими обстоятельствами, но и адекватностью переходного решения [7, с. 46].

Таким образом, можно сделать вывод, что в рамках деятельностной теории перевода имеет место быть возможность появления и равноправного существования в принимающей культуре нескольких вариантов перевода текста оригинала за счет различных интерпретаций переводчиками текста оригинала.

#### Библиографические ссылки

1. Алимов В. В. Теория перевода. Перевод в сфере профессиональной коммуникации : учеб. пособие. 2-е изд., испр. М. : Едиториал УРСС, 2004. 160 с.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М. : Междунар. отношения, 1975. 240 с.
3. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М. : Изд. ин-та общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
4. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты). М. : Высш. шк., 1990. 253 с.
5. Рецкер И. Я. Теория перевода и переводческая практика. М. : П. Валент, 2009. 240 с.
6. Dryden J. Metaphrase, paraphrase and imitation // R. Schulte, J. Birguenet // *Theories of translation*. – Chicago : Chicago Press, 1992. P. 17–31.
7. Lefevere A., Bassnett S. Introduction. Where are we in translation studies // *Constructing cultures: Essays on literary translation*. Clevedon : Cromwell Press, 1998. P. 145–230.

**СТИЛИСТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ АМЕРИКАНСКОГО ДЕТЕКТИВА  
НА ПРИМЕРЕ РАССКАЗА «УБИЙСТВО НА УЛИЦЕ МОРГ»**

Д. С. Луценко, С. В. Прокудина

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Выявляются стилистические особенности американской детективной литературы посредством стилистического анализа рассказа «Убийство на улице морг» автора Э. А. По.*

*Ключевые слова: эпитет, стилистический прием, эпитет, метафора, метонимия, ирония.*

**STYLISTIC PECULIARITIES OF THE AMERICAN DETECTIVE ON THE EXAMPLE  
OF “THE MURDERS IN THE RUE MORGUE”**

D. S. Lutsenko, S. V. Prokudina

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The article is devoted to the identification of the stylistic features of American detective literature through the stylistic analysis of the story “The Murders in the Rue Morgue” by E. Allan Poe.*

*Keywords: epithet, stylistic device, epithet, metaphor, metonymy, irony.*

Данная тема важна, так как детектив сегодня является одним из самых популярных жанров массовой литературы. Несмотря на существование многочисленных исследований детектива, его изучение до сих пор остается актуальным, так как происходят трансформации жанра, появляются новые разновидности криминальных романов.

Детектив – это художественное произведение, в основе сюжета которого лежит конфликт между добром и злом, реализованный в раскрытии преступления [2].

Также существуют различные типы детективов, которые имеют свои особенности. Исследователи выделяют следующие типы детективов:

- детектив закрытого типа;
- психологический детектив;
- исторический детектив;
- иронический детектив;
- политический детектив;
- шпионский детектив;
- полицейский детектив;
- «крутой» детектив [2].

Также детектив имеет четкие черты, которые присущи любому из его типов. Основные черты детектива:

- 1) наличие тайны преступления;
- 2) моральное и физическое столкновение сыщика и преступника;
- 3) процесс расследования;
- 4) установление личности преступника;
- 5) восстановление обстоятельств преступления [3].

Одним из главных родоначальников детективного жанра является Эдгар Аллан По. На протяжении более ста лет авторы детективной литературы следуют

основополагающим принципам, которые были разработаны в его рассказах [1].

Для выявления стилистических особенностей американской детективной литературы был проведен стилистический анализ рассказа «Убийство на улице Морг».

Темой рассказа является использование изобретательности при определении убийцы. Огюст Дюпен, не являясь профессиональным сыщиком, занимается расследованием громкого убийства в качестве хобби. Помимо этого, у него есть стремление установить истину и спасти ложно обвиненного человека. У Дюпена нет меркантильных интересов, и в итоге он даже отказывается от денежного вознаграждения, предложенного ему владельцем орангутанга. Раскрытие истинного убийцы ставит точку в расследовании, так как ни орангутанг, ни его хозяин не могут быть привлечены к ответственности.

Главным героем рассказа является Огюст Дюпен. Этот человек обладает способностью разгадывать такие загадки, которые никогда не смог бы разгадать обычный человек. Он уделяет внимание незначительным, казалось бы, деталям, это помогает ему распутывать преступления. Не только это отличает его от обычных людей: он любит ночь и ведет ночной образ жизни. Основные черты личности Дюпена – это нестандартность мышления, любовь к истине, вера в справедливость.

Э. А. По в своих детективных рассказах использует множество различных стилистических приемов, чтобы усилить влияние на читателя. Далее рассмотрим наиболее часто встречающиеся в рассказе приемы.

1. Эпитет

В рассказе встречаются такие эпитеты, как «an insoluble mystery», «the ghastliest and feeblest of rays»,

«the true darkness», «the wild lights», «infinity of mental excitement», «the true darkness», «the wild disorder», «the greatest, fresh examinations»; «a murder so mysterious, and so perplexing in all its particulars» [2].

С помощью вышеперечисленных эпитетов автор подчеркивает ужасную картину смерти. Также автор использует при описании тел лексический повтор, что свидетельствует о состоянии эмоционального напряжения, стресса.

«A murder so mysterious, and so perplexing in all its particulars, was never before committed in Paris – if indeed a murder has been committed at all» [2].

Этими эпитетами в сообщении газеты подогревается интерес к данной истории. Следует отметить, что оба эпитета находятся в постпозиции к определяемому слову, что усиливает их выразительность и способствует экспрессивности при восприятии данной статьи читателями. Однако автор статьи ставит под сомнение совершения убийства последующей фразой, которая выделена отдельно «if indeed a murder has been committed at all», намекая на мистические силы, что и подтверждается в следующем предложении – «an unusual occurrence in affairs of this nature».

«An insoluble mystery» [2].

Здесь эпитет используется при описании убийства. Это выражение является еще и морфологическим повтором, сравним: *mystery – something that is difficult to understand or to explain; insoluble – that cannot be solved or explained.*

## 2. Метафора

Метафоры в рассказе встречаются реже, чем эпитеты. Их употребление придает произведению эмоциональную окраску. В рассказе встретились следующие метафоры: «the sable divinity would not herself dwell with us always»; «lighting a couple of tapers which, strongly perfumed, threw out», «He boasted me, with a low chuckling laugh, that most men, in respect to himself, wore windows in their bosoms, and was wont to follow up such assertions by direct and very startling proofs of

his intimate knowledge of my own»; «the depth lies in the valleys» [2].

## 3. Ирония

В рассказе информация о задержании банковского чиновника отодвинута на второй план, и абсурдность данного факта подчеркнута ироническим замечанием: «The evening edition of the paper stated that the greatest excitement still continued in the Quartier St. Roch—that the premises in question had been carefully re-searched, and fresh examinations of witnesses instituted, but all to no purpose. A postscript, however, mentioned that Adolphe Le Bon had been arrested and imprisoned—although nothing appeared to criminate him, beyond the facts already detailed» [2].

## 4. Метонимия

Метонимия в рассказе употребляется всего один раз. С ее помощью передается отношение жителей Парижа к описываемому убийству: «agree with all Paris» [2]. Имеются в виду жители всего Парижа.

Проанализировав рассказ, можно сделать вывод, что чаще всего Э. А. По использует лексические стилистические приемы. Всего был выделен 31 лексический прием, в том числе эпитет, метафора, ирония, метонимия. Самым распространенным приемом является эпитет. Из всех лексических приемов эпитеты составляют 64,5 %. Значительно меньше в рассказе примеров метафор: их доля составляет 25,8 %. Метонимия и ирония представлены единичными примерами.

## Библиографические ссылки

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов. М. : Наука, 2011. 384 с.
2. По Э. А. Полное собрание стихотворений : пер. В. Брюсова. Л., 1974.
3. Сребнев Ю. М. Основы стилистики языка. 2003. Т. 1. № 1-2. С. 63–66.

© Луценко Д. С., Прокудина С. В., 2018

**ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА БЕЗЭКВИВАЛЕНТНОЙ ЛЕКСИКИ**

А. С. Макарова, Е. В. Петракова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Главной задачей статьи является рассмотрение проблем перевода безэквивалентной лексики на примере английского и немецкого языков. Выделяются и описываются несколько основных способов перевода безэквивалентной лексики, которые имеют определенные плюсы и минусы, а также способы комбинирования этих методов перевода. Все это подразумевает то, что безэквивалентная лексика должна быть адаптирована под язык перевода так, чтобы не была потеряна главная идея текста исходного языка.*

*Ключевые слова: безэквивалентность, лексические единицы, причины возникновения, прагматическая адаптация.*

**PROBLEMS OF TRANSLATION OF BEHAVIORAL LEXIS**

A. S. Makarova, E. V. Petrakova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The main task of the article is to consider the problems of translation of equivalent vocabulary using the example of English and German. Several basic methods of translating the equivalently lexical vocabulary that have certain pros and cons, as well as ways of combining these methods of translation, are singled out and described. All this implies that the equivalent vocabulary should be adapted to the translated language so that the main idea of the source language text is not lost.*

*Keywords: nonequivalence, lexical units, causes, pragmatic adaptation.*

Безэквивалентная лексика возникает на стыке двух культур ввиду специфических особенностей каждой из них. Возникая при конфронтации конкретного представителя одной культуры с представителем другой, безэквивалентная лексика носит психологический характер, и потому может иметь как стабильное, так и преходящее, зависящее от конкретной ситуации значение. Безэквивалентная лексика – это лексические единицы одного из языков, которые «не имеют ни полных, ни частичных эквивалентов среди лексических единиц другого языка», как считал С. Г. Бархударов.

С. Г. Бархударов относит к безэквивалентной лексике такие лексические единицы, как:

1. Имена собственные, географические названия, названия учреждений, газет и пр.

2. Какие-либо реалии (национальные блюда, названия национальных костюмов, предметы материальной и духовной культуры)

3. «Случайные лакуны» – лексические единицы одного из языков, которым нет соответствий в лексическом составе другого языка. Пример: в русском языке есть слово «сутки», но, в немецком языке аналога этому слову нет и это понятие приходится передавать описательно. Например: «Tag und Nacht» или «24 Stunden».

Есть несколько причин возникновения безэквивалентной лексики:

1) отсутствие предмета или явления в жизни народа;

2) отсутствие понятия в языке перевода – предмет есть, а слова нет (русское слово «сутки»);

3) различие в языках лексико-стилистических характеристик (например, в русском языке есть система суффиксов, а в английском ее нет).

В последнее время решением проблемы перевода безэквивалентной лексики является прагматическая адаптация. Т. А. Казакова отмечает, что зачастую перевод осуществляется не для полного воспроизведения оригинала, а для достижения какой-то иной цели, поставленной самим переводчиком или заказчиком перевода. К. Райс и Х. Фермер на первое место ставят достижение поставленной цели перевода, а потом выполнение перевода определенным способом. Однако безэквивалентность не подразумевает невозможность перевода. Любой язык может выразить любое понятие и отсутствие эквивалента в переводящем языке, поэтому наличие безэквивалентной лексики хоть и представляет некоторую трудность, но всё же преодолимую.

В практике перевода выделяется несколько способов передачи безэквивалентной лексики:

Самым распространенным способом является переводческая транслитерация и транскрипция. При переводе с использованием данного способа происходит передача графической и звуковой формы слова исходного языка средствами переводимого языка. Так, из немецкого в русский язык вошли такие слова, как штрейкбрехер (Streikbrecher), рейсфедер (Reissfeder) и многие другие слова, а из английского – почти вся



компьютерная терминология. З. Е. Роганова отмечает, что наряду с полной транслитерацией используется и частичная. При этом иностранное слово не переносится целиком в неизменном виде в русский язык, транслитерируется лишь его основная знаменательная часть и к ней присоединяются словообразовательные суффиксы русского языка, например: *programmer* – программист, *analyst* – аналитик, *der Gestapomann* – гестаповец и т. п. Достоинством транслитерации как способа перевода безэквивалентной лексики является ее надежность. Транслитерируя слово, обозначающее новое, малознакомое, еще недостаточно изученное явление, переводчик по сути дела передает лишь его «звуковую оболочку». Содержательная сторона слова раскрывается только через контекст. Тем самым переводчик избегает толкования нового понятия, а также связанного с этим риска неверной его интерпретации. Примеры подобного заимствования: *трейд-ин* (англ. *Trade-in*) покупка, при которой старый товар, бывший в употреблении, сдаётся покупателем в счет оплаты нового, аналогичного товара. Недостатком транслитерации является то, что механическая передача безэквивалентного слова неспособна достаточно точно и полно раскрыть содержание нового понятия, которое может либо остаться вообще непонятным для многих читателей, либо быть лишь весьма приблизительно понятым из контекста. Этот недостаток транслитерации компенсируется примечаниями переводчика, помещаемыми в скобках или выносимыми в сноски, напр. *Richtfest* – рихтфест (традиционный праздник немецких строителей по случаю завершения сооружения кровли дома). В данном случае одновременно используются два способа передачи безэквивалентной лексики: транслитерация и описательный перевод.

Другим способом является калькирование, то есть передача безэквивалентной лексики исходного языка при помощи замены её составных частей их прямыми соответствиями в переводимом языке. Например: *skyscraper* – небоскреб, *road map* – дорожная карта. В зависимости от точности перевода иностранного слова кальки подразделяются на точные, полукальки и модифицированные кальки:

Точная калька образуется в результате буквально-го пословного перевода иностранного слова, например: *European Union* – Европейский союз, *Betriebsrat* – производственный совет и т. п.

Полукальки – своего рода частичные заимствования, тоже новые слова или устойчивые словосочетания, но состоящие частью из своего собственного материала, а частью из материала иноязычного слова, например: *пить на брудершафт* (от нем. *Bruderschaft*), здание *бундестага* (*Bundeshaus*).

В. Н. Шевчук выделяет также модифицированный тип кальки. Модифицированная калька образуется по модели терминологического словосочетания иностранного языка, но в отличие от последнего допускаются некоторые количественные или качественные изменения. Кальки этого типа появляются потому, что в силу определенных традиций, привычек и норм, принятых в данном языке, переводимый язык не приемлет точной копии оригинала. В идеале калька должна удовлетворять требованиям достаточной эксплицитности и соответствия языковой норме.

Следующий способ передачи безэквивалентной лексики – описательный перевод. Раскрытие значения лексической единицы исходного языка при помощи развернутых словосочетаний, выявляющих существенные признаки обозначаемого данной лексической единицей явления на переводимом языке. Например, *das Mitbestimmungsrecht* – право трудящихся принимать участие в управлении предприятием; *boustrophedonically* – переходя к следующей строке попеременно справа налево и слева направо. Достоинство этого способа перевода – полное раскрытие сути, основной недостаток – громоздкость.

Еще одним способом передачи безэквивалентной лексики является приближенный перевод, что представляет собой подбор ближайшего по значению соответствия в переводимом языке для лексической единицы исходного языка, не имеющей в переводимом языке точных соответствий. Но этот способ передачи безэквивалентной лексики всегда связан с определенной опасностью, проистекающей из самой сущности этого способа, в основе которого лежит замена исходного понятия его весьма приблизительным соответствием. Например, нельзя считать идентичными *Санта-Клауса* (англ. *Santa Claus*), святого Николая (нем. *Heiliger Nikolaus*) и Деда Мороза, хотя в ряде случаев они вполне могут заменить друг друга при переводе.

Создание нового слова (термина) на языке перевода – еще один прием перевода безэквивалентной лексики. От калькирования данный прием отличается отсутствием этимологической связи с оригинальным словом. В качестве иллюстрации можно привести слово «вертолет», которое заменило иностранный термин «геликоптер», заимствованный из французского языка (фр. *helicoptere*) в конце XIX века. Недостаток этого способа перевода заключается в том, что придуманный термин может не прижиться в переводимом языке.

Перевод безэквивалентной лексики на иностранный язык представляет собой сложный и многосторонний процесс со множеством различных трудностей. При переводе безэквивалентной лексики нужно точно подобрать метод, который будет более уместен для перевода и не исказит вложенный в текст смысл. Переводчик обязан точно знать в какой ситуации какой способ перевода безэквивалентной лексики уместен для точной передачи значения.

### Библиографические ссылки

1. Акашева Т. В., Морозов Е. А. Проблемы перевода безэквивалентно лексики на немецкий язык (на примере повести Б. Акунина «Пиковый валет») // *Филологические науки. Вопросы теории и практика*. 2014. № 4. С. 13–16.
2. Чепак О. А., Данчинова С. К. Проблемы передачи безэквивалентной лексики в переводе с английского языка на русский и с русского языка на английский // *Филологические науки. Вопросы теории и практики*. 2016. № 3. С. 163–167.
3. URL: <http://study-english.info/realia-translation.php> (дата обращения: 05.02.2018).
4. URL: [http://linguisticus.com/ru/TranslationTheory/OpenFolder/BEZJEKVIVALENTNAJA\\_LEKSIKA](http://linguisticus.com/ru/TranslationTheory/OpenFolder/BEZJEKVIVALENTNAJA_LEKSIKA) (дата обращения: 05.02.2018).

## НАИМЕНОВАНИЯ АПТЕК ГОРОДА ЕКАТЕРИНБУРГА: ЭТИМОЛОГО-МОТИВАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

С. Г. Меликян, О. В. Моргунова (Атрошенко)

Уральский государственный медицинский университет  
Российская Федерация, 620028, г. Екатеринбург, ул. Репина, 3

*Рассмотрены наименования аптек Екатеринбурга с точки зрения их происхождения и мотивации. Выявлены основные мотивационные группы, отмечены наиболее продуктивные из них.*

*Ключевые слова: мотивация, названия аптек, этимология.*

## THE NAMES OF PHARMACIES IN EKATERINBURG: ETYMOLOGICAL AND MOTIVATIONAL ASPECTS

S. G. Melikyan, O. V. Morgunova (Atroshenko)

Ural State Medical University  
3, Repin Str., Yekaterinburg, 620028, Russian Federation

*This article considers the names of Ekaterinburg pharmacies in etymological and motivational aspects. The names are divided into motivational groups. The most productive groups are noted.*

*Keywords: motivation, the names of pharmacies, etymology.*

В настоящее время особое внимание уделяется развитию медицины и фармации. Неотъемлемым имиджевым элементом любой организации (в том числе аптеки) является ее название, цель которого – привлечение внимания потребителей. Поэтому владелец выбирает такое название, которое наиболее точно отражает профиль или преимущество его организации.

*Цель исследования* – выявить этимолого-мотивационные особенности наименований частных аптек Екатеринбурга.

*Материалы и методы исследования*

Материалом исследования стали 80 названий частных аптек Екатеринбурга, опубликованных в городском интернет-справочнике [3]. Использован метод семантико-мотивационной реконструкции.

Результаты исследования и их обсуждение

В ходе исследования было выявлено 7 мотивационных групп.

1. Указание на род деятельности организации. Это довольно распространенная группа названий: ср. «Аптека» (от греч. *apothēkē* – склад), «Фармация» и «Фармос» (от греч. *pharmakon* – лекарство), «Оффисина» (от лат. *officina* – аптека), «Фармлэнд» (от англ. *pharmacy* – аптека, что восходит к греч. *pharmakon* – лекарство и англ. *land* – земля) [1; 2].

2. Указание на цель деятельности аптеки – сохранение здоровья и поддержание полноценной жизни. Название «Валета» (от лат. *valere* – быть здоровым) содержит информацию о том, что деятельность данной торговой компании направлена на сохранение здоровья [2]. Такая же цель прослеживается в русских названиях аптек «Будь здоров», «Мелодия здоровья», «Источник здоровья» и др.

Наименование «Аптека 36,5» указывает на то, что лекарственные средства, приобретенные в данной организации, обеспечат поддержание температуры тела в норме и, как следствие, скорейшее выздоровление.

Название «Биона» (от англ. *bion* – независимый живой организм, что восходит к греч. *bio* – жизнь) подчеркивает, что основной целью данной аптеки является обеспечение полноценной жизни без заболеваний [1]. Наименование «Биотонус» (от греч. *bio* – жизнь и *tonos* – напряжение) указывает на миссию аптеки – поддержание жизненного тонуса. «Витамир», «Вита» (от лат. *vita* – жизнь) отражают направленность на поддержание жизни в мире [1]. Эта же идея отражена в русском названии «Живика» (от живой).

3. Информация о сырье. В настоящее время становится популярным лечение препаратами, в состав которых входят натуральные компоненты. Это веяние отразилось и в наименованиях аптек Екатеринбурга.

Название аптеки «Плант-Фарма» (от англ. *plant*, восходящего к лат. *planta* – растение и англ. *pharmacy* – аптека, восходящего к греч. *pharmakon* – лекарство) подчеркивает ее специализацию на лекарственных препаратах, произведенных из растительного сырья [1; 2]. В названии «Зеленая аптека» слово «зеленый» характеризует цвет трав и деревьев, которые могут использоваться в качестве сырья для производства лекарств.

Название «Сальвия» образовано от лат. *Salvia* – шалфей. Лекарства из данного травянистого растения применяют для терапии патологий нервной системы, недугов сердечно-сосудистой системы, гипертонической болезни. Согласно легенде, это растение способно продлевать жизнь человека [2].

Наименование «Сандал» происходит от лат. Santalum – род тропических деревьев, масла которых обладают антисептическими, противовоспалительными и тонизирующими свойствами [2].

Название аптеки «Мирт» (от лат. Myrtus) образовано от названия рода вечнозеленых древесных растений. Из них изготавливаются настойки, примочки, отвары, которые способны укрепить иммунитет.

4. Информация о местонахождении аптеки. Название аптеки «Доместа» происходит от англ. domestic – национальный, местный (что восходит к лат. domesticus – домашний) [1; 2]. Возможно, подчеркивается близость аптеки к дому потребителя. Также можно предположить, что здесь преобладают лекарственные препараты отечественного производства.

В названии «Аптека-Сити» (от греч. apothēkē – склад и англ. city – город) [1] указывается и местонахождение, и уровень обслуживания (соответствующий крупному городу).

К этой же группе относятся названия «Уралнет» (от англ. network – сеть) «Ека-Фарм», «ФК Форум Урал» (от лат. forum – рыночная площадь) [1; 2].

5. Преимущество аптеки. Наименования частных аптек призваны не только привлечь внимание на качество обслуживания, но и выделить их основные преимущества. Например, «Аптека 66 Плюс» (от лат. plus – больше) употребляется в значении «больше, чем аптека». Также в наименовании можно обнаружить принадлежность к Уральскому региону [2].

Наименование аптеки «Медикал-Трейд» (от англ. medical – медицинский, лат. medicus – исцеляющий, англ. trade – ремесло) подчеркивает образованность специалистов и их профессионализм [1; 2].

В названии «Первая аптека» акцентируется внимание на превосходстве организации, подчеркивается статус и достоинство.

«Макси-Фарма» (от лат. maximus – наибольший, греч. pharmakon – лекарство) указывает на большой выбор лекарственных препаратов [1; 4].

В наименовании аптеки «Гранд-Медикал» (от англ. grand – великий, лат. grandis – большой, англ. medical – врачебный, лат. medicus – исцеляющий) подчеркивается квалифицированность фармацевтов [1; 2].

6. Положительные ассоциации. Подобные названия указывают на реальных или вымышленных персонажей, имеющих отношение к медицине.

Аптека «Авиценна» получила название от имени средневекового арабского мыслителя, философа и врача, Абу Али Ибн Син (в латинском произношении – Авиценна). Его произведение «Канон врачебной науки» оказало большое влияние на развитие медицины и фармации. В книге описано около 800 лекарственных средств и приведены способы их применения.

Аптека «Феникс» названа в честь птицы – символа вечного обновления.

Название «Медея» дано в честь древнегреческой мифологической волшебницы, которая хорошо разбиралась в травах. Согласно мифу, Медея с помощью волшебного зелья помогла Ясону завладеть золотым руном.

Аптека «Айболит» названа по имени сказочного доктора – героя произведений Корнея Чуковского.

К ассоциативным также относятся названия, вызывающие приятные образы, представления («Радуга», «Яблоко», «Удача» и др.).

7. Ориентированность на адресата. Подобные названия наименее распространены («Семейная аптека», «Ваша аптека»).

#### *Выводы*

1. Большинство названий частных аптек Екатеринбурга относится ко 2-й мотивационной группе (24,1 %), поскольку они отражают ожидаемый потребителем результат (приобретение здоровья).

На втором месте по распространенности – 1-я и 6-я группы (17 и 17,2 %). Так, владельцы аптек нередко указывают в названиях только род деятельности своих фирм либо закладывают в названия приятные для потребителей образы, которые заставляют задуматься о смысле наименований.

Названия из 3–5-й групп также довольно распространены (11,5; 13,8; 11,5 % соответственно).

Не частотна 7-я мотивационная группа (4,6%). Подобные названия менее яркие, а значит, менее привлекательны для потребителей.

2. Большинство названий аптек – это общеупотребительные слова русского языка, в том числе старые заимствования (преимущ. из греч.: аптека) (45,4 %). Значительную долю составляют фармацевтические названия лат. и греч. происхождения (27 и 18 % соответственно). Некоторые названия включают слова из разных языков. Так, англицизмы в названиях встречаются только в сочетании с рус. или греч. по происхождению словами (9,6 %).

#### **Библиографические ссылки**

1. Англо-русский словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lingvo-online.ru/> (дата обращения: 13.05.2018).
2. Латинско-русский словарь [Электронный ресурс]. URL: <http://linguaeterna.com/vocabula/> (дата обращения: 13.05.2018).
3. Список частных аптек Екатеринбурга [Электронный ресурс]. URL: <http://orenvis.ru/yekaterinburg/beauty-health/apteki/page-10> (дата обращения: 13.05.2018).
4. Справочно-информационный портал «Грамота.ру» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gramota.ru> (дата обращения: 17.05.2018).

© Melikyan S. G.,  
Morgunova (Atroshenko) O. V., 2018

## ПРОБЛЕМЫ ПЕРЕВОДА КОМИКСОВ

В. В. Мезина, Л. Я. Вавилова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматриваются проблемы перевода комиксов: непереводимость юмора, проблема дефицита свободного места, проблема перевода ономапопеи, перевода каламбура, перевода специального языка, перевода безэквивалентной лексики.*

*Ключевые слова: проблемы, юмор, дефицит свободного места, ономапопеи, каламбур, специальный язык, безэквивалентная лексика.*

## PROBLEMS OF COMICS TRANSLATION

V. V. Mezina, L. Ya. Vavilova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*This article has to do with the problems of comics translation. The main problems of translation are: untranslatability of humor, the problem of lack of free space, the problem of translation of onomatopoeia, the translation of a pun, the translation of a special language, translation of the equivalent vocabulary.*

*Keywords: problems, humor, lack of free space, onomatopoeia, pun, special language, equivalent vocabulary.*

Основные проблемы, возникающие при переводе комиксов с которыми сталкиваются переводчики, могут носить лингвистический или технический характер, не зависимо от источника и языка перевода.

Учитывая ряд особенностей графической прозы, можно обозначить проблемы, возникающие при переводе комиксов:

1. Проблема непереводимости юмора. Юмор – важный аспект комикса. Так как юмор имеет своей особенностью модифицироваться в разных культурных средах, он представляет собой особенную проблему для всех переводчиков, особенно в комиксах.

Можно утверждать, что перевод юмора фактически невозможен, по крайней мере, с определенных языков в специфичной культурной среде на язык с радикально отличающейся культурой. Иногда, даже шутки соседствующих культур не всегда будут поняты. Таким образом, носители целевой культуры будут рассматривать изображение с недоумением и в таких случаях необходимо делать культурные ссылки, с соответствующими замечаниями.

2. Проблема дефицита свободного места. Дефицит свободного места является одной из серьезных технических проблем, с которой сталкиваются переводчики при переводе комиксов. Так как текст обычно находится в речевом пузыре («облачке») или повествовательных блоках, также как и в форме звуковых эффектов (ономапопея) или устных надписей, объединенных в картину, текст перевода не должен быть длиннее исходного. Подобные модификации, однако, могут повредить четкости и/или иметь неблагоприятный эффект на эстетический вид изображения, таким образом уменьшая художественное качество работы.

Наиболее эффективными средствами, которыми пользуются переводчики, чтобы решить проблему дефицита свободного места, зачастую, представляют собой некую манипуляцию с исходным текстом. Это средство может быть описано, как удаление текста или картинки. Подобный прием, встречающийся чаще, чем можно было представить – четко и эффективно устраняет проблему дефицита свободного места, однако же, с точки зрения содержательности сообщения исходного текста, сдает свои позиции. Тем не менее, предполагается, что опущенный текст не нес большой информативности.

Иной прием решения проблемы дефицита места заключается в использовании кратких слов и предложений. Подобное решение не может передать сообщение так же эффективно и элегантно, как их развернутое синонимы, и поэтому может затронуть стилистическое качество текста.

Третья возможность представляет собой использование шрифта меньшего размера, по сравнению с текстом оригинала.

3. Проблема перевода ономапопеи. Ономапопея играет важную роль в комиксе, поскольку она касается визуальных и вербальных элементов комикса. Звукотражение чрезвычайно вербально по своей природе, но его рисунок имеет отличный визуальный эффект. Например, ономапопея обычно пишется большими, яркими, неординарными буквами, выделяясь на общем фоне рисунка. Звукотражение открывает третье измерение комикса, а именно – измерение звука.

Как было упомянуто ранее, ономапопеи составляют серьезную техническую проблему при переводе.

Однако подобные слова могут также представить лингвистическую проблему при переводе комиксов, так как их форма отлична в разных языках.

Вписываясь в рисунок, ономотопея подчиняется определенным графическим правилам, например, сила звука передается с помощью больших букв, маленькие буквы могут обозначать шепот, округленный шрифт показывает мягкий, хлопающий звук, шрифт с угловатыми буквами обозначает более резкий звук.

Для обозначения продолжительности звука удваивают или утраивают количество гласных или согласных в слове. Эти особенности необходимо передавать при переводе с учетом роли звукоподражаний в языке оригинала и перевода (известно, что в русском языке ономотопеи менее употребительны, чем в английском). Ономотопея удачно вписывается в синтаксический строй английской разговорной речи, изобилующей сегментированными построениями, усеченными безличными оборотами, вопросительными и восклицательными предложениями, обращениями, вводными словами. Передавая синтаксические особенности комикса, нельзя упускать из виду, что русское предложение длиннее английского в среднем на 20–30 %, а ограниченное пространство «рисунка» не позволяет ни увеличить текст, ни сократить его.

Таким образом, многие ономотопеи остаются в комиксе непереуведенными, так как общий смысл будет ясен из изображения в целом.

Хотя ономотопею можно считать лингвистической проблемой, ее перевод также может вызвать технические проблемы. Ввиду того, что ономотопея является частью картинки, при переводе модифицировать пришлось бы не только текст в пузырях, но и всю картинку. С технической точки зрения подобная модификация намного сложнее, чем обычная печать переуведенного текста в пузырях, которые часто остаются пустыми для иностранных издательств, что делает задачу редактора относительно простой. Однако, не только степень трудности модификации рисунков, но и в большей степени, дополнительные расходы, понесенные издательствами, по переводу ономотопей становятся главной технической проблемой.

4. Проблема перевода каламбура (игры слов). Сущность каламбура заключается в столкновении, или, напротив, в неожиданном объединении двух несовместимых значений в одной фонетической (графической) форме. То есть основными элементами каламбура являются, с одной стороны, одинаковое или близкое до омонимии звучание (в том числе и звуковая форма многозначного слова в его разных значениях), а с другой – несоответствие до антонимии между двумя значениями, компонентов фразеологических единиц и «свободных слов», слова и его компонентов, слова и произвольных кусков его, типа шарад, слова и его ложной, произвольной, «народной» этимологии, а также устойчивого и омонимического ему словосочетания.

Стилистическая цель каламбура – создание комического эффекта, сосредоточения внимания читателя на определенном пункте текста – должна получить полноценное отражение и в переводе; при этом переводчик обязан держаться строго в рамках соответствующего «комического жанра» – от безобидной шут-

ки до острой иронии и едкой сатиры. Замысел автора будет в корне разрушен, если вместо грубого зубоскальства в переводе появится изящная ирония, вместо искрометного остроумия – клоунада дурного вкуса.

Перевод каламбура, несомненно, одна из самых интересных проблем, которые возникают при переводе комиксов, но она, так же, является труднопреодолимым вызовом для переводчиков. Иногда игра слов, используется в комиксах таким же образом, как и в любом другом тексте, т. е. она просто интегрирована в вербальную часть комикса и не обязательно зависит от визуальных элементов, сопровождающие ее.

Перевод каламбуров относится к области узкоспециальных переводческих вопросов. Известно, что игра слов (каламбур) создается благодаря умелому использованию в целях достижения комического эффекта различных созвучий, полных и частичных омонимов, паронимов и таких языковых феноменов, как полисемия и видоизменение устойчивых лексических оборотов. Каламбуры обычно состоят из двух компонентов, каждый из которых может быть словом или словосочетанием. Первый компонент такого двучленного образования является своеобразным лексическим основанием каламбура, опорным элементом, стимулятором начинающей игры слов, ведущей иногда к индивидуальному словотворчеству. Опорный компонент (стимулятор, основание) можно также рассматривать в качестве лексического эталона «игровой инструкции», который соответствует существующим орфографическим, орфоэпическим и словоупотребительным нормам языка.

Второй член конструкции – слово (или словосочетание) – «перевертыш», результирующий компонент или результата, представляющая собой как бы вершину каламбура. Лишь после реализации в речи второго компонента и мысленного соотнесения его со словом-эталонном возникает комический эффект, игра слов. Результанта может быть взята из лексических пластов, как составляющих литературную норму языка, так и находящихся за ее пределами, или вообще относится к фактам индивидуальной речи.

Переводчики, воссоздавая каламбуры рассматриваемого типа – обычно сохраняют имена собственные, являющиеся в оригинале основанием для игры слов, и саму форму игры, связанную с фонетическим созвучиями. Лишь в особо трудных случаях наблюдаются исключения из этого правила. Суть исключений состоит либо в замене исходного компонента другим именем собственным, в изменении формы каламбура (например, дается игра, основанная не на созвучии, а на полисемии), либо – хотя это и случается крайне редко – в отказе от «игры с именем».

У каламбуров созвучный опорный компонент и результата всегда имеют фонетическое сходство друг с другом. Игра же, основанная на полисемии, не связана с такой зависимостью. В речи обычно реализуется одно значение слова, благодаря чему достигается коммуникабельность, возможность воспринимать чужие мысли и высказывать свои. Но каждое слово многозначно и у него нередко бывают двойники-омонимы.

5. Проблема перевода специального языка. Комиксы содержат тексты разного рода. Возможно, разли-

чить четыре основных вида, а именно: слова, которыми оперируют герои (в речевых пузырях); мысли персонажей (в «облачках»); комментарии автора (в блоках); ономастике (в речевых пузырях или непосредственно интегрированные в рисунки).

Так как значительная часть текста в комиксе принадлежит первому типу, а также является «разговорной», используется гибридный письменного и разговорного языка. Поэтому лексика комикса очень неформальна.

В наши дни разговорная лексика распространена гораздо шире, чем прежде, а понимается практически также хорошо, как нейтральная. И хотя она не признаётся нормативными словарями, сегодня она является активной составляющей языка.

В настоящее время в комиксы интегрируются практически все виды разговорной лексики: диалектные слова (слова народных говоров), просторечные выражения, жаргонизмы (слова, не входящие в состав литературного языка), сленг (слова, противостоящие традиционному официальному, общепринятому языку).

Стоит заметить, что степень соотносимости экспрессии иноязычной и родной лексики представляет собой в настоящее время довольно сложный вопрос ввиду проблемы перевода подобных лексических единиц переводчиками.

Известно, что русской литературной традиции использование ненормативной лексики в художественном тексте не свойственно однако в последнее время наблюдается тенденция интеграции разговорной лексики в перевод, особенно художественной литературы. Подобная тенденция также затрагивает перевод комиксов, лексика, которых в основном разговорная.

С другой стороны, нередки случаи именно «бездумного» перевода такой лексики, без учета множества аспектов, характеризующих ту или иную лексическую единицу, а именно: семантики; сферы употребления; степени понижения в языке оригинала; степени экспрессии в конкретном контексте.

6. Проблема перевода безэквивалентной лексики представлена, прежде всего, именами собственными и географическими названиями.

В современной лингвистике собственные имена часто определяются как называющие лексические единицы в отличие от нарицательных слов, которые считаются обозначающими единицами. Иначе говоря, у имен собственных «на первый план выступает функция номинативная – называть, чтобы отличать однотипные объекты друг от друга, в противоположность именам нарицательным, основная функция которых – называть, чтобы сообщать значение, коннотировать. Кроме того, именованья людей (антропонимы) и географические названия (топонимы) не являются первичными лексическими единицами по своему происхождению, так как они образованы на базе нарицательных слов.

Транскрибированные имена собственные наряду с остальными реалиями являются теми немногими элементами перевода, которые сохраняют определенное национальное своеобразие в своей словесной звуковой форме. Внутренняя форма любого имени, а под ней понимается смысловая структура слова, соотношение значений компонентов, составляющих слово,

обычно отражает словообразовательный процесс, происходивший в момент первичной номинации.

В повседневном общении и в любых контекстах, где имена собственные выполняют свои обычные функции, внутренняя форма этих слов, как правило, не воспринимается. Ею пренебрегают, так как, даже если смысл этой формы вполне ясен, ей не вменяются в речи характеристические, оценочные функции, хотя потенциальная оценочность в таких словах всегда сохраняется.

Вышеперечисленные проблемы, возникающие при переводе комикса, неотрывно связаны с изображением или интегрированы в само изображение. Таким образом, в процессе перевода комиксов, особое внимание следует уделять визуальному ряду. Синтез изображения и вербальной части является основной переводческой проблемой при переводе комиксов.

Подобные вербальные и невербальные элементы дополняют друг друга и во многих случаях влияют на то, как читатели понимают комизм; изображения и графические элементы не просто иллюстрируют и подтверждают текстовое сообщение, но также играют важную роль в документе, как вербальные элементы.

Без невербальных элементов весь документ имел бы иную идею – большая часть юмористического эффекта не была бы передана читателю. Так как переводчикам лишь позволяют переводить вербальные элементы (и иногда, из-за финансовых ограничений, не все из них; например, надписи и звукоподражательные слова, которые являются частью изображения, часто остаются непереуведенными). Переводчикам приходится делать свою работу на основе иллюстраций, которые могут только мешать переводу – особенно когда игра слов, двусмысленность, устные парадоксы и т. д. составлены посредством визуального элемента или могут быть поняты читателями, если они смотрят на визуальные элементы.

### Библиографические ссылки

1. Арнольд И. В. Стилистика. Современный английский язык : учебник для вузов. 4-е изд., испр. и доп. М. : Наука, 2002. 232 с.
2. Бархударов Л. С. Язык и перевод (Вопросы общей и частной теории перевода). М. : Междунар. отношения, 1975. 240 с.
3. Виноградов В. С. Введение в переводоведение (общие и лексические вопросы). М. : Изд-во ин-та общего среднего образования РАО, 2001. 224 с.
4. Залевская А. А. Текст и его понимание. Тверь, 2001. 456 с.
5. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) : учебник для ин-тов и факульт. иностр. яз. М. : Высш. шк., 1990. 253 с.
6. Комиссаров В. Н., Коралова А. Л. Практикум по переводу с английского языка на русский : учеб. пособие для ин-тов и факульт. иностр. яз. М. : Высш. шк., 1990. 127 с.
7. Комиссаров В. Н. Слово о переводе. М. : Междунар. отношения, 1973. 215 с.
8. Швейцер А. Д. Теория перевода (статус, проблемы, аспекты). М. : Наука, 1988. 215 с.

## АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК В МИРЕ И СПЕЦИФИКА ЕГО ДИАЛЕКТОВ

П. Э. Набиева, И. В. Дрыгина

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматриваются английский язык в мире, его появление и распространение за пределы Великобритании, современное состояние английского языка, его диалекты. Дается анализ двух наиболее известных диалектов: американского и британского.*

*Ключевые слова: английский язык, диалекты, специфика.*

## ENGLISH IN THE WORLD AND THE SPECIFICITY OF ITS DIALECTS

P. E. Nabieva, I. V. Drygina

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*This article deals the English language in the world, its appearance and spread beyond the UK. The current state of the English language, its dialects, is also considered. The analysis of the two most famous dialects is made: American and British.*

*Keywords: english, dialects, specificity.*

Английский язык принадлежит к западноевропейской группе германских языков. Его появление восходит к V веку [1, с. 4].

В развитии английского языка выделяют 3 периода:

– древнеанглийский (450–1066 гг., со времени вторжения племен на Британские острова до завоевания Британии норманнами);

– среднеанглийский (1066–1500 гг., со времени нормандского завоевания до периода абсолютной монархии);

– новоанглийский (с 1500 г. до настоящего времени) [5, с. 59].

Английский язык имеет богатую историю развития. Расширение земель и захваты колоний оставили значительный отпечаток на судьбе английского языка. Распространение английского языка за пределы Великобритании начинается с конца XVI века и постепенно охватывает большое количество земель. В Канаду английский язык попадает в XVII веке [2, с. 43], во второй половине XVIII века – в Индию, в конце XIX века – в Австралию.

Сегодня английский язык является языком мирового сообщества, сложно представить человека, не знающего английского языка, хотя бы на начальном уровне.

Английский язык охватывает большинство областей повседневной жизни. Общее число говорящих на английском языке в мире свыше 500 миллионов человек. Кроме того, для 600 миллионов человек английский язык является вторым языком, который изучают. Во многих странах он является государственным или публичным языком. Например, в Соединенном Королевстве Великобритании и Северной Ирландии, Со-

единенных Штатах Америки, Австралии, Новой Зеландии, Канады, Ирландии, Индии.

Английский язык используется множеством международных организаций (включая ООН), а также около 80 % информации СМИ представляется на английском языке.

Согласно статистике, 85 % организаций и международных конференций используют в качестве основного языка общения английский язык. Около 30% всего количества книг в мире публикуется так же на английском языке. 75 % всех писем и телеграмм написаны тоже на английском языке. Ровно половина научных публикаций выходит на английском. Английский язык так же является языком международного бизнеса и занимает важное место в сфере транспорта и СМИ.

Английский язык, бесспорно, является распространенным географически, более универсальным и растущим в его употреблении с удивительными темпами языком [4, с. 112].

Значение английского языка в современном мире определяется важностью и ценностью той информации, которая на нем формируется и распространяется. Значимость английского языка неоспорима: это язык политики, науки, культуры, искусства, образования [2, с. 119].

В силу богатой истории английского языка, его распространения и места в современном мире следует разобраться в диалектах английского языка потому, как они представляют собой особый интерес для исследования. В данной статье представлено сравнение американского и британского вариантов английского языка в различных его аспектах. Отметим, что в данной статье мы рассматривает слова «диалект» и «ва-

риант» как синонимичные, обозначающие отдельные отличающиеся между собой варианты английского языка.

В связи с существованием сегодня огромного количества различных диалектов английского языка данное сравнение будет являться актуальным для обеспечения более качественного перевода и понимания речи.

Первоначально американский и британский варианты английского языка не имели отличий. Однако уже в XVII веке американский вариант английского языка был очень многообразным и зависел от конкретного региона, в котором он существовал.

Британский диалект является формой английского языка, которая используется в Великобритании и включает в себя все региональные диалекты английского языка в Великобритании [3, с. 82].

Американский диалект – это форма английского языка Соединенных Штатов Америки, который включает в себя региональные диалекты английского языка в США [3, с. 158].

Далее будет проведен анализ данных диалектов и выявлены их особенности и отличия.

С точки зрения разговорного аспекта британский диалект значительно отличается от американского варианта в силу отражения в нем богатой многолетней истории.

Рассмотрим фонетические особенности данных диалектов.

В американском варианте английского языка большинство гласных звуков произносятся одновременно через рот и нос, что гораздо реже можно встретить в британском варианте.

В американском варианте английского языка нет короткого звука [ɔ], здесь он произносится как звук [ɑ].

Сочетание буквы «а» + согласной имеет разное произношение в двух диалектах: в британском варианте они произносятся со звуком [ɑ:]. Например, fast – [fɑ:st]. А в американском варианте – со звуком [æ]: fast – [fæst].

Гласная [o] в британском английском произносится как [əʊ], а в американском английском как [ou].

В Америке буква «г» произносится в словах при общении, в Британии же буква «г» произносится только в том случае, если она стоит после гласной.

Слова, которые в американском английском произносятся со звуком [u:], в британском варианте звучат как [ju:].

Рассматривая лексический аспект, мы пришли к выводу, что одни и те же слова в британском и американском вариантах часто имеют разное значение.

Например, слово grass. В американском варианте оно будет обозначать «трава», а в британском варианте, возможны два значения: «трава» и «стукач».

Словом pants в американском английском называют брюки, а вот в британском варианте pants употребляют для обозначения нижнего белья.

Для обозначения одного и того же явления в американском и британском диалектах английского языка употребляются разные слова:

Candy (AmE), sweets (BrE);

Crazy (AmE), mad (BrE);

Еще одна категория слов, которые при переводе в двух данных диалектах будут иметь отличия. Например, слово «правительство»: в американском варианте оно будет «administration», а в британском варианте – «government».

Квартира в американском варианте имеет значение «apartment», а в британском варианте – «flat».

С точки зрения орфографии многие слова американского и британского диалектов английского языка могут иметь незначительные отличия в написании, но иметь одно и то же значение. Например, слово «извиняться» (apologise – AmE, apologise – BrE).

В области грамматики нами были выявлены следующие отличия:

1. Употребление Present Perfect.
2. Использование глагола will, вместо глагола shall.
3. Вытеснение формы 3-го лица does формой 1-го и 2-го лица do.
4. Неправильные глаголы в американском варианте буду являться правильными, а в британском останутся такими же.
5. Определенный артикль the будет употребляться по-разному.
6. Множественное число в американском варианте английского языка употребляется реже, чем, например, в британском варианте.

В пунктуации сильных различий не отличается, однако имеются различия в вежливом обращении и использовании кавычек.

Проводя данное исследование, мы пришли к выводу, что английский язык имеет множество вариантов, что связано с историей его развития, а также его распространением. Сравнивая наиболее распространенные и известные варианты английского языка, очевидно, что каждый из них имеет свои отличительные особенности, которые играют значимую роль в понимании устной речи, а главное их важно знать и учитывать при переводе с одного языка на другой.

#### Библиографические ссылки

1. Аракин В. Д. История английского языка : учеб. пособие. 2-е изд. М. : Физматлит, 2003. 272 с.
2. Арсеньева М. Г. [и др.] История английского языка. Введение в германскую филологию: учебник для филологич. факульт. 5-е изд., испр. и доп. М. : ГИС, 2006. 320 с.
3. Ощепкова В. В. Язык и культура Великобритании, США, Канады, Австралии, Новой Зеландии. М. : ГЛОССА ; СПб. : КАРО, 2004. 336 с.
4. Смирницкий А. И. лекции по истории английского языка. М. : Добросвет, 1998. 238 с.
5. Шапошникова И. В. История английского языка : учеб. пособие / Новосиб. гос. ун-т. Новосибирск, 2009. 506 с.

© Набиева П. Э., Дрыгина И. В., 2018



УДК 81'373.45

## КСЕНОНИМЫ-РУСИЗМЫ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА КАК ОТРАЖЕНИЕ РУССКОЙ КУЛЬТУРЫ НА МАТЕРИАЛЕ ПУБЛИКАЦИЙ В БРИТАНСКИХ СМИ

Т. А. Пахомова, М. А. Битнер

Красноярский государственный педагогический университет имени В. П. Астафьева  
Российская Федерация, 660049, г. Красноярск, ул. Лебедевой, 89

*Обсуждается влияние глобализации на формирование образа России у западного общества, а именно Великобритании через британские СМИ. Представлена таблица с первичной ксенонимической корреляцией и классификация ксенонимов по способу их образования. Предъявляются примеры механизмов появления нового значения ксенонимов с указанием первичной ксенонимической корреляции и семантических сдвигов в их значении. Показана разная степень адаптации ксенонимов в британской языковой системе.*

*Ключевые слова: ксенонимы, глобализация, лингвокультурология, интерлингвокультурология, британские СМИ, первичная ксенонимическая корреляция, способы образования ксенонимов, семантические сдвиги в значении ксенонимов, основное и производное значение.*

## XENONYMS-RUSSIAN WORDS OF THE ENGLISH LANGUAGE AS A REFLECTION OF RUSSIAN CULTURE ON THE MATERIAL OF PUBLICATIONS IN THE BRITISH MEDIA

T. A. Pakhomova, M. A. Bitner

Krasnoyarsk State Pedagogical University named after V. P. Astafiev  
89, Ada Lebedeva Str., Krasnoyarsk, 660049, Russian Federation

*In the article the impact of globalization on the formation of the image of Russia in Western society, especially in the UK through the British media is discussed. There is shown a table with primary correlation of xenonyms and classification of xenonyms in the way of their formation. Examples of mechanisms of appearance of new meaning of xenonyms with denotation of primary correlation of xenonyms and semantic shifts in their meanings are shown. Different degrees of adaptation of xenonyms in the British language system are represented in this article.*

*Keywords: xenonyms, globalization, cultural linguistics, interlinguocultural studies, the British media, primary correlation of xenonyms, methods of formation of xenonyms, the semantic shift in the meaning of xenonyms, basic and derived meaning.*

Благодаря широким процессам глобализации (миграция, появление программ академических обменов, освещение международных новостей в прессе и др.), российское общество становится объектом пристального внимания Запада [1]. В этой связи возникла потребность представлять российскую культуру на иностранных языках, интерпретируя ее в ценностно-смысловом аспекте. Языковые единицы в своем значении фиксируют результаты общественной когнитивной деятельности и стихийно-сложившиеся представления об иной культуре. В этой связи в XX веке в лингвокультурологии язык стал изучаться как продукт культуры и как фактор формирования культуры народов. Язык познается через культуру, а культура – через язык [4]. Являясь разделом лингвокультурологии, интерлингвокультурология рассматривает вопрос об интеграции родного языка в иноязычную культуру. В. В. Кабакчи датирует первое наблюдение изучения интеграции родного языка 1968 годом, хотя сам термин «интерлингвокультурология» появился лишь в 2007 году [2].

Исходя из концепции внешней политики Российской Федерации, которая была утверждена Президентом Российской Федерации В. В. Путиным 30 ноября 2016 г. [3], перед российским обществом стоит задача

популяризации достижений национальной культуры. Для целенаправленного формирования позитивного имиджа страны необходимо прежде всего определить, какой образ России существует в мире сейчас. В рамках лингвистической науки следует изучить набор существующих языковых средств, используемых для интерпретации русской культуры на английском языке.

Основным методом исследования является функционально-семантический анализ языковых единиц. Для выявления мотивации семантического переноса в процессе образования производного значения применялись элементы лингвокультурологического толкования.

Посредством сплошной выборки с помощью поискового запроса в онлайн-газете The Independent [10] на слово «Russia» были выделены статьи, в которых упоминается Российская Федерация. Представленные статьи относились к различным рубрикам газеты (спорт, культура, политика, бизнес и пр.).

В таблице представлена ксенонимическая корреляция небольшой части анализируемых в исследовании языковых единиц, которая была установлена с использованием Оксфордского словаря (Oxford Dictionaries online) [9].

## Первичная ксенонимическая корреляция

Ксеноним	Исходный идионим-этимон
AK-47	AK-47 (Автомат Калашникова)
apparat	механическое устройство
babushka	бабушка, старая женщина
commissar	комиссар
czar	царь
Ivan The Terrible	Иван Грозный
Kerzhakov	А. А. Кержаков (российский футболист, нападающий)
Rasputin	Распутин

Необходимо отметить, что в исследовании рассматриваются имена лидеров, ставшие прецедентными (например, Vladimir Putin, Stalin, Alexei Navalny, Skripal, Grigiry Rodchenkov), так как именно такие имена часто подвергаются семантическому сдвигу.

Следующим этапом исследования стала классификация ксенонимов по способу их образования [5; 6]. Так были выделены ксенонимы, образованные прямым заимствованием с фонетической и графической адаптацией через транслитерацию и транскрипцию (Apparat, commissar, czar, matryoshka, kompromat); ксенонимы-кальки (заимствованное слово составлено из морфем заимствующего языка, поэтому зачастую носители языка не понимают, что слово было заимствовано) (Pioneers, babushkas); гибридные ксенонимы (прямое заимствование + калькирование) (Ivan the Terrible, Putin the Terrible (игра слов), AK-47).

Нами были установлены семантические сдвиги в значении ксенонимов и реконструированы лингвистические механизмы появления нового значения (метафорический или метонимический перенос, заимствование слова в качестве синонима существующему в английском).

Рассмотрим некоторые примеры, образованные по метонимическому переносу. В примере 1 слово используется в прямом значении, пример 2 иллюстрирует метонимический перенос (бабушки носят платки, «babushka» = ‘head scarf’).

babushka

1. бабушка, старая женщина;
2. платок.

(1) ...*You soon realise that the worst offenders are the small but hardened babushkas, who can ruin your day with a carefully placed elbow to the kidney.*

(2) *Little old ladies wearing babushkas are so cute, with their creaky walking and wrinkled smiles and such.*

Следующий пример иллюстрирует образование единицы при помощи конверсии (перехода существительного в категорию глагола).

Kerzhakov

1. А. А. Кержаков (российский футболист, нападающий);
2. промазать.

(3) *In the build-up to the goal Alexander Kerzhakov also pulled off a back-heel to feed Vladimir Bystrov who assisted Semak.*

(4) *86 min: I'm reminded by Kari Tulinius that I need to be nice about the Russian goalscorer. On no account, should it be said that he Kerzhakoved that into the net.*

Далее дан пример метафорического переноса:  
Rasputin

1. Распутин.
2. “плохой советчик, серый кардинал у власти”;
3. сомнительная личность.

(5) *One key figure in the Tsar's government was Rasputin, a character so discredited that while speaking on behalf of the military...*

(6) ... *and other world-leaders, as well as by the scope and questionable legality of his numerous so-called “Executive Orders” with their apparent reliance on the Rasputin-like figure of Steve Bannon.*

(7) *The Russian ultra-nationalist dubbed “Putin's Rasputin” by Breitbart News when it was run by President Donald Trump's chief strategist...*

Кроме метонимии и метафоры в английском языке были обнаружены заимствования. Такие ксенонимы первоначально вошли в систему в качестве синонима слову, существующему в английском, но в последствии произошла дифференциация значений, превращающих их в квазисинонимы, то есть единицы, которые при совпадении большей части семантической структуры не являются взаимозаменяемыми. Рассмотрим примеры.

*apparat – the administrative system of a communist party, especially in a communist country* [9].

В оксфордском словаре данная единица имеет единственное значение (система управления в коммунистической стране). Контекстуальный анализ показал, что *apparat* (синоним к *device/gadget*) может означать «электронное устройство», но отличается от *device/gadget* отрицательной коннотацией (пример).

*To pluck just one, Gary Shteyngart's novel Super Sad True Love Story describes a world where everyone is obsessed with their electronic “Apparat” – an even more omnivorous iPhone.*

Таким образом, в английский язык в большом объеме вошли слова, описывающие русскую культуру. Они получили разную степень адаптации в языковой системе. Многие из них были ассимилированы системой, и помимо фонетической и грамматической адаптации включились в процессы словообразования. Многие ксенонимы включены в словари английского языка или представляют собой прецедентные имена, не требующие пояснения, а актуализирующие значение через контекст. Другие ксенонимы имеют ограниченную сферу употребления и используются только для передачи русского колорита, для описания русской культуры. Данная работа по изучению семанти-

ки ксенонимов может послужить основой для составления словаря ксенонимов русской культуры и дальнейшей реконструкции образа России, который зафиксирован в значении этих единиц.

#### **Библиографические ссылки**

1. Дружинин В. Н. Психология : учебник для гуманитар. вузов. 2-е изд. / под общ. ред. В. Н. Дружинина. СПб. : Питер, 2009. 656 с.
2. Кабакчи В. В., Белоглазова Е. В. Введение в интерлингвокультурологию : учеб. пособие. СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. 252 с.
3. Концепция внешней политики Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: [http://www.mid.ru/foreign\\_policy/news/-/asset\\_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248](http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248) (дата обращения: 13.05.2018).
4. Маслова В. А. Лингвокультурология : учеб. пособие для студ. высш. учеб. завед. М. : Академия, 2001. 208 с.
5. Попова В. Л., Маркова Т. А. Проблема англоязычной передачи русскокультурных эргонимов-ксенонимов // Вестник Брянск. гос. ун-та, 2017. С. 313–317.
6. Софронова Т. М. Объединяя языки и культуры: секреты мастерства англо-русского письменного перевода : учеб. пособие для бакалавров по напр. подготовки 450302 «Лингвистика» (проф. «Перевод и переводоведение»). Красноярск, 2016. 343 с.
7. Толковый словарь Даля онлайн [Электронный ресурс]. URL: <http://slovardalja.net> (дата обращения: 13.05.2018).
8. Толковый словарь Ожегова онлайн [Электронный ресурс]. URL: <http://slovarozhegova.ru> (дата обращения: 13.05.2018).
9. Oxford Dictionaries online [Электронный ресурс]. URL: <https://en.oxforddictionaries.com> (дата обращения: 13.05.2018).
10. The Independent [Электронный ресурс]. URL: <https://www.independent.co.uk> (дата обращения: 13.05.2018).

© Пахомова Т. А., Битнер М. А., 2018

## АББРЕВИАТУРНЫЕ ПРОЦЕССЫ В АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ

Р. П. Писарева

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Изучается проблема аббревиации. На примере английского языка рассматриваются способы образования аббревиатур и их использование в разговорной речи, слэнге и в SMS-сообщениях.*

*Ключевые слова: аббревиатура, аббревиатурные процессы, аббревиация.*

## ABBREVIATION PROCESSES IN ENGLISH

R. P. Pisareva

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*This article is devoted to the problem of abbreviation. For example, in the English language it is considered ways of formation of acronyms and its use in colloquial speech, slang and text messages like SMS.*

*Keywords: abbreviation, abbreviate, acronym.*

Широкое распространение аббревиации и использование сокращенный стало общей тенденцией для многих языков; быстрое и непрерывное увеличение количества информации вызывает естественное стремление пишущих сократить объем текста путем введения в него разного рода аббревиатур.

Французский лингвист А. Мартине («Основы общей лингвистики», 1963) считал, что экономия усилий лежит в основе эволюции языка, так как «постоянное противоречие между потребностями общения человека и его стремлением свести к минимуму свои умственные и физические усилия может рассматриваться в качестве движущей силы языковых изменений» [5, с. 532].

Создание аббревиатур – один из быстроразвивающихся процессов; это – естественная и универсальная тенденция языка. В связи с этим, прогрессирующее пополнение фонда аббревиатур становится существенным фактором, который заслуживает внимания и оценки.

**Аббревиату́ра** – (итал. *abbreviatura*, от лат. *abbreviо* – сокращаю) – существительное, состоящее из усечённых слов, входящих в исходное словосочетание, или из усечённых компонентов исходного сложного слова. Последний компонент аббревиатуры может быть также целым (неусечённым) словом [6, 1990].

Объектом нашего исследования является аббревиация в английском языке, предметом – функционирование аббревиации в современном английском языке.

Цель данной статьи состоит в анализе использования аббревиации в современном английском языке. Для достижения поставленной цели в работе необходимо решить следующие задачи: 1) рассмотреть функционирование аббревиации в речи; 2) привести классификации аббревиатур; 3) проанализировать

использование аббревиации в современном английском языке.

Появление аббревиатур в языке связано с рядом экстралингвистических факторов: ускорение темпа жизни современного человека, развитие инновационных технологий, появление новых научных дисциплин, необходимость дефиниции понятий, широкое использование механических и технических средств коммуникации и пр.

Роль аббревиации в современной лексикологии трудно переоценить. Аббревиатуры помогают сократить до минимума речевые усилия, языковые средства и время, оставаясь при этом понятными и доходчивыми. Аббревиатуры также необходимы для того, чтобы упростить длинные наименования в официально-деловой речи. Слова со сложной внутренней структурой имеют при этом сжатую внешнюю форму, что позволяет употреблять их как в разговорной живой речи, так и в научных трудах. Аббревиатуры, получая массовое распространение в специальных сферах, входят в качестве равноправных слов в общенародную речь.

Несмотря на наличие большого количества исследований, посвященных аббревиации, в современной лингвистике всё еще остаются открытыми многие вопросы. В первую очередь следует отметить, что среди ученых нет единого мнения относительно статуса аббревиации: большинство ученых рассматривают аббревиацию в качестве отдельного способа словообразования; существует также подход, согласно которому аббревиация не является самостоятельным способом словообразования.

Известно, что существует две точки зрения на вопрос о том, какие типы лексических единиц следует относить к аббревиатурам. Сторонники первой точки зрения (В. В. Борисов, В. И. Заботкина, и др.) счита-

ют, что сокращенные наименования подразделяются на две группы: аббревиатуры и сокращения. Вторая точка зрения состоит в том, что аббревиацией могут считаться любые процессы сокращения единиц, поскольку ключевым понятием аббревиации является редукция исходной для аббревиатуры единицы. Этой теории придерживаются такие выдающиеся ученые как Е. С. Кубряковой, Е. А. Дюжиковой, А. Н. Елдышевым и др.

Общей классификации аббревиатур в лингвистике до сих пор не существует; каждый исследователь стремится наиболее полно раскрыть классификацию с учетом тех или иных критериев.

А с точки зрения структурной классификации, Рандольф Квирк, автор книги «A Grammar of Contemporary English» [7, с. 1030–1031], делит аббревиатуры на три типа: Clipping (Усечение), Blends (Сложение), Acronyms (Акронимы):

Аббревиатуры типа «усечение» включают в себя:

а) сокращение первой части слова (*phone* – *telephone* (телефон));

б) сокращение конца слова, что встречается чаще, чем сокращение начала (*exam* – *examination* (экзамен));

в) сокращение как в начале, так и в конце слова, что встречается редко (*flu* – *influenza* (грипп), *fridge* – *refrigerator* (холодильник)).

г) усечение, при котором отпадает средняя часть слова: *Ry* (*railway*) – железная дорога;

д) усечение, при котором остается два слога:

– *ammo* (*ammunition*) боеприпасы;

– *memo* (*memorandum*) докладная записка;

Тип «сложение» образовывается с помощью соединения двух слов: *bit* – *binary+digit* (двоичный знак), *breathalyser* – *breath + analyser* (алкотестер).

Отдельную группу аббревиатур составляют акронимы. Акронимы – вид аббревиатуры, образованной начальными звуками и в отличие от аббревиаций, произносятся не как отдельные буквы алфавита, а как слова: *ECU* – *European Currency Unit* (Европейский Центральный Банк); *SNAFU* – *situation normal, all fouled up* (докладываю: обстановка стандартная, все пошло не так, как и планировалось), *FBI* – *Federal Bureau of Investigation* (Федеральное Бюро Расследований), *UN* – *the United Nations* (Организация Объединённых Наций) etc. Так же они делаются на:

а) акронимы, которые произносятся как отдельные буквы, представляющие элементы сложного слова или просто части слова (*TV* – *television* (телевизор), *TB* – *Tuberculosis* (туберкулез));

б) акронимы, которые произносятся как слово (например, *NATO*) и часто используются людьми, которые могут не знать, что обозначает каждая буква в отдельности. Например: *UNESCO* = *the United Nations Educational Scientific and Cultural Organization* (Специализированное учреждение Организации Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры).

Советский и российский лингвист Э. М. Дубенец выделяла также еще один тип сокращения – графические сокращения. Графические сокращения – результат сокращения слов и словосочетаний только в пись-

менной речи, в то время как в устной речи используются соответствующие полные формы. Они используются для экономии места и усиления в письменной форме.

Например, *e. g.* – *for example* (например),

*a. m.* – *in the morning* (утром),

*p. m.* – *in the afternoon* (вечером),

*No* – *number* (номер),

*i. e.* – *that is* (это).

Л. С. Рудинская отмечает такие типы аббревиации, как слоговое сокращение и сложнослоговое сокращение. Слоговые сокращения образуются от начального слога слов, например: *co* – *company* (компания), *prop* – *property* (имущество). К сложнослоговым сокращениям относятся такие сокращения, которые представлены несколькими начальными слогами или начальным и конечным слогами словосочетаний: *sci-fi* – *scientific fidelity* (научная верность); *sutcom* – *situation comedy* (ситуационная комедия); *Forex* – *foreign exchange* (иностранный валюта), etc.

Аббревиатуры функционируют в разных сферах общественной жизни, в частности, в политике:

*Euro* (*EUROpean*) – европеец, еврокоммунист.

*NIMBY* (*Not In My Back Yard*) – (Досл. только не у меня на задворках), общественное движение против размещения хранилищ радиоактивных отходов в США и ряде других стран.

*Stasi* (*STAatsSicherheitsdienst*) – Штази, министерство государственной безопасности ГДР, аббревиатура образована от немецкой лексической единицы.

в военном деле:

*LRINF* (*Longer-Range Intermediate-range Nuclear Forces*) – ракеты средней дальности.

*AAA* (*Anti-Aircraft Artillery*) – зенитная артиллерия.

*SDI* (*Strategic Defense Initiative*) – программа стратегической оборонной инициативы.

Особенно большое количество аббревиатур встречается в сфере научных технологий, в частности в так называемых «чатах». Чат (от англ. to chat – болтать) – синхронный вид электронного общения. Например: *Semi* – *semicolons* (знак препинания, «точка с запятой»), *jock* – *jockey* (обманка, обманщик), *quest* – *question* (вопрос), *Net* – *Internet* (интернет).

А. А. Ионина указывает на тенденцию к SMS – сокращения в английском языке:

Одна буква или цифра заменяет целое слово, например: *be* – *b* (быть); *ate* – *8* (ел); *see* – *c* (смотреть); *for* – *4* (четыре); *are* – *r*; *to/too* – *2* (два); *you* – *u* (ты); *why* – *y* (почему); *your / you are* – *ur* (твой), *CU* – *See you* (увидимся), *CUL* – *See you later* (увидимся позже), *IKWUM* – *I know what you mean* (я знаю, что ты имеешь в виду), *IOU* – *I owe you* (я должен тебе), *OIC* – *Oh, I see* (оу, я вижу) [3, с. 357].

Непосредственно аббревиатурное образование в английском языке является одним из языковых знаков, так как наделено всеми его характерными признаками и свойствами; его специфика и своеобразие также было выяснена при рассмотрении сокращенных единиц в соотношении с другими знаками языковой системы и с различными сферами современного общества. Советский и российский лингвист

И. В. Арнольд обращала внимание на то, что в английском языке сокращение развито значительно сильнее, чем в русском.

Появление в современном английском языке большого количества сокращенных лексических единиц обусловлено не только рядом экстралингвистических факторов, но и научно-технической революцией, в результате которой появилось много новых социальных понятий, которым необходимо дать названия и закрепить их в языке.

#### **Библиографические ссылки**

1. Арнольд И. В. Лексикология современного английского языка : учеб. пособие. Л. : Просвещение, 1973. 303 с.

2. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка : учеб. пособие для ин-тов и фак. иностр. яз. М. : Высш. шк., 1989. 126 с.

3. Ионина А. А. Особенности современного текстового мышления. SMS-язык. М., 2007. 327 с.

4. Квирк Р. А. Grammar of Contemporary English. М., 1972. 795 с.

5. Мартине А. Основы общей лингвистики // Новое в лингвистике. Вып. III. М., 1963. С. 532–533.

6. Английский язык.ru [Электронный ресурс]. URL: <https://english.language.ru> (дата обращения: 13.05.2018).

7. Лопатин В. В. Аббревиация [Электронный ресурс] // Лингвистический энциклопедический словарь. URL: <http://tapemark.narod.ru/les/009b.html> (дата обращения: 13.05.2018).

© Писарева Р. П., 2018

УДК 800

## ФЕМИНИСТСКАЯ ЛИНГВИСТИКА КАК НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В НАУКЕ О ЯЗЫКЕ

И. И. Погодаев, К. В. Балувев, Е. А. Шерстянникова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматриваются основные цели и задачи феминистской лингвистики и то, как они реализуются в разных языках. Тенденция феминизации лексем в немецком и русском языках. Понятие гендерно нейтральных единиц и их применение в английском языке.*

*Ключевые слова: феминизм, феминистская лингвистика, язык, гендер.*

## FEMINIST LINGUISTICS AS A NEW DIRECTION IN THE SCIENCE OF LANGUAGE

I. I. Pogodaev, K. V. Baluev, E. A. Sherstyannikova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*This article views the main purposes and problems of the feminists linguistic and how they are realized in different languages. The feminization tendency of lexis in german and russian languages. The definition of the gender neutral words and their usage in the English language.*

*Keywords: feminism, feminists linguistic, language, gender.*

Язык – это социальное явление. Он возникает в обществе, развивается и подстраивается под изменения, происходящие в обществе. Различные исторические события, социальные движения и прочие общественные явления непосредственным образом влияют на язык. В конце XIX в. зародилось новое движение, которое получило название феминизм. В данной статье мы рассмотрим идеи феминистской лингвистики и их воплощение в сфере разных языков: английского, немецкого и русского.

Феминизм – совокупность многих женских организаций, которые активно действуют в обществе с целью удовлетворения интересов женщин, а также корректировки государственной политики для достижения гендерного равенства [4]. Начало движения считается 1848 г., но наибольшее развитие получило женское движение в 60-е гг. прошлого века в США. Современный западный феминизм развивался в контексте мощных социальных протестов, имевших антикапиталистический фактор. Наиболее распространенными вопросами, стоявшими перед феминистскими движениями того времени, были законодательное равенство, равная оплата труда за равный труд, равные образовательные возможности, право на аборт. Результатом этого движения стало изменение политических институтов и общественного сознания.

Российские феминистические движения значительно отличаются от американских движений. Проблемы здесь имеют совсем иной характер, они связаны с экономическими изменениями и политическими кризисами, с изменением положения женщин и т. д. Российский феминистский дискурс отличается большей сдержанностью и сравнительным спокойствием, он характеризуется большими душевными и интел-

лектуальными силами. В отличие от американского дискурса и американских женщин с их концептуальным вектором жестокости, агрессивности и соперничества [5, с. 240].

В целом, за всю историю своего существования феминистические акции вызвали огромный резонанс в обществе. Языковые моменты также не остались незамеченными феминистскими движениями. Под влиянием этих движений формируется новая область языкознания – Феминистская лингвистика. Это своеобразное направление в языкознании, главная цель которого состоит в разоблачении и преодолении мужского доминирования, отраженного в языке [4]. Данное направление лингвистики сформировалось только в конце XX в. и не оформилось полностью.

Основным понятием феминистской лингвистики является понятие языкового сексизма. Языковой сексизм проявляется, в частности, в гендерной асимметрии. Данной проблемой занимались такие представительницы феминистской лингвистики, как «профессорки» университета города Констанц Сента Трёмель-Плэц и Луизе Пуш (Германия). В рамках их работ был разработан целый ряд гендерно-корректных альтернатив:

1) полная парная форма: *alle Studentinnen und Studenten* (все студенты и студентки);

2) гендерно нейтральные лексемы: *Person, Mitglied, Lehrkraft, Studierende* (персона, член, учитель/учительница, учащиеся);

3) безличные обозначения должностей и ведомств: *das Rektorat* (ректорат) и пр.

Начиная с 1980 г. предложения по внедрению гендерно-симметричных форм в письменную официальную деловую коммуникацию регулярно печатаются

в «руководствах по несексистскому употреблению языка» [3, с. 75].

Другой целью феминистской лингвистики стало распространение гендерно нейтральных языковых единиц. Гендерно нейтральные единицы языка – это языковые единицы, которые не выражают отношения к тому или иному полу как в его семантике, так и в его морфологии [4]. На устранение языкового сексизма в английском языке направлены новые лексемы, заменяющие традиционные номинации. К таким относятся: *firefighter*, вместо *fireman* (пожарник), *police officer*, вместо *policemen* (полицейский), *member*, *head*, вместо *chairmen* (председатель). Еще одним примером устранения гендерно окрашенных лексем являются слова *humanity* (человечность) и *mankind* (человечность). Оба эти слова используются для определения понятия «человечности». Для людей, которые придерживаются феминистических взглядов, особенно важно использовать в своей речи *humanity* вместо *mankind*, потому что последнее имеет в своей морфологии слово «man», что приписывает слову гендерную окраску [7, с. 87].

Еще одним важным вопросом феминистской лингвистики является проблема феминизации лексических изменений. Иными словами, данное явление можно назвать появлением феминитивов. Феминитив – это имя существительное женского рода, которое обозначает женщину, образовано от однокоренного существительного мужского пола, обозначающего мужчину, и является парным к нему [4]. Обычно феминитивы обозначают профессии, социальную принадлежность и др. Конечно, в разных языках есть слова, относящиеся к женщинам по причине того, что та или иная профессия была женской. Потребность в создании феминитивов заключается в равном разделении труда. Женщины получили право работать в тех сферах, где ранее работали только мужчины. Для наименования этих профессий нужны новые слова.

Проблема феминизации лексем хорошо прослеживается в языках, имеющих категорию рода. Так, например, в немецком языке, до появления феминистических организаций и равенства в разделении труда большинство слов, обозначающих ту или иную профессию, были мужского рода (*der Mechaniker* – механик, *der Arzt* – врач, *der Lehrer* – учитель). После же появления женских организаций в немецком языке наблюдается тенденция прибавления суффикса – *in* к слову, обозначающему род занятий (*der Mechaniker* – *die Mechanikerin* (механик – женщин-механик, *der Reiseleiter* – *die Reiseleiterin* (гид – женщина-гид).

Представительницы российских феминистических движений также способствуют распространению феминитивов, которые, однако, не пользуются большой популярностью среди носителей русского языка. Конечно, в русском языке есть такие слова, как «док-

торша», «секретарша», «учительница» и тому подобное. Однако в современном русском языке большинство таких слов являются уничижительными и несут негативный оттенок значения. При этом до начала XX в. такие слова отражали зависимость от мужчины (т. е. многие слова, такие как офицерша, докторша выражали значение «жены офицера, доктора»). Именно по этим причинам российские феминистки предлагают слова с более нейтральным оттенком значения, такие как «авторка», «врачиха», «докторка» и др.

В современном мире феминизм распространяется с огромной скоростью. Его следы можно обнаружить в самых разных аспектах нашей жизни, и, соответственно, в языке. Таким образом, можно сказать, что феминистические организации в основном справляются со своими целями. Они влияют на общество, решают проблемы равноправия и под их влиянием, безусловно, меняется и язык. Конечно, не во всех странах результаты настолько успешные, как в Германии, но представительницы феминистического движения не останавливаются, ищут новые способы влияния на мышление людей и общества в целом.

#### Библиографические ссылки

1. Григоренко О. В. Современные наименования лиц по роду занятий // Русский язык в школе. 2005. № 4. С. 76–80.
2. Планета общения [Электронный ресурс]. URL: <https://speakplanet.ru/> (дата обращения: 13.05.2018).
3. Ситникова И. О. Влияние феминистской критики языка на немецкоязычный академический интернет-дискурс // Вестник Вятск. гос. ун-та. 2017. № 2. С. 74–80.
4. Тезаурус терминологии гендерных исследований [Электронный ресурс]. URL: <http://www.owl.ru/gender/thesaurus.htm> (дата обращения: 13.05.2018).
5. Шабанова Т. А. Женщина это звучит гордо. Метафорическое представление женского образа в феминистском дискурсе России // Политическая лингвистика. 2011. № 35. С. 238–240.
6. Шабанова Т. А. Образ американской женщины глазами феминисток США // Политическая лингвистика. 2012. № 39. С. 158–161.
7. Шемчук Ю. М. Феминизация лексических изменений как проблема гендерной лингвистики // Вестник Балт. федер. ун-та им. И. Канта. 2013. № 2. С. 86–92.
8. Шемчук Ю. М. Феминизация лексических изменений современного немецкого языка // Rhema. Рема. 2010. № 2. С. 82–87.

© Погодаев И. И., Балуев К. В., Шерстянникова Е. В., 2018



**ПАРАЛИМПИЙСКАЯ ТЕРМИНОЛОГИЯ ЛЫЖНЫХ ВИДОВ СПОРТА В РУССКОМ, АНГЛИЙСКОМ И НЕМЕЦКОМ ЯЗЫКАХ. ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ**

Т. В. Рехачева

Омский государственный университет имени Ф. М. Достоевского  
Российская Федерация, 644077, г. Омск, просп. Мира, 55а

*Рассматриваются проблемы паралимпийской терминологии лыжных видов спорта русского, английского и немецкого языков, основные группы паралимпийских терминов, и приводятся возможные пути решения возникших проблем.*

*Ключевые слова: паралимпийская терминология, лыжные гонки, спортивная терминология.*

**PARALYMPIC TERMINOLOGY OF SKI SPORTS IN RUSSIAN, ENGLISH AND GERMAN LANGUAGES. PROBLEMS AND SOLUTIONS.**

T. V. Rekhacheva

Omsk State University named after F. M. Dostoevsky  
55a, Mira Av., Omsk, 644077, Russian Federation

*The article is dedicated to Russian, English, German Paralympic terminology problems of Nordic skiing. This article presents main Paralympic terminology groups and gives possible solutions.*

*Keywords: Paralympic terminology, Nordic skiing, sport terminology.*

С начала XXI века Российская Федерация взяла курс на интеграцию людей с ограниченными возможностями в социальную среду общества. Были реализованы десятки программ по созданию и обеспечению доступной среды в разных регионах страны. После Паралимпийских игр 2006 г. в Турине Российская Федерация стала уделять больше внимания спортсменам-паралимпийцам, были построены новые спортивные комплексы и медицинские центры для подготовки спортсменов-паралимпийцев. Во время Паралимпийских игр 2014 года в Сочи российские спортсмены-паралимпийцы заняли первое место в общекомандном зачете, выиграв 80 медалей. Объекты, построенные Паралимпийским играм стали новой базой для тренировок и проведения крупных международных соревнований для людей с ограниченными возможностями.

Паралимпийский комитет России выделяет три больших категории спорта: спорт лиц с поражением опорно-двигательного аппарата, спорт лиц с нарушением зрения, спорт лиц с нарушениями интеллекта [1].

Рассмотрим терминологию паралимпийских лыжных видов спорта на примере парабаталона.

Парабиатлон представлен в первых двух категориях: спорт лиц с поражением опорно-двигательного аппарата и спорт лиц с нарушением зрения. А лыжные гонки во всех трех.

Парабиатлон впервые появился на IV Зимних паралимпийских играх 1988 года в Инсбруке (Австрия),

но официально вошел в программу на VI Зимних паралимпийских играх 1994 года в Лиллехаммере (Норвегия). На трех последних Зимних олимпийских играх в Ванкувере (Канада) в 2010, Сочи в 2014 и Пхёнчхане (Южная Корея) спортсмены выступали в трех категориях: лица с нарушением опорно-двигательного аппарата класс «стоя», лица с нарушением опорно-двигательного аппарата класс «сидя» и лица с нарушением зрения. У паралимпийского биатлона существует своя терминология, которая будет отличаться от терминологии биатлона. Отличие будет не только в том, что в парабиатлоне, так называют три отдельных категории соревнований, будет большой блок терминов, связанных с медициной, отличаться будут в спортивном снаряжении, правилах прохождения, особенностях трассы и в специфических потребностях спортсменов-паралимпийцев.

Существует отдельная группа терминов правил и норм классификации, которые будут едиными для всех паралимпийских видов спорта.

Первая группа терминов парабиатлона является наименованиями спортивного класса. В биатлоне существуют следующие классы:

- лица с нарушением опорно-двигательного аппарата (стоя) – LW2, LW3, LW4, LW5/7, LW6, LW8, LW9.;
- лица с нарушением опорно-двигательного аппарата (сидя) – LW10, LW10.5, LW11, LW11.5, LW12;
- лица с нарушением зрения – B1, B2, B3.

Русский	Английский	Немецкий
Оценка спортсмена	Athlete Evaluation	Die Bewertung der Athleten
Стажер-классификатор	Trainee	Der Klassifizierer
Статус пересмотра спортивного класса	Sport Class Status Review	Der Review / die Überprüfung
Международный классификатор	International Classifier	Der Chefklassifizierer

Русский	Английский	Немецкий
Спортивный Класс B2 Острота зрения колеблется от 1.50 до 2.60 (включительно) LogMAR и/или поле зрения сжато до радиуса менее 5 градусов.	Sport Class B2 Visual acuity ranges from LogMar 1.50 to 2.60 (inclusive), and/or the Athletes has a visual field that is constricted to a radius of less than 5 degrees.	Startklasse B2 Wenig Sehrest: Von der Sehkraft von einschließlich 2,6 LogMAR (1/400) bis zu einer Sehkraft von einschließlich 1,5 LogMAR (2/64) und/oder einer Gesichtsfeldeinschränkung mit einem Gesichtsfelddurchmesser von weniger als 5°.

Наименование классов не переводятся на другие языки, а используются английское терминосрращения, в соответствии с международными правилами классификации.

Вторую группу составляют термины снаряжения. Для каждого класса присутствует свое спортивное снаряжение: сани для спортсменов, выступающих в классе сидя, лыжи из легкого стекловолокна, металлические откидные мишени, винтовка, оснащенная электроакустическими очками (оптроническая система):

Русский	Английский	Немецкий
Монольжа с креслом	Sit-ski and outriggers	Der Sit-Ski / der Monoski

В третью группу входят наименования должностей, обеспечивающих соревновательный процесс и подготовку к нему: технический классификатор, руководитель хронометража и обработки данных, руководитель медицинской службы, маркировщик снаряжения. Отдельно стоит упомянуть лидеров, в паре с которыми бегут незрячие спортсмены, и прокладчиков трассы, которые тестируют ее перед началом соревнований:

Русский	Английский	Немецкий
Медицинский классификатор	Medical classifier	Die medizinische Sachverständige

Конфигурация трасс и стрельбища для парабиаatlona незначительно отличается от соответствующих, используемых на обычных соревнованиях. Все изменения касаются уменьшения трассы, упрощения рельефа, сокращения огневой дистанции и переоборудования огневого рубежа для стрельбы лежа, и отдельного рубежа для незрячих спортсменов.

В настоящее время парабиаatlон стремительно развивается, что проявляется в увеличении числа занимающихся и спортивных победах наших спортсменов.

Исходя из всего вышесказанного, можно отметить, что существуют некоторые проблемы для переводчиков, сталкивающихся с необходимостью перевода паралимпийской лыжной терминологии:

1) это специфическая терминология, встречающаяся в специализированных документах, допуск к которым есть у ограниченного количества людей;

2) увеличивается число текстов, с вышеобозначенными терминами, в связи с увеличением популярности спорта;

3) необходимо толкование паралимпийской терминологии, которое в дальнейшем может помочь при переводе.

Решением этих проблем могут стать следующие предложения:

– создание русско-англо-немецкого глоссария парабиаatlона;

– разработка специализированных онлайн занятий по изучению вышеназванной терминологии.

#### Библиографические ссылки

1. Официальный сайт Паралимпийского комитета России [Электронный ресурс]. URL: <https://paralymp.ru/sport/sports/> (дата обращения: 13.05.2018).

2. Правила и нормы классификации в лыжном спорте : пер. и ред. Н. А. Сладковой. Международный паралимпийский комитет, 2014. 38 с.

3. Leitfaden für die Klassifizierung der paralympischen Sportarten // Deutscher Behindertensportverband (DBS). Nationales Paralympisches Komitee Deutschland, 2012, 47 s.

4. IPC Alpine Skiing Classification Rules And Regulations // International Paralympic Committee, 2011, 39 p.

© Рехачева Т. В., 2018

## ЛЕКСИКО-СЕМАНТИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ЛАТИНСКИХ ПАРЕМИЙ И ИХ РУССКИХ АНАЛОГОВ

В. В. Сентябова, О. В. Моргунова (Атрошенко)

Уральский государственный медицинский университет  
Российская Федерация, 620028, г. Екатеринбург, ул. Репина, 3

*Дается лексико-семантический анализ латинских пословиц и поговорок и их русских аналогов с элементами синтаксического описания.*

*Ключевые слова: паремии, русский язык, латинский язык, лексика, семантика.*

## LEXICAL AND SEMANTIC CHARACTERISTICS OF LATIN PROVERBS AND ITS RUSSIAN ANALOGUES

V. V. Sentjabova, O. V. Morgunova (Atroschenko)

Ural State Medical University  
3, Repin Str., Yekaterinburg, 620028, Russian Federation

*In the article lexical and semantic analysis of Latin proverbs and its Russian analogues with the elements of syntactic description is realized.*

*Keywords: the proverbs, Russian language, Latin language, lexis, semantics.*

Изучая в школе малые фольклорные жанры, мы редко задумываемся об их происхождении. При изучении латинского языка становится очевидным семантическое, а иногда и лексико-синтаксическое сходство русских и латинских паремий.

Цель исследования – выполнить сравнительный лексико-семантический анализ русских и латинских паремий с синонимичным значением.

Материалы и методы исследования

Для исследования было собрано и проанализировано около 100 латинских пословиц и поговорок и их русских аналогов (паремий со сходным значением). Источниками материала стали интернет-сборники латинских паремий, словари латинских цитат и русских поговорок [1–6]. Метод лингвистического исследования – лексико-семантическая классификация с элементами анализа синтаксической структуры.

Результаты исследования и их обсуждение

В результате сопоставления синонимичных латинских и русских паремий с точки зрения лексического состава и структуры были выявлены 6 лексико-семантических групп с синтаксическими особенностями.

1. Сохранение смысла в русских паремиях, изменение частеречной принадлежности слов и синтаксической структуры русской фразы.

Сюда можно отнести следующую паремию: *Finis coronat opus*. Конец венчает дело (дословный перевод). Ср. с рус. пословицей «Конец – делу венец». К этой же группе принадлежит выражение

*Qui tacet, consentire videtur*. Кажется, что тот, кто молчит, соглашается (дословный перевод). Ср. с рус. пословицей «Молчание – знак согласия». При этом в латинских и русских фразах используются одноко-

ренные слова (конец, венец и венчать, дело; молчание и молчит, согласие и соглашается).

2. Сохранение смысла в русских паремиях, замена нескольких слов лексикой той же тематической группы, изменение синтаксической структуры.

Примером может служить лат. *Dies diem docet*. Один день другой учит (дословно). Ср. с рус. пословицей «Утро вечера мудренее». Слова «день» и «другой» заменяются на «утро» и «вечер», «учить» заменяется на «мудренее».

Еще одним примером можно считать лат. *Labor non opus, sed beneficium*. Труд не бремя, а благо (дословно). В русском языке существуют синонимичное высказывание «Где труд, там и счастье». Помимо замены «блага» на «счастье», в русском варианте исключается слово «бремя».

Латинское *Ab aqua silente cave* (Остерегайся тихой воды (дословный перевод)) имеет русское соответствие «В тихом омуте черти водятся». Помимо замены «воды» на «омут», русская пословица содержит новые слова (представляющие некий новый образ): «черти водятся».

3. Обобщение ситуации в русских паремиях с сохранением главных слов и изменением синтаксиса.

К этой группе принадлежит, к примеру, формула римского права, устанавливающая правовые отношения между двумя лицами: *Do, ut des; facio, ut facias*. Даю, чтобы ты дал; делаю, чтобы ты сделал. Ср. с рус. выражением «Ты мне – я тебе».

4. Изменение лексического состава, замена образной ситуации на точную передачу смысла в русских паремиях, сохранение/ изменение синтаксической структуры.

Такова латинская фраза *Verba facere mortuo* (Обращаться к мертвецу), которая в русском языке имеет

аналог «Тратить слова попусту». При этом латинский афоризм имеет и другой аналог «Бросать слова на ветер», который целесообразно отнести к 5-й группе.

Также ср. лат. *Mala herba cito crescit* (Плохая трава быстро растет) и рус. «Дурной пример заразителен».

5. Замена буквальной передачи смысла на образную в русских поговорах (чаще с изменением синтаксиса).

Сюда можно отнести лат. *Littera scripta manet* (Написанная буква остается) и рус. поговорку «Что написано пером, то не вырубишь топором».

Еще одним примером является лат. *Ad roenitendum properat, cito qui iudicat* (Кто быстро решает, скоро кается) и русский аналог «Поспешишь – людей насмешишь».

6. Замена конкретных ситуаций и образов другими ситуациями/ образами в русских поговорах с сохранением смысла с изменением/ сохранением синтаксиса.

Так, лат. *Canis vivus melior est leone mortuo* (Живая собака лучше мертвого льва) можно сопоставить с рус. «Лучше синица в руках, чем журавль в небе».

Латинское выражение *Aliena vitia in oculis habemus, a tergo nostra sunt* (Чужие пороки у нас на глазах, а свои за спиной) имеет русское соответствие «В чужом глазу соломинку заметишь, в своем бревна не видишь».

Лат. *Lupus non mordet lupum* (Волк не кусает волка) аналогично русскому «Ворон ворону глаз не выклюет».

Лат. *Similis simili gaudet* (Прохожий радуется прохожему) в русском языке имеет аналог «Рыбак рыбака видит издалека».

Латинская поговорка *Abducet praedam, cui occurrit prior* (Кто первым пришел, тот и уносит добычу) соответствует соврем. рус. «Кто первым встал – того и тапки».

Также сюда можно отнести лат. *Qualis rex, talis grex*. Каков царь, такова и толпа. Ср. рус. Какой поп, таков и приход.

Латинское выражение *Ad Kalendas Graecas* (буквально До греческих календ) (значение – отложить на неопределенный срок) имеет русские аналоги «После дождика в четверг» или «Отложить в долгий ящик».

Также можно сравнить лат. *Absentem laedit, qui cum ebrio litigat* (Кто спорит с пьяным, тот воюет

с отсутствующим) и рус. «Дурака учить – что мертвого лечить».

#### Выводы

1. Наиболее распространенной оказалась 6-я лексико-семантическая группа (44,4 %). Так, народное мышление является образным, причем образы специфичны в каждой культуре. Возможно, большинство поговорок в этой группе появились независимо в латинском и русском языках.

На втором месте по распространенности оказалась 2-я группа (16,6 %). В эту группу чаще всего входят заимствования из латинского языка в русский. Причем они адаптируются к русской культуре, а также к русскому синтаксису.

Менее распространены 1, 4 и 5-я (по 11 %) и 3-я (5,5 %) группы, в которые также в основном входят латинские заимствования в русский язык.

2. Наиболее популярными темами, которые нашли отражение и в русском, и в латинском языках, являются темы о труде, времени, слове, жизни, о человеческих взаимоотношениях, стремлении и недостатках.

#### Библиографические ссылки

1. Мокиенко В. М., Никитина Т. Г. Большой словарь русских поговорок. М. : ОЛМА Медиа Групп, 2007.

2. Душенко К., Багриновский Г. Большой словарь латинских цитат и выражений. 2-е изд., испр. и доп. М. : Азбука-Аттикус, 2017.

3. Крылатые латинские выражения в литературе / Н. О. Овруцкий. М. : Просвещение, 1969.

4. Латинские поговорки [Электронный ресурс]. URL: <https://ecoteco.ru/library/magazine/zhurnal-11/ekologiya/151102-aforizmy/latinskie-poslovicy/> (дата обращения: 18.05.2018).

5. Поговорки народов мира [Электронный ресурс]. URL: [http://pogovorka.yaxy.ru/pogovorki\\_lat.html](http://pogovorka.yaxy.ru/pogovorki_lat.html) (дата обращения: 18.05.2018).

6. *Philologia classica* [Электронный ресурс]. URL: <http://graecolatini.bsu.by/htm-proverbs/proverbs-latin-transcription-170-ru.htm>.

© Сентябова В. В.,  
Моргунова (Атрошенко) О. В., 2018

## МЕЖКУЛЬТУРНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ СТУДЕНТОВ-ПЕРЕВОДЧИКОВ СОГЛАСНО ТРЕБОВАНИЯМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ПО ФГОС

Н. В. Скачёва

Красноярский государственный аграрный университет  
Российская Федерация, 660049, г. Красноярск, просп. Мира, 90

*Рассматриваются межкультурная чувствительность в качестве фактора, в первую очередь влияющего на межкультурные компетенции студента. Межкультурная чувствительность относится к личностным результатам освоения ОП по ФГОС. К сожалению, личностному результату освоения ОП обращают меньше всего внимания, как педагоги, так и студенты. Особенно данный критерий важен для студентов. Важно осознания себя в мире межкультурной коммуникации и глобализации, важна готовность и умение к саморазвитию и определению, осознание причастности себя к определенной культуре и готовности воспринимать другую культуру.*

*Ключевые слова: ОП, ФГОС, межкультурная коммуникация, межкультурные компетенции, межкультурная чувствительность.*

## INTERCULTURAL COMPETENCES OF STUDENTS-TRANSLATORS UNDER THE REQUIREMENTS OF THE EDUCATIONAL PROGRAM ON GEF

N. V. Skacheva

Krasnoyarsk State Agrarian University  
90, Mira Av., Krasnoyarsk, 660049, Russian Federation

*Intercultural sensitivity is considered in the article as a factor, which primarily influences the intercultural competence of the student. Intercultural sensitivity is related to the personal results of the development of the GEF OP. Unfortunately, both the teachers and students pay the least attention to the personal result of mastering the OP. Especially this criterion is important for students. It is important to become aware of ourselves in the world of intercultural communication and globalization, an important readiness and ability to develop and define ourselves, to become aware of ourselves in the context of culture and readiness to perceive another culture.*

*Keywords: OP, GEF, intercultural communication, intercultural competence, intercultural sensitivity.*

Основными документами, согласно ОП по Федеративному Государственному Образовательному Стандарту, являются: требования к структуре ОП, требования к освоению ОП, требования к условиям реализации ОП [1]. Требованиям освоения результатов ОП включают в себя 3 составляющие: метапредметные, предметные и личностные результаты.

Предметные результаты освоения ОП в общем относятся к освоению учебного предмета. Именно данному критерию уделяют больше внимания как педагоги, так и обучающиеся.

Метапредметные результаты должны отражать различные умения студента, например, такие как умение самостоятельно определять цели обучения, ставить и формулировать новые задачи, умение самостоятельно планировать пути для достижения цели. Сюда также входят различные дополнительные компетенции и умения, не затрагивающие предметные компетенции, например, компетенции в области использовании информационно-коммуникативных технологий и т. д. Данные результаты освоения ОП являются очень важными, в первую очередь, для возможности предметного освоения ОП.

К личностным результатам освоения ОП относятся готовность и способность студентов к самообразованию, саморазвитию, самоопределению, способность к самомотивации, самоидентификации своей позиции и т. д.

К первому результату мы бы отнесли получение знаний, ко второму познавательное развитие студента, а к третьему личностное развитие. Объем ФГОС включает в себя все аспекты не только образования, но и самообразования личности согласно его способностям и умениям. Здесь мы остановимся на нескольких важных, на наш взгляд пунктах личностного освоения ОП, относящиеся к формированию межкультурной компетенции.

Итак, формирование компетенций межкультурной коммуникации в требованиях ОП по ФГОС к личностным результатам освоения образовательной программы можно разделить на 2 этапа: формирование личностного мировоззрения и социального включения личности в межкультурную коммуникацию. Данные 2 этапа, на наш взгляд, отражают межкультурную чувствительность студента, которая, в первую очередь, влияет на межкультурные компетенции студента, но

которые скрыты и не лежат на поверхности. К сожалению, к личностным результатам освоения образовательной программы обращают меньше всего внимания, как педагоги, так и студенты. Особенно данный критерий важен для студентов. Важно осознания себя в мире межкультурной коммуникации и глобализации, важна готовность и умение к саморазвитию и определению, осознание причастности себя к определенной культуре и готовности воспринимать другую культуру, важность осознания своих знаний и умений как языковых, так и культурных и так далее. Все эти знания и умения связаны с психологической составляющей личности. Культурные и языковые навыки и умения, мы рассматривали в статье «Фразеология как культурный код к познанию успешной межкультурной коммуникации с деловыми партнерами из Германии» [2]. Однако, в современном мире глобализации и интеграции, компетентность в области межкультурной коммуникации затрагивает не только знания своего и иностранного языка и культуры. Изучение языка и культуры другого народа требует не только знание языка и культуры своего народа, но и осознания себя как личности в мировом пространстве. Данная статья посвящена как студентам, так и преподавателям. Студентам, для осознания себя в межкультурном пространстве и идентификации своих знаний и умений. Педагогам, чтобы они больше внимания обращали на личные качества студентов, расширяли их кругозор в межкультурной коммуникации, объясняли о важности самоопределения и самоидентификации.

Межкультурная чувствительность является основообразующей и влияет на другие навыки и умения межкультурной коммуникации по ФГОС. То есть, согласно данным компонентам, важны личные качества к готовности к межкультурной коммуникации, понимание и принятие культурных различий в межкультурной коммуникации. От данной установки зависит начало, продолжительность и исход межкультурной коммуникации. Межкультурная чувствительность – это способность личности развивать позитивное отношение к пониманию культурных различий с целью адекватного и эффективного поведения в процессе межкультурного взаимодействия. Явление межкультурной чувствительности впервые было упомянуто М. Беннетом, автором модели межкультурно-коммуникативной компетентности [3]. Согласно модели Беннета, межкультурная чувствительность индивида с момента столкновения с иной культурой проходит 2 этапа: этноцентрический и этнорелятивистский этап. Этноцентризм в культурологии это представление о собственной этнической общности, о своей культуре как о центральной, главной по отношению к другим. Этнорелятивизм это согласие личности с существованием различных этнических культур, способность оценивать и контролировать влияния культурных различий. Исходя из модели Беннета, наиболее предпочтительной является ситуация, при которой люди, проживающие на той или иной территории, обладают развитой межкультурной чувствительностью на уровне этнорелятивизма.

В данной публикации мы бы хотели подробнее рассмотреть этап социального включения личности

в межкультурную коммуникацию и посмотреть межкультурную чувствительность студентов СибГУиТ направления Лингвист, переводчик специальности «перевод и переводоведение». Выборку исследования составили 15 человек выпускников-бакалавров 4 курса данной специальности.

Для оценки мы использовали шкалу межкультурной чувствительности К. Хухлаева, М. Чибисовой [4], адаптированной Ю. А. Логашенко для студентов [5]. Данная методика направлена на изучение уровня межкультурной чувствительности и состоит из 4 основных шкал: принятие, преуменьшение, абсолютизация, амбивалентность, и одной дополнительной: шкала лжи. Для обработки данных представлена десятибалльная шкала, соответствующая уровню чувствительности, так от 1 до 3 единиц – низкий уровень, от 4 до 7 – средний уровень, от 8 до 10 – высокий уровень [5].

Из полученных нами результатов опроса студентов СибГУиТ направления Лингвист, переводчик специальности «перевод и переводоведение», мы рассчитали процентную составляющую по каждому уровню из 100 %. Первый уровень «принятие» составил 57 %, второй уровень «преуменьшение» составил 53 %, третий уровень «абсолютизация» составил 48 %, четвертый уровень «амбивалентности» – 51 %. Однако, средний процент может получиться, когда у одних наибольшее число, а у других наименьшее. Поэтому мы продемонстрируем итоги исследования еще и в виде Моды по 10 бальной шкале (то есть, это наиболее встречающееся число). В первом уровне «принятие» наиболее встречающаяся оценка 6, во втором уровне «преуменьшение» – 5, в третьем уровне «абсолютизация» – 4, в четвертом уровне «амбивалентность» – 5. Если мы сравним с процентным соотношением, то в среднем процентное число совпадает с оценкой Моды. Поэтому мы делаем вывод, что выявленный показатель (от 4 до 6) определяет большинство студентов-переводчиков.

Таким образом, в общем, межкультурная чувствительность у данных студентов находится на промежуточном (среднем) этапе развития межкультурной неопределенности (по шкале чувствительности это от 4 до 7). Средний уровень «принятия» говорит о средне развитой способности замечать культурные различия. Средний уровень «преуменьшение» говорит о средне развитой способности оценивать влияние культурных различий в межкультурной коммуникации. Средний уровень «абсолютизации» говорит о средне развитой способности оценивать возможность контролировать влияние культурных различий в межкультурной коммуникации. Средний уровень «амбивалентности» указывает на противоречивость между преуменьшением и абсолютизацией, то есть с убеждениями о важной роли культурных различий, соседствуют убеждения о неконтролируемости, стихийности воздействия, оказываемого этими различиями на межкультурную коммуникацию. Кроме того, первый этап – признание культурных различий в межкультурной коммуникации является наиболее важным, так как с него начинается осознание межкультурной чувствительности. У опрашиваемых нами студентов уровень

этнорелятивизма чуть выше середины. Поэтому здесь стоит говорить о положительной тенденции включения личности в межкультурной коммуникации.

Таким образом, в процессе межкультурной коммуникации помимо хорошего знания языка и культуры, важна психологическая составляющая: важно замечать культурные различия, оценивать их влияние на коммуникацию, оценивать возможность контролирования влияния культурных различий. От межкультурной чувствительности зависят все остальные аспекты дальнейшей межкультурной коммуникации. Поэтому, по нашему мнению, формирование межкультурной компетенции необходимо начинать с этапа формирования включения личности в межкультурную коммуникацию.

#### Библиографические ссылки

1. Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта среднего общего образования [Электронный ресурс] : Приказ М-ва образования и науки РФ №413 от 17 мая 2012 г. (с изм. на 29 июня 2017 г.). URL: <http://docs.cntd.ru/document/902350579> (дата обращения: 18.03.2018).
2. Скачёва Н. В. Фразеология как культурный код к познанию успешной межкультурной коммуникации с деловыми партнерами из Германии // *Философия и культура*. 2018. № 3. С. 42–48.
3. Bennett M. Basic concepts of intercultural communication: Paradigms, principles, & practices. Boston : Intercultural Press, 2013. 348 p.
4. Chibisova M., Khukhlaev O. Measuring teachers' intercultural competence: Towards a theory-based instrument // *Book of Abstracts of the 19th International Congress of the International Association for Cross-Cultural Psychology*. Germany, 2008. P. 230–240.
5. Логашенко Ю. А. Межкультурная сенситивность студентов в полиэтнической среде : дис. ... канд. психол. наук / Санкт-Петерб. гос. ун-т. СПб., 2015.

© Скачёва Н. В., 2018

## ЛИНГВИСТИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННЫХ НАИМЕНОВАНИЙ ЛЕКАРСТВЕННЫХ СРЕДСТВ

Е. С. Скулкова

Уральский государственный медицинский университет  
Российская Федерация, 620028, г. Екатеринбург, ул. Репина, 3

*В современном мире существует много различных лекарственных препаратов, действие которых весьма схоже. А вот названия их, напротив, совершенно различны. Так как же обычному человеку разобраться во всех этих изъясных, ведь иногда название препарата несет одну информацию, а действие его направлено совершенно не другое?*

*Ключевые слова: лекарства, медицина, лингвистика.*

## LINGUISTIC PROBLEMS OF MODERN NAMES OF DRUGS

E. S. Skulkova

Ural State Medical University  
3, Repin Str., Yekaterinburg, 620028, Russian Federation

*In the modern world, there are many different medications, the action of which is very similar. But their names, on the contrary, are completely different. So how can an ordinary person understand all these shortcomings, because sometimes the name of the drug carries one information, and its effect is directed absolutely not the other.*

*Keywords: medicine, medicine, linguistics.*

В современном мире существует много различных лекарственных препаратов, действие которых весьма схоже. А вот названия их, напротив, совершенно различны. Так как же обычному человеку разобраться во всех этих изъясных, ведь иногда название препарата несет одну информацию, а действие его направлено совершенно на другое?

Актуальность теоретической разработки и практического использования принципов рационального выбора названий лекарственных средств обоснована следующими общими положениями. В результате прошедшей за последние годы радикальной трансформации всей сферы обращения лекарственных средств создалась совершенно новая ситуация с информацией о лекарствах, главной характеристикой которой стало чрезвычайное многообразие названий лекарств. Сегодня на фармацевтическом рынке страны более 1500 фармацевтических предприятий и фирм предлагают потребителю около 15 тысяч лекарственных препаратов. В результате ни врачи, ни тем более потребители уже не в состоянии разобраться в бесчисленных, быстро меняющихся и, нередко, очень сходных между собой наименованиях лекарств.

Всемирной ассамблеей здравоохранения государств – членов Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) в 1950 году была принята резолюция, которая определила необходимость международной координации работы национальных комиссий по вопросам экспертизы номенклатуры лекарственных средств, создания соответствующего экспертно-консультативного совета ВОЗ и разработку специальной программы по Международным непатентован-

ным названиям лекарств (МНН) [3, с. 1]. Однако все еще существуют проблемы с наименованиями лекарственных средств. И одной из важнейших проблем современной лингвистики и языковой коммуникации является проблема отхода от традиционной латинской орфографии и фонетики. Как всем нам известно, многие крупные фармацевтические компании патентуют торговые названия препаратов, что порождает фонетические и смысловые сложности восприятия названия лекарственных средств. Например, Чарозетта (Cerazeta) – Италия, Моночинкве (Monocinque) – Италия [1, с. 15]. Однако в некоторых странах для фармацевтических субстанций, наряду с МНН, используются и национальные непатентованные наименования, отличающиеся от МНН. Часто эти отличия незначительны, написание ННН отличается лишь из-за особенностей языка (французский, итальянский, испанский) или путем замены отдельных букв («th» на «t», «ph» на «f», «y» на «i» и т. п.). Например, Acenocoumarol (МНН) – Nicoumalon (BAN), Beclometasone (МНН) – Beclomethasone (BAN, USAN, USP), Benzathine Benzylpenicillin (МНН) – Benzilpenicillin Benzathine (JAN) [2, с. 7]. Изменение фонетических особенностей названий препаратов существенно затрудняет восприятие спектра их действия. Например, в названии Хайпотен (Нуроien) хорошо известные отрезки греческого происхождения – hupo- и -ten-, указывающие на антигипертензивное действие препарата [1, с. 15] теряют свой смысл, так как не выражены в названии препарата.

Еще одной не менее важной проблемой становится удобопроизносимости названий лекарственных



средств. Она возникла в результате отсутствие законодательно закрепленных языковых норм произношения русского языка. Очень ярко это выражено в трех пунктах:

наименования, оканчивающиеся на «о», с традиционным для ЛС ударением а последний слог: Суперо (Supero), Симло (Simlo), Офло (Oflo) и тому подобное;

наименования, оканчивающиеся на звонкую согласную: Оmez (Omez) – в конце слова происходит оглушение звонкой согласной;

названия, в которых есть сочетание двух или трех несовместимых для русской фонетики согласных: Пепфиз (Perfiz) – для фонетики русского языка не характерно сочетание «пф»; Кампто (Campto) – сочетание 3 согласных подряд «мпт» неудобно для произношения; Абциксимаб (Abciximab) – сочетание букв «бц» неудобно, так как в русском языке принято сочетание глухих («гщ») или звонких («бз») согласных [1, с. 15].

Думаю, к этой же проблеме можно отнести и неблагозвучность в русской интерпретации названий некоторых лекарственных средств. Например, Имудон (Imudon), Калчек (Calchek), Матерна (Materna), Мандол (Mandol), Пизина (Pyzina), Кардура, (Cardura) и другие [1, с. 16].

Если рассматривать проблему переводоведения, то стоит обратить внимание на громоздкость некоторых наименований лекарственных препаратов. Большое количество букв и слов в названии препарата существенно затрудняет правильности его перевода, что может привести к крайне неблагоприятным последствиям множество людей. В качестве примера хочется акцентировать внимание на двух препаратах, в названии которых содержится более десять слогов:

Ацетиламинонитропропоксибензен  
(Acetylamino-nitropropoxybenzene);

Гидроксиметилникотинамид  
(Hydroxymethylnicotinamide).

Хотелось бы акцентировать Ваше внимание на сложность произношения и написания данных препаратов.

В заключение хотелось бы сказать, что в современном мире существует огромное разнообразие лекарственных препаратов, что все более и более становится проблемой современной лингвистики, переводоведения и языковых коммуникаций. Учитывая все сложность и противоречивость названий лекарственных средств, нельзя не удивиться тому, почему, во-первых, существует такое большое количество лекарственных средств с одинаковым спектром действия ,во-вторых ,почему сложности фонетики и перевода никак не устраняются, в-третьих, каким образом большинство препаратов с весьма тяжелыми наименованиями весьма успешно конкурирует на мировом рынке сбыта. Я считаю, что все вышперечисленные проблемы в сфере фармакологии затрудняют сотрудничество стран, которые являются лидерами в фармацевтической промышленности, что влечет за собой торможение развития данной промышленной области и создание препаратов, необходимых человечеству на данной стадии его жизнедеятельности.

#### Библиографические ссылки

1. Лазарева М. Н., Хабилова И. А., Чепкасова Е. С. Лингвистические особенности наименования лекарств // Ремедиум. 2005. № 12. С. 15–17.
2. Шашкова Г. М. Международные непатентованные наименования: их значение и использование // Ремедиум. 2005. Спец. вып. С. 86–92.
3. Выровщикова А. В. Современные принципы рационального выбора названий лекарственных средств // Экономический вестник фармации. 2003. № 8. С. 1.

© Скулкова Е. С., 2018

**ОСОБЕННОСТИ МОЛОДЕЖНОГО СЛЕНГА (НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ)**

К. В. Стефанчук, Е. А. Шерстянникова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматриваются особенности молодежного сленга. Речь идет об этапах развития сленга у российской молодежи. Обсуждается вопрос о причинах появления новых слов в речи современных подростков и проникновении их в литературный язык.*

*Ключевые слова: сленг, этапы развития, особенности молодежного сленга, литературный язык, заимствования иностранных слов, «падонкафский язык».*

**PECULIARITIES OF YOUTH SLANG (ON THE EXAMPLE OF THE RUSSIAN YOUTH)**

K. V. Stefanchuk, E. A. Sherstyannikova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The article considers the features of youth slang. It is about the stages of slang development among Russian youth. The question of the causes of the appearance of new words in the speech of modern adolescents and their penetration into the literary language is discussed.*

*Keywords: slang, stages of development, features of youth slang, literary language, borrowing of foreign words, "Padonkaff language".*

«Всякая речь – это постоянное и неуклонное изменение, развитие, творчество, поскольку речь сопровождает, обслуживает, а нередко и стимулирует материальное и духовное созидание, производство и воспроизводство, обновление старого и порождение нового в материальной жизни, в науке, в духовной культуре» [5]. Эти слова Г. Спенсера достаточно ясно отображают важность изучения простой речи, «как явления, как живого организма, который, существуя относительно самостоятельно, вместе с тем является частью общего русского языкового пространства, той почвой, которая в значительной мере питает и собственно литературный язык» [5].

Данная работа органически вписывается в обширный круг публикаций последних десятилетий, связанных со стремлением постичь разговорную речь, в частности, язык молодежи.

В любом языке существует свой молодежный сленг. Им изобилуют фильмы, музыка, СМИ и Интернет. Жаргонные слова приходят в лексикон подростков из уст известных актеров, поп-исполнителей, особенно в жанре «стендап». Посты в соцсетях и забавные видео тоже сопровождаются сленговыми надписями. Чтобы родителям расшифровать этот язык, потребуется немало времени.

Согласно Лингвистическому энциклопедическому словарю, сленг (англ. slang) – совокупность жаргонизмов, составляющих слой разговорной лексики, отражающей грубовато-фамильярное, иногда юмористическое отношение к предмету речи [4].

С начала XX века отмечено три бурные волны развития молодежного жаргона. Самая первая волна

приходится на 20-е годы, когда революция и гражданская война разрушила всю структуру общества практически до самого основания. Появилось множество беспризорников, и обычные школьники, подростки не были ограждены от низшего класса, поэтому, речь молодежи была окрашена новыми красками «блатных» словечек.

Вторая волна накрыла молодое поколение в 50-е годы, когда на улицы и танцплощадки вышли «стиляги». Чуть позже, в 70–80-е гг. стали появляться новые группировки, так называемые, «хиппующие», которые придумали свой «системный» сленг как языковый жест противостояния официальной идеологии.

Четвертой волной считается начало XXI века. В это время пик употребления данного жаргона приходился на 2006–2009 гг. Так называемый «падонкафский» язык – это стиль употребления русского языка с фонетически почти верным, но нарочно неправильным написанием слов (эрративом), частым употреблением ненормативной лексики и определённых штампов. Этот язык очень популярен в социальных сетях, а также породил множество стереотипных выражений и интернет-мемов [1].

Основная особенность стиля «падонкаф» заключается в намеренном нарушении норм орфографии русского языка при сохранении графических принципов чтения и в общем той же фонетической последовательности. Из омофонических способов записи в данной позиции выбирается то, которое не соответствует орфографической норме – употребление, а вместо безударного о и наоборот, взаимозамена безударных и, е и я, цц или ц вместо тс, тьс, дс; также жы и шы,

ча и ця вместо жи и ши; ча и ца, щ вместо сч и наоборот, йа, йо, йу вместо начальных я, ё, ю; взаимозамена глухих и звонких на конце слова или перед глухими (кросафчег), причём вместо ф в этой позиции может употребляться фф (по образцу старой западноевропейской передачи фамилий вроде *Smirnoff*).

Распространено также слияние слов воедино без пробела (*ржунимагу*). Иными словами, это «антинорма», основанная на последовательном (или близком к таковому) отталкивании от существующего нормативного выбора написаний (то есть для того, чтобы писать на жаргоне падонков, фактически надо владеть существующей нормой).

Помимо этого, язык «падонкаф» включает специфическую лексику – обычно общелитературные слова, которым приписаны особые значения/употребления (жаргон в собственном смысле слова): таково само слово *падонк*, а также выражения вроде *жжжшш*, *аффтар*, *вытей йаду*, *аццки* и т. п.

В 2011–2012 гг. мода на этот жаргон снова начала набирать обороты, но уже с большим использованием английских акронимов, например: *LOL (laughing out loud)* – «ЛОЛ» – термин используется в сетевом общении главным образом для выражения смеха в письменной форме; *lolwut (LOL + эрратива англ. what (что) – «лолшто?» или «ЩИТО?»); OMG (Oh My God) – «боже мой» – общепотребительное сокращение-англицизм при текстовом общении [2].*

Можно было бы относиться к сленгу как к явлению временному и легко проходящему, если бы не происходило его глубокое укоренение. Начав употреблять сленговые речевые обороты, подросток и думать начинает так же. В результате сленг начинает просачиваться в сочинения. В скором времени такому подростку требуется переводчик.

Все же сленг – это язык ограниченный, без нюансов, бликов и тончайших оттенков. Принимать его вместо литературного – значит обеднять не только свою жизнь, но и сами мысли о жизни.

Язык подростковой субкультуры высоко экспрессивен, насыщен метафорами, в нем прослеживаются тенденции к сокращению слов (*чел, инет, комл*). Намеренное искажение словесных форм – это протест и способ уйти от откровенно нецензурной брани, прикрывая смысл сказанного сленговой оболочкой.

Современный сленг подростков – это, по сути, кодовый язык. Все в нем подчинено запутыванию и затуманиванию ясного смысла. Подростки бы сгорели со стыда, если бы узнали, что преподаватель или родители понимают их речь. Несмотря на кажущуюся взрослость, они не готовы нести ответственность за свои слова [3].

Сленг превращает сказанное в игру, нечто несерьезное, увлечение юности. Действительно, употребление его со временем проходит. Отпадает надобность шифровать свои действия, взрослый человек называет вещи своими именами. Но для тинэйджеров пока актуально, чтобы взрослые «не совали свой нос в их дела». Молодежный сленг – форма самоутверждения подростков, его можно рассматривать как этап взросления.

Откуда же берутся эти слова? Их придумывают мимоходом, пытаясь объяснить что-то, подбирая подходящее выражение или сравнение. Если новое слово находит отклик, имеет успех в коллективе – оно почти наверняка будет распространяться.

Лексика жаргона проникает в литературный язык через просторечие и язык художественной литературы, где она используется как средство речевой характеристики.

Жаргонизмы создаются на основе заимствований, путем переосмысления общепотребительных слов (*«рвануть»*, *«слинять»* – уйти; *«тачка»* – автомобиль) введение просторечных слов (*«бабки»* – деньги).

Таким образом, молодежный сленг – разговорный вариант языка определенной группы молодых людей, которые активно стремятся противопоставить себя старшему поколению и общественным нормам, что находит свое отражение в языке, придавая терминам больше экспрессивности и эмоциональности.

#### Библиографические ссылки

1. Литневская А. М. Studfiles [Электронный ресурс]. URL: <https://studfiles.net/preview/3302164/> (дата обращения: 18.03.2018).
2. Назарова Е. А. DisserCat [Электронный ресурс]. URL: <http://www.dissercat.com/content/mesto-i-rol-zaimstvovaniy-iz-angliiskogo-yazyka-v-sovremennom-russkom-yazyke-konets-xx-nacha> (дата обращения: 18.03.2018).
3. Зубкова М. А. Толковый словарь подросткового сленга для родителей [Электронный ресурс]. URL: <http://docplayer.ru/68735643-Tolkovyy-slovar-podrostkovogo-slenga-dlya-roditeley.html> (дата обращения: 18.03.2018).
4. Арапов М. В. Сленг // Лингвистический энциклопедический словарь / под ред. В. Н. Ярцевой; Ин-т языкознания АН СССР. М.: Сов. энцикл., 1990. 682 с.
5. Львова Э. А. Социальные жаргоны [Электронный ресурс]. URL: [http://yaneuch.ru/cat\\_08/socialnye-zhargony/184479.2010666.page2.html](http://yaneuch.ru/cat_08/socialnye-zhargony/184479.2010666.page2.html) (дата обращения: 18.03.2018).

© Стефанчук К. В., Шерстянникова Е. А., 2018

## КОНТРАСТИВНЫЙ АНАЛИЗ ЛАТИНСКИХ И АНГЛИЙСКИХ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ (НА ПРИМЕРЕ НАЗВАНИЙ ЛЕКАРСТВЕННЫХ ФОРМ)

Д. В. Устинова, О. Г. Олехнович

Уральский государственный медицинский университет  
Российская Федерация, 620028, г. Екатеринбург, ул. Репина, 3

*Проведено сравнение латинских и английских названий лекарственных форм. Выявлены закономерности в структуре и происхождении этих терминов. Проведенный анализ позволил выделить шесть групп терминов, сходных по своей семантической структуре. Выявленные закономерности будут полезны при организации совместной работы медицинских специалистов из разных стран.*

*Ключевые слова: названия лекарственных форм, латинская, английская фармацевтическая терминология.*

## CONTRAST ANALYSIS OF LATIN AND ENGLISH PHARMACEUTICAL TERMS (THE CASE OF DOSAGE FORMS)

D. V. Ustinova, O. G. Olekhovich

Ural State Medical University  
3, Repin Str., Yekaterinburg, 620028, Russian Federation

*The article compares the Latin and English names of dosage forms. Regularities in the structure and origin of these terms are revealed. The analysis allowed to identify six groups of terms similar in their semantic structure. The revealed regularities will be useful in the organization of joint work of medical specialists from different countries.*

*Keywords: latin and english pharmaceutical terms, dosage forms.*

В современном мире научная терминология играет важную роль в профессиональной коммуникации людей, являясь источником получения и передачи научной информации, а также инструментом овладения специальностью. Кроме того, она является частью научного аппарата, дает возможность познать закономерности исследовательского процесса, определить каналы взаимодействия с другими элементами определенной области науки.

Одним из основных требований, предъявляемых современным терминологическим наименованиям, состоит в их «международной узнаваемости», обеспечиваемой интернациональностью формы и содержания терминов [2]. Терминология лекарственных форм имеет решающее значение для выбора методов лечения и получения эффекта от лечения.

Цель исследования – сравнить латинские и английские названия лекарственных форм, выявить закономерности в структуре и происхождении этих терминов, что поможет более адекватно использовать данные термины в профессиональном общении на международном уровне.

Материалы и методы исследования

Предметом исследования являются термины лекарственных форм на латинском и английском языках. Для их сравнительного анализа был использован метод сплошной выборки из общих и этимологических словарей, описательный метод оценки полученных данных, метод структурно-семантического анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

Проведенный анализ позволил выделить шесть групп терминов, сходных по своей семантической структуре.

Первую группу терминов представляют собой совершенно идентичные слова (табл. 1). Несмотря на различия в произношении, мы выявили их абсолютное графическое сходство.

Рассмотрим происхождение названий в первой группе:

spanšula, -ae f – новолат. термин от греч. *span(ios)* ‘редкий, скудный’ и лат. *(cap)šula* ‘капсула’ < *capsa* ‘ящик, коробка’;

новолат. *elixir, -īris* n от фр. *elixir* < араб. *aliksīr* ‘сухое лекарство’; в представлении средневековых алхимиков фантастический напиток, дающий вечную молодость;

caramel, -ellis n – релатинизация фр. *caramel* < от лат. *cannamella, -ae f* ‘сахарный тростник’, которое составлено из *canna, -ae f* < ‘тростник, камыш’ и *melleus, -a, -um* ‘сладкий, как мед’;

фр. *dragées* – форма множественного числа от греч. *tragemata* ‘сладкое блюдо, лакомство’. Данный термин является международным наименованием твердой лекарственной формы, получаемой путем нашлаивания лекарственных средств на гранулы, и во всех языках, даже в современной латинской медицинской терминологии, сохраняет французскую орфографию *dragée* [5].

Spray – от англ. ‘струя воды’, употребляется, подобно слову *dragée*, на языке оригинала. По значению явля-

ется синонимом лекарственной формы *nebula*, – ае f ‘орошение’.

Несмотря на разницу в этимологии данных терминов, они вошли в медицинскую терминологию в качестве лекарственной формы сравнительно недавно. Этим объясняется их идентичное написание. Отметим, что данные термины на русском языке произносятся аналогично и не требуют перевода.

Вторая группа латинских и английских терминов отличается только окончаниями. Названия лекарственных форм появились сравнительно давно (ориентировочно в XIV–XV столетии), в английскую терминологию были заимствованы из латинского. Разные окончания объясняются тем, что казанные языки имеют разную грамматическую структуру. В латинском окончания указывают на определенный род: -a – женский род, -us – мужской род, -um – средний род, а в английском языке эти окончания меняются на -e (табл. 2).

Последние два латинских слова в табл. 2 имеют суффикс -i-, который в английском термине исчезает, что также связано с другим грамматическим строем языка. Тем не менее, они были отнесены к данной группе, поскольку окончания слов изменяются подобно вышеприведенным терминам.

В третьей группе выявлены термины с одинаковым корневым значением, но с разной структурой слова. В основном это названия жидких лекарственных форм, представляющие собой водную вытяжку из лекарственного растительного сырья (табл. 3).

Указанные латинские термины образованы от глаголов:

*suspensio* – от лат. *suspendo, pendi, pensum, ěre 3* ‘вешать, взвешивать’;

*infusum* – от лат. *infundo, fūdi, fūsum, ěre 3* ‘вливать, наливать’;

*decoctum* – от лат. *decoquo, coxi, coctum, ěre 3* ‘отваривать, варить’;

*emulsum* – от лат. *emulgeo, mulsi, mulsum, ěre 2* ‘доить, выдаивать’;

*solutio* – от лат. *solvo, solvi (solui), solūtum, ěre 3* ‘растворять, растоплять, плавить’ [5].

Соответствующие английские термины заимствованы из латинского языка, при этом окончание меняется на суффикс *-ion*, который в английском языке означает ‘действие, состояние или результат’, подчеркивая, что существительное образовано из глагола.

Четвертую группу составляют термины, в которых английские слова имеют ту же основу, что и латинские, но не имеют окончания (табл. 4).

Пятую группу составляют термины с измененной основой. Кроме того, у английских терминов, в отличие от латинских, отсутствует окончание. Возможно, это связано с тем, что данные термины заимствованы из латинского через посредство других языков:

*cream* < из фр. *crème* ‘сливки, крем, мазь’ < лат. *chrisma* ‘помазание’;

*tablet* < от фр. *tablette* ‘плитка, таблетка’, уменьш. от *tablet* < лат. *tabuleta*;

*sirupus* < из фр., где *sirup* < через ит. посредство от араб. *šarab* ‘напиток’ < *serbet* ‘освежающее питье’;

*mucilāgo, -inis f* ‘слизь’ < от лат. *mucus, -i m* ‘слизь’ и *ago, egi, actum ěre 3* ‘гнать’ [5].

Таблица 1

Латинский термин	Английский термин	Русский перевод
<i>Spansula</i>	<i>Spansula</i>	Спансула
<i>Caramel</i>	<i>Caramel</i>	Карамель
<i>Dragee</i>	<i>Dragee</i>	Драже
<i>Spray</i>	<i>Spray</i>	Спрей
<i>Elixir</i>	<i>Elixir</i>	Эликсир
<i>Solvella</i>	<i>Solvella</i>	Солвелла

Таблица 2

Латинский термин	Английский термин	Русский перевод
<i>Granulum</i>	<i>Granule</i>	Гранула
<i>Mixtura</i>	<i>Mixture</i>	Микстура
<i>Capsula</i>	<i>Capsule</i>	Капсула
<i>Pasta</i>	<i>Paste</i>	Паста
<i>Tinctura</i>	<i>Tincture</i>	Настойка
<i>Pastillus</i>	<i>Pastille</i>	Пастилка
<i>Suppositorium *</i>	<i>Suppository</i>	Свеча
<i>Spongia *</i>	<i>Sponge</i>	Губка

Таблица 3

Латинский термин	Английский термин	Русский перевод
<i>Infusum</i>	<i>Infusion</i>	Настой
<i>Decoctum</i>	<i>Decoction</i>	Отвар
<i>Emulsum</i>	<i>Emulsion</i>	Эмульсия
<i>Solutio</i>	<i>Solution</i>	Раствор
<i>Suspensio</i>	<i>Suspension</i>	Суспензия

Таблица 4

Латинский термин	Английский термин	Русский перевод
<i>Linimentum</i>	<i>Liniment</i>	<i>Линимент</i>
<i>Gelum</i>	<i>Gel</i>	<i>Гель</i>
<i>Aerosolum</i>	<i>Aerosol</i>	<i>Аэрозоль</i>
<i>Extractum</i>	<i>Extract</i>	<i>Экстракт</i>
<i>Pilula</i>	<i>Pill</i>	<i>Пилюля</i>
<i>Balsamum</i>	<i>Balsam</i>	<i>Бальзам</i>

Таблица 5

Латинский термин	Английский термин	Русский перевод
<i>Mucilāgo</i>	<i>Mucus</i>	<i>Слизь</i>
<i>Cremer</i>	<i>Cream</i>	<i>Крем</i>
<i>Tabuletta</i>	<i>Tablet</i>	<i>Таблетка</i>
<i>Sirupus</i>	<i>Syrup</i>	<i>Сироп</i>
<i>Sapo</i>	<i>Soap</i>	<i>Мыло</i>

Таблица 6

Латинский термин	Английский термин	Русский перевод
<i>Unguentum</i>	<i>Ointment</i>	<i>Мазь</i>
<i>Guttae</i>	<i>Drops</i>	<i>Капли</i>
<i>Succus</i>	<i>Juice</i>	<i>Сок</i>
<i>Emplastrum</i>	<i>Adhesive plaster</i>	<i>Пластырь</i>
<i>Pulvis, aspersio</i>	<i>Powder</i>	<i>Порошок</i>
<i>Mel</i>	<i>Honey</i>	<i>Мед</i>

В табл. 6 представлены термины, которые сильно отличаются и можно выделить только небольшие сходные отрезки.

Рассмотрим этимологию терминов:

*Unguentum* – от лат. *unguo, unxi, unctum, ěre 3* ‘мазать, намазывать, покрывать маслом или жиром’; *ointment* – от фр. *oignement* < от лат. *unguo, unxi, unctum, ěre 3*.

*Succus* – от лат. *sugo, suxi, suctum ěre 3* ‘сосать, всасывать’. *Juice* – от ср.-англ. *jus, juis*, от старофр. *jus* < *jous* < от лат. *jus* ‘отвар, суп, соус’.

*Emplastrum* – из греч. *emplastron* < *jous* < от *emplassō* ‘замазываю’.

*Пластырь* буквально ‘то, чем замазывают (раны)’/

*Powder* ‘порох’ из фр. *poudre* ‘пудра’ < *poudre* ‘пыль’ восходит к лат. *pulvis, -eris m*. *Drops* – от англосакс. (to fall in drops) [6].

Выводы

1. В результате контрастивного анализа четко выделяется шесть групп латинско-английских терминов, сходных по своей семантической структуре, но с разной графической репрезентацией.

2. Большинство английских медицинских терминов лекарственных форм прямо или опосредованно заимствованы из латинского языка, хотя имеются и некоторые исключения. Это в основном касается названий лекарственных форм, появившихся сравнительно недавно.

#### Библиографические ссылки

1. Архипова И. С., Олехнович О. Г. Латинский язык и основы медицинской терминологии : учеб. пособие по латинскому языку. Екатеринбург : УГМУ, 2014. 192 с.
2. Матвеева О. В. Лексическое калькирование как результат лингвокультурного влияния в условиях межкультурной коммуникации : дис. ... канд. филол. наук. Саратов, 2005.
3. Русско-латинский фармацевтический словарь (для студентов фармацевтич. вузов) : учеб. пособие / сост.: М. Н. Лазарева, Г. В. Филимонова, С. В. Чудинова / под ред. М. Н. Лазаревой. Пермь : Перм. гос. фарм. акад., 2006. 120 с.
4. Современный словарь иностранных слов. М. : Рус. яз., 1992. 740 с.
5. Хоменко А. И., Цисык А. З., Шадурская С. К., Швайко Е. С. Лекарственные формы и названия препаратов в латинской части рецепта : учеб.-метод. пособие. Минск, 2002.
6. Online Etymology Dictionary [Электронный ресурс]. URL: <https://www.etymonline.com/> (дата обращения: 05.05.2018).

© Устинова Д. В., Олехнович О. Г., 2018

УДК 344.78.034

## АДАПТАЦИЯ РЕКЛАМНЫХ СООБЩЕНИЙ В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ЛОКАЛИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРАХ АВТОМОБИЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ НЕМЕЦКОЯЗЫЧНЫХ СТРАН, РОССИИ, УКРАИНЫ И БЕЛАРУСИ)

А. Г. Худоногова, Н. Д. Вершкова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Для достижения эффективности воздействия рекламного сообщения в определенной стране или регионе зачастую требуется обработка как вербальной, так и невербальной составляющей оригинального сообщения. Изображения, графические элементы, равно как и тексты, также подвергаются локализации. На одном и том же языковом пространстве может порождаться разный рекламный продукт.*

*Ключевые слова: рекламное сообщение, локализация, вербальный компонент, слоган, невербальный компонент, цвет.*

## ADAPTATION OF ADVERTISING MESSAGES IN ACCORDANCE WITH THE REQUIREMENTS OF LOCALIZATION (ON THE EXAMPLES OF AUTOMOBILE ADVERTISING OF THE GERMAN-LANGUAGE COUNTRIES, RUSSIA, UKRAINE AND BELARUS)

A. G. Khudonogova, N. D. Vershkova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochoy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*In order to achieve the effectiveness of the impact of an advertising message in a particular country or region, it is often necessary to process both the verbal and non-verbal components of the original message. Images, graphic elements, as well as texts, also undergo localization. A different advertising product can be generated on the same linguistic space.*

*Keywords: advertising message, localization, verbal component, slogan, non-verbal component, color.*

На современном этапе развития общества «реклама как один из каналов общения в повседневной жизни выполняет координирующую функцию в общем процессе межкультурного общения» [3], осуществляя функцию урегулирования «культурных мостов» между странами, способствуя углублению глобальной межкультурной коммуникации [7]. Для рекламной сферы это означает необходимость локализации, то есть привязки оригинального текста к особенностям его восприятия иноязычным реципиентом.

Адаптация оригинальной рекламы к национальным особенностям спроса является залогом успеха продвижения продукта на рынок. Многие транснациональные компании пользуются стратегией локализации рекламы своих товаров для учета региональных особенностей, ментальных характерных привычек страны или отдельного сегмента, с целью достижения адекватной реакции реципиента на предложенную информацию. «Локализация в лингвистике, или языковая локализация, включает перевод текста и его адаптацию к культурно-специфическим особенностям определенной страны, региона или конкретной целевой аудитории, т. е. это внесение определенных поправок социально-культурные (религиозные основы, социальные, этические и нравственные нормы), психологические, политические и иные различия» [6].

Рассмотрим пример представления модели автомобиля «Поло» на рынках Германии, Австрии и Швейцарии автоконцерном «Фольксваген»: учитывая бюджетный класс автомобиля и такую черту менталитета немцев, австрийцев и швейцарцев, как практичность и экономность, рекламный отдел разработал единую версию сообщения с изображением Фольксвагена Поло (кузов хэтчбек). Универсальным для потребителей всех трех немецкоязычных стран оказался слоган: «Kantensprung. Der Polo zeigt sich von der schnittigen Seite: ein starker Charakter» // Выход за границы привычного. Поло показывает себя с неожиданной стороны: автомобиль с сильным характером.

Продвигая модель автомобиля «Поло» на рынки Восточной Европы, «Фольксваген» локализовал не только вербальную составляющую рекламного сообщения, но и иллюстрацию: модель «Поло» изображена с кузовом седан (автомобили малых размеров не пользуются на территории бывших стран СНГ такой популярностью как в Европе). Текстовое наполнение рекламных сообщений на территории России, Беларуси и Украины также отличается. Россияне делают ставку на увеличенный размер данной модели и предлагают слоган: «Самое привлекательное в Поло ... седан». Украинский сайт предлагает слоган: «Новий Polo sedan. По-новому стильний. Як завжди,

надійний» // Новый Поло седан. По-новому стильный. Как всегда, надежный. Это может свидетельствовать о том, что украинский потребитель в нынешних условиях, прежде всего, делает ставку на надежность автомобиля.

Концерн «Мерседес», выпустив модель «GL», предложил единое рекламное сообщение для немецкоязычных стран с изображением автомобиля и слоганом: «Die Kraft der Gelassenheit» // Сила уверенности.

На рынки Украины данное сообщение пришло в форме перевода немецкоязычной версии слогана «Сила уверенности», т. е. никакой работы по локализации рекламного сообщения не проводилось. В Беларуси и России были представлены собственные локализованные варианты слогана. Так, в Российской Федерации, которая, по мнению социологов, более консервативна, традиционна, более склонна к порядку, иерархии, и с незапамятных времен ведет борьбу с плохими дорогами, рекламное сообщение было трансформировано следующим образом: «Гроза дорог, глава семейства».

Эффективность психологического воздействия рекламных сообщений характеризуется яркостью и глубиной впечатлений, которые оставляют след в сознании и памяти людей.

Для рекламы автомобильной промышленности особую роль играет восприятие не только технических характеристик, но и цветовой гаммы.

Красный цвет оказывает на психику человека самое сильное эмоциональное воздействие. Из всех цветов он самый теплый. Этот цвет будоражит, вызывает возбуждение и прилив энергии. Красный цвет ассоциируется у немцев со страстью, торжеством, огнем, революцией, свободой, преданностью [4]. На Руси красный цвет имеет двойное толкование: с одной стороны, это цвет любви, мужества и смелости, с другой – цвет опасности, крови, войны [9].

Не случайно спортивные автомобили с большой мощностью в рекламных сообщениях представлены именно в этой цветовой гамме. Примером может послужить изображение модели «БМВ Х1» на территории разных стран. По мнению российской исследовательницы Л. А. Загладько, которая ссылается на немецкого лингвиста Е. Хаймендала, яркому резкому желтому цвету соответствуют состояния легкомыслия, ветрености, безрассудства, беззаботности. С другой стороны, это цвет расточительства и мотовства. Экстремальные, неумеренные свойства желтого цвета делают его символом зависти и лицемерия [4].

В русскоязычном лингвопространстве желтый цвет вызывает противоречивые ассоциации: как положительные (солнце, улыбка, жизненные силы, цветы, радость, достаток), так и отрицательные (разлука, болезнь, измена, яд, радиация, зависть, ревность, усталость, продажность) [8], или нейтральные, например, цвет такси. Скорее всего, по причине последней ассоциации с такси, желтый цвет автомобилей в России не является популярным. Черный цвет автомобиля предпочтителен как в немецкоязычном, так и рус-

скоязычном лингвопространствах, так как ассоциируется с классикой, независимостью, стилем.

Подводя итог, хотелось бы еще раз отметить, что для успешной рекламной деятельности на рынках различных стран необходим учет не только языковых тонкостей, но и социокультурного аспекта конкретного региона.

Процессы адаптации рекламных сообщений имеют разную интенсивность. Наивысшая интенсивность данного процесса была зарегистрирована нами на территории России, где были адаптированы все рекламные сообщения, наименьшая – на территории Украины, где оригинальный текст либо подвергался дословному переводу, либо опускался. Процессы локализации на территории Беларуси, Германии, Австрии и Швейцарии проявили себя в относительно равной степени.

### Библиографические ссылки

1. Болтрукевич Е. Ч. Менталитет как фактор политической культуры белорусов [Электронный ресурс]. 2015. URL: <http://elib.bsu.by/bitstream/123456789/40053/1/Е.Ч.Болтрукевич.pdf> (дата обращения: 18.03.2018)
2. Боярчук Т. В. Влияние исторического прошлого на менталитет белорусов [Электронный ресурс]. 2015. URL: <http://elib.grsu.by/katalog/173740-394795.pdf> (дата обращения: 18.03.2018).
3. Горлатов А. М. Функциональный стиль рекламы в современном немецком языке : монография. Минск : Минск. гос. лингв. ун-т, 2002. 257 с.
4. Горлатов А. М. Особенности перевода немецких рекламных текстов на русский язык // Материалы ежегодной научной конференции преподавателей и аспирантов университета (Минск, 14–15 апр. 2004 г.) : в 4 ч. / Минск. гос. лингв. ун-т ; редкол.: Н. П. Баранова (отв. ред.) [и др.]. Минск, 2005. Ч. 4. С. 88–95.
5. Загладько Л. А. Символическое значение цвета в фразеологических единицах немецкого языка // Вестник Моск. гос. област. ун-та. Сер. Лингвистика. 2009. № 3. С. 194–197.
7. Ромадина И. Д. Коммуникативно-прагматические характеристики вторичного рекламного текста: перевод и локализация // Вестн. ВолГУ. Сер. 9, Исследования молодых ученых. 2013. № 11. С. 208–210.
8. Халатян А. Г. Национально-культурные компоненты в языке современной рекламы : автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01; Ин-т рус. яз. им. А. С. Пушкина. М., 1997. 20 с.
9. Психология цвета. Жёлтый цвет [Электронный ресурс]. 2015. URL: [anysite.ru/publication/yellow](http://anysite.ru/publication/yellow) (дата обращения: 18.03.2018).
10. Символика цвета в русской культуре [Электронный ресурс]. 2015. URL: [ouryzh.krut.obr55.ru/files/.../Символика-цвета-в-русской-культуре.doc](http://ouryzh.krut.obr55.ru/files/.../Символика-цвета-в-русской-культуре.doc) (дата обращения: 18.03.2018)

© Худоногова А., Вершкова Н. Д., 2018



УДК 81'373

**РУССКОЯЗЫЧНЫЕ И АНГЛОЯЗЫЧНЫЕ ИДИОМЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ДЕЛОВОЙ КОММУНИКАЦИИ: СПЕЦИФИКА И ПРОБЛЕМА ЛИНГВОКУЛЬТУРНОЙ МЕЖЪЯЗЫКОВОЙ ЭКВИВАЛЕНТНОСТИ**

А. Г. Худоногова, Е. В. Кондрашова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Исследуются семантика и прагматика фразеологизмов-идиом английского и русского языков, функционирующих в сфере бизнеса. Анализируются происхождение, внутренняя форма и специфика контекстуального употребления исследуемых идиом; выявляются факторы, влияющие на их оценочную коннотацию и прагматический эффект в целом.*

*Ключевые слова: идиома, бизнес, эквивалентность, контекст, коннотация, семантические признаки, прагматический эффект, коммуникативная ситуация.*

**RUSSIAN-LANGUAGE AND ENGLISH-LANGUAGE IDIOMS USED IN BUSINESS COMMUNICATION: SPECIFICITY AND PROBLEM OF LANGUAGE CULTURAL EQUIVALENT EQUIVALENCE**

A. G. Khudonogova, E. V. Kondrashova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*This article explores the semantics and pragmatics of phraseological idioms of English and Russian languages, functioning in the business sphere. The origin, internal form and specificity of the contextual use of the studied idioms are analyzed; Factors influencing their estimated connotation and pragmatic effect in general are revealed.*

*Keywords: idiom, business, equivalence, context, connotation, semantic signs, pragmatic effect, communicative situation.*

Сегодня деловые отношения, несомненно, являются одной из важнейших сфер межкультурной коммуникации. Фразеологические единицы (далее – ФЕ), имеющие отношение к бизнесу (понятие бизнеса в нашем исследовании трактуется достаточно широко и включает все виды поведения в профессионально-деловой сфере и при осуществлении торговых сделок, нашедшие отражение во фразеологии), широко используются не только в учебной литературе и масс-медиа, но и в повседневной деловой коммуникации, переговорах и т. п. Этот факт обуславливает важность вопроса межъязыковой фразеологической эквивалентности. В современной лингвистике однозначно признано, что межъязыковое взаимодействие не сводится к грамматическим структурам и вокабуляру – это в равной мере взаимодействие культур и менталитета носителей языков: «Практически любой концепт может быть переведён с одного языка на другой. Однако общий вербальный код для представителей различных этнокультурных социумов отнюдь не является гарантией их понимания на уровне концептуальных систем [4]. Этот принцип широко практикуется в рамках когнитивно-прагматического подхода к исследованию ФЕ, где они рассматриваются «не просто как лингвистический орнамент, но как когнитивный и социокультурный феномен» [1]. Таким образом, анализ ФЕ и поиск их межъязыковых эквивалентов (осо-

бенно когда речь идёт об идиомах) не сводится к формальной структуре и денотативному компоненту – большое значение имеет анализ внутренней формы, оценочной коннотации и смысловых оттенков, которые полностью только в контексте, т. е. при анализе конкретной коммуникативной ситуации. С учётом этого факта, исследователи полагают, что структурная идентичность и даже формальное словарное значение идиомы не всегда являются ведущими факторами при выборе эквивалента – речь идёт скорее о «выборе информации, истинной для определённого фрагмента действительности, фактов и событий» [10].

Начнём с анализа ФЕ, характеризующие успешную прибыльную деятельность или товар – cash cow, make a killing, золотая жила, сорвать куш, грести деньги лопатой и др.) Практически единственным примером полной эквивалентности в рамках этой группы является пара leave competitors behind – оставить конкурентов позади:

• Japanese companies have left their competitors behind blending design and technologies in ways unmatched by western companies [8]. – Японские компании оставили всех конкурентов далеко позади, сочетая дизайн и технологичность на уровне, недостижимом для западных компаний. Данная ФЕ несёт позитивную коннотацию практически в любой ситуации за счёт семантических признаков энергии и силы,

а также благодаря импликации заслуженного успеха, реализуемой контекстом. Иная ситуация наблюдается с идиомой *be in the driving seat*, объективирующей абсолютное лидерство и доминирующее положение. Хотя в русском языке имеется сходная по структуре и лексическому наполнению идиома *быть у руля*, она не вполне реализует ведущий семантический признак, имплицитный англоязычной идиомой – абсолютный контроль и доминирование. Поэтому в ситуациях, подпадающих под действие ФЕ *be in the driving seat*, в русском языке используется глагольная коллокация *получить контроль над чем-либо*:

- With our market dominance in the US, we are really in the driving seat [8]. Ещё два интересных примера в этой группе ФЕ – идиомы *a cash cow* и *to make a killing*. Идиома *a cash cow* часто переводится на русский язык как *дойная корова*, что является ошибочным. Содержание идиомы *a cash cow* определяется как «компания, бизнес или товар (продукт), имеющие значительную долю на рынке и приносящие большую прибыль» [10].

Однако русская идиома *дойная корова*, действительно сходная с английской по лексическому составу, имеет иное содержание и несёт совершенно другие семантические признаки: «дойная корова» – это характеристика объекта (как правило, человека), за счёт которого субъект живёт и которого довольно цинично использует. Таким образом, не только семантика, но и прагматический эффект данной идиомы не позволяют использовать её в качестве эквивалента. Адекватным эквивалентом идиомы *a cash cow* является её семантический коррелят – ФЕ *золотая жила*, отличающаяся по лексическому составу, внутренней форме и культурной специфике, но точно и полно передающая ключевые семантические признаки и прагматические импликации оригинала – активность, энергию, позитив, преуспевание, «здоровую» прибыльность:

- The British newspapers are the groups cash cow, earning nearly 40 % of group profits – Британские газеты являются для этой группы компаний настоящей золотой жилой, принося до 40 % от общей прибыли. Идиома *make a killing*, имеющая значение «зарабатывать много денег (получать большую прибыль), зачастую легко и быстро», имеет два потенциальных эквивалента в русском языке и интересна тем, что при выборе эквивалента необходимо учитывать, в какой временной форме она употреблена в конкретной коммуникативной ситуации, точнее, выражает она однократное действие или процесс.

В первом случае для перевода используется её семантический коррелят *сорвать куш*, верно передающий категориальное значение однократности, семантику, а также двойственную прагматическую импликацию: с одной стороны – признаки быстроты, удачи и успешности, с другой – потенциальную агрессию, возможный обман и даже преступные действия субъекта. *Officials cracked down on the speculators who tried to make a killing on the Stock Exchange.* – *Власти «накрыли» мошенников, которые пытались сорвать куш, спекулируя на фондовой бирже* [7]. Однако в контекстах, где данная идиома репрезентирует процесс, не-

обходимо при переводе использовать её квазиэквивалент – ФЕ *грести деньги лопатой*:

- The company had been making a killing. So, when our profits suddenly nose-died, I couldn't understand how such a cash cow could bust [7]. – *Компания просто грела деньги лопатой, и когда наши прибыли резко упали, я понять не мог, как такая золотая жила могла вдруг иссякнуть.*

Анализ контекстуального функционирования ФЕ данной группы обнаруживает следующую тенденцию. ФЕ с общим значением «давать взятки» имеют пренебрежительную коннотацию, но зачастую не несут однозначно отрицательной оценки; при этом неодобрение или ирония зачастую направлены не на дающего взятку, а на самого взяточника. Берущий взятки вызывает гораздо большую неприязнь, нежели дающий, который зачастую просто вынужден это делать, так как без взятки невозможно нормально вести дела:

- Что с тобой случилось? Ты же раньше никогда на лапу не брал. Мне даже в голову не могло прийти, что ты на такое способен! [3]

- «Ты будешь в этой очереди стоять до тех пор, пока нужному человеку на лапу не дашь» [3].

- I think we'll have to grease a few palm s if we want to get our shipment delivered on time [9].

Таким образом, исследование идиом, используемых в сфере деловых отношений, выявило три важных тенденции. Во-первых, английский язык более богат соответствующими ФЕ, нежели русский, что, вероятнее всего, объясняется культурно-историческими условиями и степенью развитости и разнообразия сферы бизнеса в двух культурах.

Во-вторых, рассмотрение фразеосемантических групп показало, что многие из них не имеют фиксированной оценочной коннотации – она зависит от целей и последствий совершаемого действия, отношений между участниками ситуации и от того, как это соотносится с социокультурными установками и условиями жизни носителей языка.

В-третьих, ФЕ английского и русского языков, используемые в различных ситуациях в рамках деловой и профессиональной коммуникации. Отчасти это объясняется тем фактом, что многие идиомы обладают ярко выраженной лингвокультурной спецификой, отражённой в их внутренней форме. Поэтому зачастую при выборе эквивалента для перевода необходимо учитывать не столько формальное словарное значение, лексическое наполнение и грамматическую структуру.

#### Библиографические ссылки

1. Алефиренко. М. : Флинта : Наука, 2009. 344 с.
2. Калинина А. В. Внутренняя форма идиом русского и французского языков: опыт сопоставительного анализа. М. : Инфомедиа Паблишер, 2007. 155 с.
3. Телия В. Н. Большой фразеологический словарь русского языка. Значение. Употребление. Культурологический комментарий. М. : АСТ-Пресс Книга. 784 с.
4. Фесенко Т. А. Концептуальные основы перевода. Тамбов : Изд-во Тамб. ун-та, 2001. 124 с.

5. Шаховский В. И. Лингвистическая теория эмоций : монография. М. : Гнозис, 2008. 416 с.

6. Cambridge International Dictionary of Idioms. Cambridge : Cambridge University Press, 1998. 587 p.

7. Collins Cobuild Idioms Dictionary. Glasgow: Harper Collins Publishers, 2007. 410 p.

8. Cotton D., Falvey D., Kent S. Intermediate Business English Course Book. Harlow : Pearson Education Limited, 2005. 176 p.

9. Longman Idioms Dictionary. London: Pearson Education Limited, 1998. 398 p.

10. McCarthy M. Cambridge Idioms Dictionary. Cambridge : Cambridge University Press, 2006. 505 p.

© Худоногова А. Г., Кондрашова Е. В., 2018

УДК 811.112.2

## ОБРАЗ УЧИТЕЛЯ В СОВРЕМЕННОЙ НЕМЕЦКОЙ ШКОЛЕ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ЯЗЫКА КИНО (НА ПРИМЕРЕ МОЛОДЕЖНОЙ КОМЕДИИ «FACK JU GÖHTE»)

Д. В. Шевченко, Н. А. Груба

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Речь идет об осмыслении проблем современного школьного образования в Германии при помощи языка кино. Вышедшая на экраны в 2013 г. кинокомедия «Fack ju Göhte» («Зачетный препод»), вызвала многочисленные споры по поводу качества молодежных комедийных фильмов и вновь обратила внимание немецкой общественности на тему школы. В СМИ широко развернулась дискуссия о том, каким должен быть современный учитель, что такое качественное образование, в какой психологической поддержке нуждаются школьники, и как взаимодействовать с так называемыми «трудными» подростками и «неуправляемыми» классами.*

*Ключевые слова: язык кино, молодежная кинокомедия, «Fack ju Göhte», образ современного учителя в Германии, типы школьных учителей.*

## IMAGE OF THE TEACHER IN MODERN GERMAN SCHOOL THROUGH THE PRIZE OF THE CINEMA LANGUAGE (ON THE EXAMPLE OF THE YOUTH COMEDY “FACK JU GÖHTE”)

D. V. Shevchenko, N. A. Gruba

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The article is about understanding the problems of modern school education in Germany with the help of the cinema language. The comic comedy “Fack ju Göhte” (“Cool teacher”), released on the screens in 2013, aroused numerous controversies about the quality of youth comedy films and again drew the attention of the German public on the topic of the school. In the media, a discussion has unfolded widely about what a modern teacher should be, what qualitative education is, what psychological support the schoolchildren need, and how to interact with the so-called “difficult” adolescents and “uncontrollable” classes.*

*Keywords: language of cinema, youth comedy, “Fack ju Göhte”, image of modern teacher in Germany, types of school teachers.*

Немецкая кинокомедия “Fack ju Göhte” («Зачётный препод») была снята в 2013 году режиссёром Борой Дагтекином (Bora Dagtekin), и сразу стала лидером кинопроката в Германии. Главные роли в фильме исполнили звезда сериала “Türkisch für Anfänger” Элиас Эм’Барек (Elias M’Barek) и молодая, но уже известная актриса Каролина Херфурт (Karoline Herfurth). Премьера картины состоялась 29 октября 2013 года в Мюнхене, а в мировой прокат она вышла 7 ноября. В российских кинотеатрах показ начался 4 декабря 2014 года с возрастными ограничениями 12+. Фильм сразу стал мировым кинохитом. Уже в первый год его посмотрели более семи миллионов человек, и картина вошла в список самых успешных немецких фильмов всех времен.

Название фильма „Fack ju Göhte“, по словам режиссера, является программным. Вульгаризм „Fuck you, Goethe“ дан в виде искаженной транскрипции (Fack ju Göhte), демонстрирующей безграмотность сегодняшней немецкой молодежи. Приём использован для того, чтобы подчеркнуть ограниченный кругозор учащихся общей школы имени Гёте, отданных на обучение главному герою, Зэки Мюллеру. Данная

фраза появлялась в фильме в виде граффити на вагоне поезда, когда ученики расписывают его. Фраза побудила наследников И. В. Гёте выразить протест в адрес использования имени великого классика в таком контексте. По их мнению, это рискует повлечь за собой неуважение к традициям и утрате правильного чувства ценностей среди молодежи [2]. При подготовке фильма к прокату в англоязычных странах локализаторы использовали имя другого знаменитого классика. Иоганна Вольфганга Гёте там заменяет Уильям Шекспир, но вместо традиционного Shakespeare в заголовке фигурирует намеренно искаженное Shakespeare.

Сюжет комедии незамысловатый и легко прогнозируемый. Ханна Люманн, кинокритик, сотрудничающий с газетой FAZ, тоже подчеркивает мысль, что события фильма можно просчитать еще до его просмотра:

- главный герой попадет в школу случайно и будет нестандартным учителем;
- он обязательно влюбится в клишированную молодую учительницу в очках, наивную и высококоммерческую;

– ему достанется самый худший класс (в фильме так и произошло, а класс, доставшийся Зеки, учителя называли между собой не иначе, как Amokklasse 10b);

– поначалу ему будет трудно, и он захочет всё бросить, но затем увлечётся процессом и станет самым любимым учителем;

– он обязательно поможет нескольким ученикам справиться с психологическими проблемами и обрести правильную мотивацию [1].

Все перечисленные события действительно находят место в сюжете фильма. Зеки Мюллер – харизматичный молодой человек, не отягощенный образованием. Он выходит из тюрьмы, подделывает диплом и устраивается на работу в одну из местных школ, чтобы найти деньги, которые его бывшая подружка закопала под школьным фундаментом. Класс, в который попадает герой, самый неуправляемый. Его прошлая классная руководительница пыталась покончить с собой из-за травли со стороны детей. По этой причине директор была вынуждена взять Зеки на работу без проверки документов и рекомендаций. Ему предстоит преподавать немецкий и литературу, но он сам толком не знает родной язык, говорит на тюремном сленге, и за всю жизнь не прочитал ничего, кроме пары инструкций и полицейских протоколов. В процессе обучения он понимает, что доставшиеся ему дети не уж так плохи. Он находит с учениками общий язык и помогает группе дебиловатых подростков превратиться в добропорядочных членов общества. Параллельно развивается линия романтических отношений между Зеки и молоденькой учительницей Лизи по сценарию «барышня и хулиган».

Фильм собрал разнообразные отзывы, от восторженных до негативных.

Например, журналист газеты „Die Zeit“ Мориц фон Ульзар (Moritz von Ulsar) считает, что Дагтекин отлично справился с задачей перенести язык немецкой молодёжи на экран, показав особенности сленговой лексики и манеры речи немецких подростков, что, без сомнения, привлекло большое количество юных зрителей в кинотеатры [1].

Юлия Лялина, литературный редактор, пишет: «Главный герой – только что откинувшийся зек по имени Зеки Мюллер. Он появляется в школе как своеобразная небритая и криминальная Мэри Поппинс: в критический для учебного заведения момент, когда финансирование и терпение оказываются на исходе, Зеки возникает из ниоткуда, без рекомендаций, практически без багажа, с талантом завоёвывать авторитет среди молодняка и привычкой заниматься чёрт-те чем втайне ото всех».

Многие зрители и кинокритики негативно восприняли обилие типичных для молодёжных комедий клише и шуток ниже пояса, а также слабый сценарий, но при этом положительно оценили игру актёров.

Однако и поклонники, и критики этого фильма едины в одном: картине удалось вновь оживить дискуссию о проблемах современной школы и социальной роли учителей. Сам Дагтекин определил жанр фильма как *die etwas andere Schulkomödie* – «немного нестандартная комедия о школе». История получилась утопической, но все же отражающей реальность

сквозь призму языка кино. Кинематограф действительно представляет собой автономную языковую систему, по своим возможностям не уступающую вербальному языку. Знаменитый итальянский режиссер Пьер Паоло Пазолини считал, что в отличие от обычного человеческого языка, который только репрезентует реальность при помощи слов, киноязык способен показывать ее, сочетая звук, цвет, движение, планы, пространственные акценты и другие возможности. Этот язык универсален и свободен от ограничений в понимании. Люди говорят на разных языках, отсюда возникает языковой барьер. Но в кино такого барьера нет, потому что на экране мы все видим одинаковую картинку, а показанные предметы имеют денотативное значение (означают лишь самих себя). В распоряжении режиссера самый разнообразный набор знаков, включающий не только слова, но и жесты, мимику, а также широкий спектр невербальных знаков, внешних и внутренних образов. Это может быть все, что угодно: лица людей, их знаки, поступки, коллективные реакции, обстановка помещений, вид предметов на улице, а также сновидения, воспоминания, фантазии. Режиссеру приходится самому создавать знаки своего кинотекста и стараться сделать их узнаваемыми для зрителей [1].

Язык рассматриваемого нами фильма понятен не только представителям немецкой культуры. При помощи собственных выразительных средств создатели комедии обрисовывают круг вопросов, которые интересуют молодое и старшее поколения людей, как в Германии, так и во всем мире. Это вопросы качества образования, проблема взросления, роль мужчины как учителя, престиж учительской профессии, проблема «трудных» подростков. Некоторые знаки в фильме близки к карикатурности. Картина намеренно перенасыщена яркими цветами и иконографически напоминает комикс. Таковы, например, клишированные образы преподавателей и учеников: директора Гудрун Герстер, вчерашней выпускницы педагогического вуза Лизи Шнабельштедт, трудных подростков Шанталь и Даниэля по кличке Danger. Однако, Зеки Мюллер – главный герой картины – несмотря на карикатурность, воплощает в себе некоторые черты образа мужчины-учителя, которые многие хотели бы видеть в реальной жизни: силу, умение найти нужные слова, чтобы разговаривать с вульгарными подростками, непривязанность, убедительность. Это придаёт картине живости, потому что как в России, так и в Германии учителями чаще всего становятся женщины.

Рассмотрим, какие образы учителей создает язык картины „Fack ju Göhte“.

В голливудских фильмах, таких как «Клуб мёртвых поэтов» или «Писатели свободы», образы учителей фигурируют как примеры для подражания. Они воплощают перед своими учениками те идеалы, в которые сами верят и пытаются продвигать. Зеки Мюллер в этом смысле полная противоположность традиционному образу учителя. Он – человек без аттестата зрелости, его цель – быстрые деньги, и ему совершенно наплевать на муки взросления тех подростков, к которым он приходит в класс. Уличный бандит с нулевым кругозором, чудовищной грамматикой, он ти-

пичный пример антиучителя. На языке экрана образ Зэки воплощают яркий тип внешности Элиаса Эм'Барека, татуировка чрез все плечо, крупные планы, где лицо героя принимает озадаченное или откровенно придурковатое выражение. Отношение героя к работе в начале фильма показывает последовательность кадров, где он, вместо того, чтобы приготовить к уроку, переливает пиво из банки в пустую картонную упаковку из-под какао. Речь Зэки Мюллера характеризуют неполные и незаконченные предложения, отсутствие глагола-связки, неправильное употребление и склонение артикля, опущение артиклей, предлогов и местоимений, сленговые частицы, выражающие требование („musstu“, „lassma“), речевые маркеры „eu“ и „so“, которыми он предваряет или заканчивает высказывания, манера говорить в нос, а также огромное количество сниженной и табуированной лексики. Приведем несколько примеров из языка Зэки Мюллера:

- Mein Name ist Herr Müller, und wenn ihr kein Stress wollt, dann haltet ihr die Klappe!
- Jeder, der mir auf die Eier geht, kriegt eine Note Abzug! Habt ihr kapiert?
- Wer will Klassensprecher sein? [alle melden sich] Ihr kriegt alle eine Note Abzug! Ich will hier keine Streber haben!
- Ich gehe jetzt eine rauchen, bevor ich einem von euch auf die Fresse haue!
- Lisi: Deine Schülerin weint. Zeki: Chantal? Heul leise!
- Schüler: Sie sehen gar nicht aus wie Herr Müller. Sie sind ein Bruder, Mann! Zeki: Kanack mich nicht an hier!
- Kannst du bitte in meine Faust reinlaufen, damit es wie ein Unfall aussieht?
- Diese WICHSER!!! (10b)
- Das ist nur ein Nebenjob (на вопрос, является ли он учителем).
- Du da bist hübsch, du bekommst ne „1“!
- Was ist nochmal Verb? Tuwort, ne?

На фоне главного героя ярко выделяются другие учительские образы-клише. Например, прагматичная, лишённая иллюзий Гудрун Герстер, директор общей школы имени Гёте, в исполнении Кати Риманн (Katja Riemann). Она имеет репутацию строгого педагога и руководителя, однако то и дело пренебрегает правилами. Ее волнуют хорошие показатели и репутация школы. Кроме того, она хочет взять под контроль самый неуправляемый класс – 10b. Она взяла Мюллера на работу только потому, что одна из ее преподавательниц оказалась в больнице и нужен был кто-то на замену. Мюллер убедил ее тем, что он якобы умеет играть на трубе, хотя это неправда. Она грубоватая, циничная, но вызывающая симпатию особа. Молодой и неопытной учительнице Лизи Шнабельштедт она говорит такие слова: „Frau Schnabelstedt, jetzt passen Sie mal auf: wir, Lehrer, werden den ganzen Tag verarscht. Ab und zu müssen wir auch mal ein bisschen zurückverarschen“. А Зэки Мюллеру советует следующее: „Die Lernstandserhebungen der Klasse 10b müssen noch ausgeteilt werden. Das Ergebnis ist wie zu erwarten.

Die Klasse befindet sich in einem intellektuellen Vakuum. Bitte, bringen Sie es ihnen möglichst nicht schonend bei, dass das jetzt ihre letzte Chance ist, sich noch einmal aufzuraffen“.

Другой характерный персонаж – страдающая от профессионального выгорания Ингрид Леймбах-Кнопп, педагог со стажем, лишённая представления о мире современных подростков и воспитанная на старых идеалах. Она – жертва внутреннего конфликта между высокими требованиями к себе, низкими притязаниями ее учеников и неудовлетворенностью жизнью. В начале фильма она пытается покончить с собой, демонстративно (на глазах у всей школы) выбросившись из окна второго этажа, что само по себе абсурдно. Придя в себя после падения, она произносит фразу: „Bin ich tot, oder was?“. О том, что попытка самоубийства уже не первая, свидетельствуют слова одной из коллег Ингрид, которая спрашивает, где ее можно навестить, в той же самой психиатрической клинике, или в другой.

Третий яркий образ – наивная молоденькая учительница Лизи Шнабельштедт, чьи розовые мечты о школе разбиваются о жестокую реальность, верит, что даже самых плохих детей можно сделать хорошими, что с любым можно найти общий язык, что детям необходима доброта и мягкость. Однако уже первый урок в трудном классе показывает её психологическую неготовность, неисклющённость в методах и неумение держать ситуацию под контролем. На языке режиссера образ Лизи показан при помощи таких деталей, как очки, наивное выражение лица, невыразительная одежда, неуклюжие движения, суетливость и невротичность, хрестоматийные учительские приемы, мало сочетающиеся с реальностью школы имени Гёте: „Für jedes F-Wort steckt jetzt jeder ein Euro in dieses Fröschlein hier!“ или „Zwei Minuten Schweigefuchs!“

Молодежная комедия гротескно, но узнаваемо изображает различные типы работников школы, высвечивает в рамках клише её основные проблемы с глубоким смыслом. Критики портала filmstarts.de писали: «Режиссёр Бора Дагтекин рисует школьный универсум довольно грубыми мазками, но при этом не теряет почву под ногами. Неуклюжий прохиндей и невежда оказывается той самой фигурой, которая способна противостоять бездушной бюрократии и оторванным от жизни учебным планам школы» [3].

После выхода фильма на экраны, в немецких СМИ разгорелась полемика о том, какой учитель необходим современной школе. Параллельно началось обсуждение, какие типы учителей существуют в настоящее время. Появились публикации на эту тему в авторитетных газетах Die Zeit, FAZ, Süddeutsche Zeitung, а также на страницах порталов Deutsche Welle, telekom.de и других. Одновременно вышли в свет несколько книг на тему «типы учителей», например, книга Ульриха Кнолля (Ulrich Knoll) „33 Lehrer, mit denen Ihr Kind rechnen muss“ («33 типа учителей, с которыми придется иметь дело Вашему ребенку»). Все это говорит о том, что, несмотря на поверхностную мораль, спорный юмор и сомнительную репутацию, молодежная комедия „Fack ju Göhnte“ играет определенную социальную роль. Она показы-

вает, что профессия учителя это не только правильная постановка цели и задач урока, но и человечность, наставничество и умение говорить с учениками на одном языке.

#### **Библиографические ссылки**

1. Изобретая авторский язык. Концепция киноязыка Пазолини [Электронный ресурс]. URL: <http://concepture.club/post/semiotika-kino/koncepcija-kinojazyka-pazolini> (дата обращения: 18.03.2018).

2. Heidböhmer C. „Vulgär“: „Fack ju Göhte“ verstößt laut EU-Gericht gegen die guten Sitten [Электронный

ресурс]. Stern. 24. Januar 2018. URL: <https://www.stern.de/kultur/film/-fack-ju-goethe---filmtitel-laut-eu-gericht-anstoessig-und-vulgaer-7835596.html> (дата обращения: 18.03.2018).

3. Lühmann H. Voll frontal ins Klischee gehauen. FAZ [Электронный ресурс]. 23.01.2014. URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/kino/fack-ju-goethe-erklaert-voll-frontal-ins-klischee-gehauen-12764478.html> (дата обращения: 18.03.2018).

© Шевченко Д. В., Груба Н. А., 2018

## ТЕНДЕНЦИИ РУССКОГО ЯЗЫКА ПОСЛЕ РАСПАДА СССР

Д. О. Шевченко, Е. А. Шерстянникова

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева  
Российская Федерация, 660037, г. Красноярск, просп. им. газ. «Красноярский рабочий», 31

*Рассматриваются тенденции развития русского языка после распада СССР. Речь идет об увеличении количества заимствований, сокращении лексики, его жаргонизации и криминализации, а также девальвации смысла отдельных единиц языка. Обсуждается вопрос о причинах языковых трансформаций и их связи с общественными процессами.*

*Ключевые слова: русский язык, языкознание, тенденции развития русского языка после распада СССР, заимствования, жаргонизация, криминализация, девальвация, сокращение лексики.*

## TRENDS OF THE RUSSIAN LANGUAGE AFTER THE DECAY OF THE USSR

D. O. Shevchenko, E. A. Sherstyannikova

Siberian State University of Science and Technology  
31, Krasnoyarsky Rabochy Av., Krasnoyarsk, 660037, Russian Federation

*The article considers the trends in the development of the Russian language after the collapse of the USSR. It is about increasing the number of borrowings, reducing vocabulary, its jargonization and criminalization, as well as devaluation of the meaning of individual units of language. The question of the causes of linguistic transformations and their connection with social processes is discussed.*

*Keywords: russian language, linguistics, Russian language development trends after the collapse of the USSR, borrowing, jargonization, criminalization, devaluation, reduction of vocabulary.*

Язык – важнейшее средство человеческого общения. Он неразрывно связан с обществом и не может существовать автономно. В языке отражены экономические, политические, социальные и другие изменения, происходящие в обществе. «Язык никогда не существует вне общества, ибо язык – это семиологическое явление. Его социальная природа – одно из его внутренних свойств», – писал Ф. Соссюр [6, с. 59].

По мнению М. Кронгауза, одно из качеств русского языка – гибкость. Он подстраивается под перемены в обществе, делая процесс общения комфортным. Наш язык хорошо осваивает новые слова – у них появляется огромное количество однокоренных. Без таких изменений язык не мог бы оставаться живым [1].

Роль и место русского языка на международной арене за годы, прошедшие после распада Советского Союза, подверглись серьезным изменениям. Из 250 млн граждан, проживавших в СССР, в составе Российской Федерации осталось около 140 млн. Бывшие республики, ставшие независимыми государствами, основное внимание уделяют развитию языка «титупной» нации, при этом русский язык, даже если на нем говорит значительная часть населения стран бывших республик, не может получить статуса второго государственного языка.

Какие тенденции характеризуют русский язык после распада СССР?

Одна из главных тенденций – увеличение количества заимствованных слов. Зачастую это принимает

вид мании. Вместо того, чтобы воспользоваться словообразовательными возможностями нашего языка и создать недостающее слово, мы используем англицизмы. В языке появляются новые слова, и это вызывает определённые затруднения: многие не знают, как писать неологизмы, как ставить ударение в таких словах, употребляют незнакомые слова без учёта их лексического значения.

А. Шмелёв считает, что заимствование слов бывает оправданным в тех случаях, когда они заполняют лакуну в русской языковой картине мира [8].

Часть экономических и финансовых терминов, таких как *дилер*, *бартер*, *монетаризм* и т.п. были заимствованы ранее, но использовались только специалистами. Явления, которые обозначали эти термины, становились актуальными для всего общества в целом. В связи с этим термины вышли за пределы профессиональной среды и стали употребляться в СМИ.

Тексты, распространяемые СМИ, изобилуют словами, которые двадцать лет назад в русской речи не употреблялись: такие слова, как *нюсмейкер*, *фьючерс*, *риелтор*, *девелопер*, и сейчас понятны далеко не всем носителям языка. В повседневной жизни также активно употреблялись заимствованные слова: *видео*, *видеокассета*, *шоу*, *шоумен*, *бизнес* и т. п.

В области компьютеров и Интернета заимствованы многие слова: *компьютер*, *монитор*, *принтер*, *процессор*, *сайт*, *блог*. Сначала они употреблялись в узкой области, а потом широко распространились во все сферы жизни. Также не стоит забывать такие



заимствования, как *дисплей, файл, интерфейс, Windows, CD-ROM*).

Переоценка социальных и нравственных ценностей и смещение акцентов с классовых и партийных приоритетов на общечеловеческие; наконец, в области политической структуры государства характерна ориентация на Запад, и эти процессы и тенденции, несомненно, послужили важным стимулом, который облегчил активизацию употребления иноязычной лексики [4].

Вторая тенденция, обратная первой, это сокращение лексики. В связи с распадом советского государства ушли термины коммунистической идеологии, как, например, *парторг, нэпман, передовик, обком, энкаведешник*. «Дело не в том, что язык советских лозунгов претерпел серьезные изменения, а в том, что эти лозунги ушли в небытие и сохраняются только в исторической памяти», – писал А. Шмелёв. Более того, исследователь сравнивает язык современных СМИ и язык советских газет, который называет «дубовым» [8].

Также исчезают слова, которые обозначали, например, названия устаревшей техники. Например, *патефон, граммофон, примус*.

Третья тенденция заключается в распространении жаргонизмов, сленга и нецензурной лексики, что свидетельствует о снижении языковой культуры. Такие слова получили своё распространение во всех сферах жизни, когда начались процессы демократизации и либерализации языка, зачатки которых наблюдались ещё во время оттепели. В качестве примеров можно привести такие слова, как *фраер, литовый* (от слова *липа*), *чуваки, бабки*.

Н. Хорошева рассматривает особенности формирования и функционирования общего жаргона в русском языке. Он представлен жаргонизмами, функционирующими в городской речи в качестве просторечно-разговорных средств.

Сам термин «общий жаргон» современными русистами воспринимается весьма неоднозначно, а порой и резко-негативно. В традиционном понимании в понятии «жаргон» заложена некая кастовость, ограниченность, избирательность, что в сочетании с признаком «общий» создает, на первый взгляд, внутренне противоречивый, «нелогичный» термин [3, с. 2].

Изменения в литературном языке обусловлены не столько демократизацией контингента владеющих литературной речью, сколько вхождением в публичную жизнь таких групп людей, которые в своих привычках и пристрастиях связаны с разного рода жаргонами и другими формами нелитературной речи. Кроме того, отход в области социальной жизни общества от канонов и норм тоталитарного государства, провозглашение свободы как в общественно-политической и экономической сфере, так и в человеческих отношениях сказываются, в частности, на оценках некоторых языковых фактов и процессов: то, что раньше считалось принадлежностью социально непрестижной среды (преступной, мафиозной, просто малокультурной), начинает приобретать «права гражданства» наряду с традиционными средствами литературного языка [3, с. 1].

В свете вышесказанного закономерно выявляется ещё одна тенденция – криминализация русского языка. Отличительная особенность этой тенденции заключается в том, что в «криминальном лексиконе» мало заимствованных слов (к ним относится, например, слово *киллер*), хоть российский криминальный мир отчасти и формировался под влиянием западных и американских гангстеров. К «криминальной лексике» можно отнести слово *кинуть* (бросить, предать) или *крыша* (тот, кто выше по рангу), *капуста* (деньги). «Мы не замечаем, как криминал входит в быт, в лексикон, как языком эзков и урок заговорили телевидение и радио, как поменялись местами минусы и плюсы общественного поведения, как отмененными оказались вековые заповеди и табу, выработанные человечеством для самозащиты» (Известия, 11 ноября 1997 г.) (цит. по [4]).

Л. Крысин пишет о том, что хорошо развитое в дореволюционное время нищенское арго к середине XX века почти полностью утратило свою социальную базу; арго беспризорников, впитавшее в себя многие элементы воровского жаргона и бывшее довольно активным в 20-е годы, позднее угасает, не имея устойчивого контингента носителей. Однако в конце века оба арго возрождаются в новом социальном и языковом обличье, поскольку множатся ряды нищих и беспризорников, которые пользуются некоторыми специфическими формами языкового выражения, по большей части отличными от тех, что были в ходу у их предшественников [4].

В XXI веке появилась не менее важная тенденция девальвации – опустошение смысла. Как только слово становится популярным, оно от постоянного использования теряет или меняет свое первоначальное значение. М. Кронгауз в качестве примера приводит слово «*олигарх*». Оно первоначально означало богатого человека, стоящего у власти. Но в «лихие девяностые» появились «*новые олигархи*» – не очень богатые люди, не имевшие отношения к власти. Смысл слова изменился [1].

Г. Складаревская также указывает на то, что происходит непосредственное семантическое насилие над словом – искажение или поломка его семантической структуры, разрушение слова на семном уровне [5, с. 10]. Например, слово *элитный*, которое повсеместно используется в рекламе. В наши дни оно во многом заменило слово *эксклюзивный*, произошла девальвация, и границы значения «*элитный*» размылись. Здесь М. Кронгауз говорит о наружной рекламе. Так, например, на вывесках вместо надписи «*эксклюзивные сорта вин*» пишут «*элитные*» [2, с. 12–13].

Следующая тенденция – повсеместное распространение слов-паразитов. К ним относятся многие слова: *вот, значит, ну* и т. п. С ними боролись всегда, но в наши дни из-за «обеднения речи» она ощущается особенно сильно. За каждым из слов-паразитов стоит мысль, которую, за неимением слов, нужно чем-то восполнить. В силу привычки слова становятся «паразитами».

Нельзя сказать, что тревоги, связанные с «порчей языка», необоснованные и беспочвенные. Не стоит забывать, что язык характеризует его носителей, их

ценности и мировоззрение. Язык отражает «языковую картину мира». Языковые выражения содержат в себе определённый смысл, а человек, пользуясь этими выражениями, воспринимает заключенный в них взгляд на мир [8].

Со времён распада СССР с русским языком произошёл ряд значительных изменений. Язык быстро меняется, подстраиваясь под ритмы современной жизни, благодаря своей гибкости и «живости». Он отражает изменения, происходящие с обществом, и поэтому нельзя однозначно сказать, развивается он или деградирует.

#### Библиографические ссылки

1. Зарипова А. Горчит на языке [Электронный ресурс] Рос. газ. Федер. вып. № 5517 (141). URL: <https://rg.ru/2011/07/01/yazyk.html> (дата обращения: 18.03.2018).
2. Кронгауз М. А. Русский язык на грани нервного срыва. М. : Языки славянских культур, 2007. 215 с.
3. Крысин Л. П. О некоторых изменения в русском языке конца XX века // Исследования по славянским языкам. № 5. Сеул, 2000. С. 63–91.
4. Крысин Л. П. О русском языке наших дней [Электронный ресурс] // Изменяющийся языковой мир. Пермь, 2002. URL: <http://www.philology.ru/linguistics2/krysin-02.htm> (дата обращения: 18.03.2018).
5. Складаревская Г. Н. Слово в меняющемся мире: русский язык начала XXI столетия: состояние, проблемы, перспективы // Исследования по славянским языкам. № 6. Сеул, 2001. С. 177–202.
6. Соссюр Ф. де Курс общей лингвистики. Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 1999. 432 с.
7. Хорошева Н. В. Русский общий жаргон: к определению понятия [Электронный ресурс] // Изменяющийся языковой мир. Пермь, 2002. URL: <http://philology.ru/linguistics2/khorosheva-02.htm> (дата обращения: 18.03.2018).
8. Шмелёв А. Д. Ложная тревога и подлинная беда [Электронный ресурс] // Отечественные записки. № 2 (23). М., 2005. URL: <http://philology.ru/linguistics2/shmelyov-05.htm> (дата обращения: 18.03.2018).

© Шевченко Г. О., Шерстянникова Е. А., 2018

## ЭЛЕМЕНТЫ ДРАМАТИЗАЦИИ ТЕКСТА ПРИ ОБУЧЕНИИ ИНОСТРАННЫМ ЯЗЫКАМ

Н. В. Шляков

Тверской государственный университет  
Российская Федерация, 170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33

*Сегодня многие методики обучения иностранным языкам нередко ограничиваются одной конкретной областью, поэтому в реальности возникает необходимость комбинировать несколько подходов для эффективности образовательного процесса. Рассмотрена драматизация текста, ее элементы при обучении иностранным языкам.*

*Ключевые слова: обучение, иностранный язык, драматизация текста.*

## ELEMENTS OF DRAMATIZATION OF THE TEXT IN TRAINING FOREIGN LANGUAGES

N. V. Shlyakov

Tver State University  
33, Zhelyabova Str., Tver, 170100, Russian Federation

*Today, many methods of teaching foreign languages are often limited to one particular area, so in reality there is a need to combine several approaches for the effectiveness of the educational process. This article considers the dramatization of the text, its elements in the teaching of foreign languages.*

*Keywords: Education, foreign language, text dramatization.*

Сегодня многие методики обучения иностранным языкам нередко ограничиваются одной конкретной областью, поэтому в реальности возникает необходимость комбинировать несколько подходов для эффективности образовательного процесса. Таким можно представить драматизацию текста – адаптацию недраматического (эпического или лирического) текста в литературный сценарий и его последующего воплощения на сцене. При этом под словом «сцена» не стоит понимать исключительно сцену театральную – таковой может стать и съемочная площадка в кинопроизводстве, и классная комната в процессе обучения. Драматизация – комплексный трансформационный процесс, который затрагивает различные стороны текста, а соответственно создать и различные виды работы. Можно выделить три этапа:

драматургизация – преобразования на уровне рода литературы, то есть присвоение исходному тексту признаков драматического произведения. К таким относятся: список действующих лиц, распределение реплик персонажей, снабжение авторскими ремарками, членение на акты (действия, картины) и сцены (эпизоды, явления). На данном этапе происходят изменения в графическом, пунктуационном оформлении, исчезают вводные конструкции, речь автора;

инсценирование – это «переработка литературной первоосновы ... на уровне текста, превращение в литературный сценарий для театра» [2]. Этот этап тесно связан с предыдущим, который создает фундамент для будущих трансформаций сюжетных линий, «вымарывания» персонажей, отдельных событий и чаще всего – лирических отступлений автора. Часто в ходе инсценирования значительно сокращается объем оригинального произведения, что обусловлено требованиями театра;

театрализация – воплощение текста на сцене, иными словами создание театрализованного действия. Здесь учитывается не только лингвистическая сторона текста, но и другие средства выражения – музыка, костюмы, декорации, актерская игра; важную роль играет режиссура. В результате создается сложный семиотический конструкт, сочетающий несколько кодовых систем.

Благодаря своей комплексности драматизация текста может быть эффективно интегрирована в процесс языкового образования, так как на её основе могут быть разработаны упражнения и задания, связанные с лексическо-грамматической стороной текста, с пониманием оригинального произведения, а также с развитием эмотивной и нравственной сферы.

Подробнее элементы драматизации можно рассмотреть при сопоставлении романа Э. М. Ремарка «Ночь в Лиссабоне» и одноименной сценической версии Г. Ю. Мейера на примере телефонного звонка Шварца в клинику своего друга доктора Мартенса (см. таблицу).

На этапе драматургизации обучаемым сначала может быть предложена только литературная первооснова. После ознакомительного прочтения и необходимой работы над лексикой и грамматикой могут последовать упражнения на трансформацию косвенной речи в прямую, изменение пунктуации, выявление персонажей и распределение реплик. Адаптация Г. Ю. Мейера может быть использована в качестве образца при контроле. Возможна и обратная процедура. Данная сцена еще примечательна с точки зрения культурологи и лингвострановедения, так как в ней можно обнаружить типовые образцы речевого поведения в заданной ситуации: так предложение «Eine Frauenstimme antwortete» представлено посредством «Ja, bitte!», а не «Hallo!».

**Сопоставление романа Э. М. Ремарка «Ночь в Лиссабоне» и одноименной сценической версии Г. Ю. Мейера на примере телефонного звонка Шварца в клинику своего друга доктора Мартенса**

Э. М. Ремарк	Г. Ю. Мейер
<p>Ich rief die Nummer meines Freundes an. Eine Frauenstimme antwortete. „Bitte, kann ich mit Doktor Martens sprechen?“ fragte ich und merkte, daß ich heiser war. „Wer ist am Apparat?“ fragte die Frau.</p> <p>„Ein Freund von Doktor Martens.“ Ich konnte meinen Namen nicht verraten. Ich wußte nicht, ob es seine Frau oder ein Dienstmädchen war, aber beiden konnte ich mich nicht preisgeben. „Ihren Namen bitte!“ sagte die Frau.</p> <p>„Ich bin ein Freund von Doktor Martens“, erwiderte ich. „Bitte, melden Sie ihm das. In einer dringenden Angelegenheit.“</p> <p>„Bedaure“, erwiderte die Frauenstimme. „Wenn Sie Ihren Namen nicht angeben, kann ich Sie nicht anmelden“</p>	<p><b>Stimme</b> Ja, bitte!</p> <p><b>Schwarz</b> Bitte, kann ich mit Doktor Martens sprechen?</p> <p><b>Stimme</b> Wer ist am Apparat?</p> <p><b>Schwarz</b> Ein Freund von Doktor Martens.</p> <p><b>Stimme</b> Ihren Namen bitte!</p> <p><b>Schwarz</b> Ich bin ein Freund von Doktor Martens. Bitte, melden Sie ihm das. In einer dringenden Angelegenheit.</p> <p><b>Stimme</b> Bedaure. Wenn Sie Ihren Namen nicht angeben, kann ich Sie nicht anmelden.</p>

На этапе инсценирования данного отрывка рекомендуется взять уже сценическую версию для последующего «развертывания». Здесь особое внимание следует уделить не формальным языковым трансформациям, а возврату к оригинальному авторскому тексту и более глубокому пониманию эпизода, чему способствуют следующие вопросы:

с кем разговаривает Шварц?

какие чувства, на Ваш взгляд, испытывает Шварц?

почему Шварц не представился собственным именем?

В целом, на этапе инсценирования можно подробно сравнивать полные тексты с целью обнаружения отличий. Такое сопоставление предполагает внимательное, понимающее чтение исходного произведения Э. М. Ремарка, внимание к деталям и активизацию фоновых знаний.

Этап театрализации требует уже полного лингвистического освоения текста. Самый распространенный вид работы – чтение по ролям. Однако он предполагает не простое воспроизведение вслух, но также имитацию аутентичного произношения, правильный интонационный рисунок и, самое главное, творческую, актерскую подачу. Необходимо понимание внутренней мотивации персонажа, в чем способен помочь оригинальный авторский текст. Преимущество данного этапа заключается в лучшем запоминании речевых

образцов благодаря сочетанию речи и движения. Театрализация текста может также стать одним из видов итоговой презентации.

Таким образом, как дидактический прием драматизация обладает огромным потенциалом. Комбинируя различные аспекты, подобный вид работы с иноязычным текстом позволяет выработать компетенции как предметные, так и личностные. Как отмечает Ю. В. Курдюмова, элемент драматизации занятиях иностранного языка «реализует воспитательную цель благодаря способности формировать систему моральных ценностей, оценочно-эмоционального отношения к миру, позитивного отношения к самому изучаемому иностранному языку и его культуре, драматизация также способствует развитию стремления к взаимопониманию» [1].

#### Библиографические ссылки

1. Курдюмова Ю. В. К вопросу использования драматизации в обучении иностранному языку в общеобразовательной школе // Вестн. Бурят. гос. ун-та. 2009. Вып. 15. С. 177–181
2. Скороход Н. С. Как инсценировать прозу : монография. СПб. : Петерб. театр. журн. 2010. 344 с.